

Çiğ Süt Pazarlanmasında Süt Sanayi İşletmelerinde Firma Yoğunlaşma Oranlarının Araştırılması: Burdur İli Örneği

Aytekin GÜNLÜ * 

* Selçuk Üniversitesi Veteriner Fakültesi Hayvancılık Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı, TR-42250 Kampus, Konya - TÜRKİYE

Makale Kodu (Article Code): KVFD-2010-2520

Özet

Bu çalışmada Türkiye'de hem beslenme hem de toplam kırsal üretim içerisindeki yeri nedeniyle önemli bir ürün olan çiğ süt pazarlanmasında süt sanayi işletmelerinin firma yoğunlaşma oranları incelendi. Bu amaçla; Türkiye'de süt üretiminde son yıllarda öne çıkan Burdur ilinde saha çalışması yapıldı. Bunun için 175 adet kooperatiften (72 adet sulama kooperatifi, 97 adet tarımsal kalkınma kooperatifi ve 6 adet pazarlama kooperatifi) çiğ süt temin eden 19 adet süt sanayi işletmesinin satın aldıkları süt miktarları incelenmiştir. Elde edilen verilere dayanarak firma yoğunlaşmalarını nicel olarak belirleyen CR4, CR8, CCI, H ve Entropi endeksi değerleri hesaplanmıştır. Araştırmada bu değerler yukarıda bahsedildikleri sıra ile %78.54; %92.11; 0.6033; 0.2193 ve 0.2341 olarak bulunmuştur. Araştırma sonucunda Burdur ili çiğ süt pazarlanmasında firma yoğunlaşma oranının yüksek, diğer bir ifadeyle mevcut yapının önemli oranda oligopson piyasa özelliklerine yakın olduğu tespit edilmiştir. Süt sığırcılığının gelişmesi, üretimin sürdürülebilirliği, üretim sanayi entegrasyonu ve sektörde rekabet ortamının oluşabilmesi için yapısal değişim içeren önlemlerin alınması gerektiği, bu gerçekleştirilmedikçe sektörün sorunlarına kalıcı ve rasyonel çözüm üretmenin mümkün olmadığı anlaşıldı.

Anahtar sözcükler: *Süt üretimi, Yoğunlaşma oranı, Rekabet, Burdur*

An Investigation of Firm Concentration Rate of Dairy Industry in Raw Milk Marketing: A Case Study of Burdur Province

Summary

In this study, an investigation is conducted on the firm concentration ratios of dairy industry in raw milk marketing, which is an important product due to its place in both nutrition and total rural production in Turkey. For this purpose, a field study is conducted in Burdur province, which has shown considerable improvements in milk production of Turkey in recent years. During this study, the quantities of the milk purchased by 19 dairy industry procuring raw milk from 175 cooperatives (72 irrigation cooperatives, 97 agricultural development cooperatives and 6 marketing cooperatives) has been examined. Based upon the data collected, CR4, CR8, CCI, H and Entropy index values, which quantitatively determine the firm concentrations, have been calculated on the basis of the obtained data. During the study these values have been determined as 78.54%; 92.11%; 0.6033; 0.2193 and 0.2341 respectively. As a result of the investigation, it has been determined that the company concentration level in raw milk marketing in Burdur province is high, in other words, the characteristics of the existing structure is considerably close to those of an oligopson market. It is noticed that, measures including structural change must be taken for development of dairy cattle farming, for sustainability of the production, for integration of production industry and for creation of competitive environment in the sector and unless this is realized, it shall not be possible to find permanent and rational solutions to the problems of the sector.

Keywords: *Milk production, Concentration rate, Competition, Burdur*

GİRİŞ

Süt, sağlıklı süt hayvanlarının sağılması ile elde edilen kolostrum dışında en az %8.25 yağsız süt kuru maddesi ve %3.25 süt yağı içeren taze meme salgısı olarak ta-

nımlanmaktadır ¹. Süt içeriği ve beslenmedeki önemi nedeniyle insanlığın geçmişte olduğu kadar bugün ve gelecekte de üzerinde önemle duracağı biyolojik varlıktır.



İletişim (Correspondence)



+90 332 2233567



agunlu@selcuk.edu.tr

Sütün bu özelliği, insan beslenmesindeki yeri ve önemini yanı sıra kırsal ekonomik üretim içerisindeki payı ve gıda sanayindeki ekonomik değerinden de ileri gelmektedir.

Türkiye’de yıllık olarak üretilen yaklaşık 12 milyon ton süt kırsal kesimde üretilen hayvansal ürünler arasında da önemli bir yer tutmaktadır. Üretilen sütün yaklaşık olarak %92’si sığırdan elde edilmektedir ². Diğer yandan süt sanayi Türkiye’deki gıda sanayinde önemli yer bir tutmaktadır. Türkiye gıda sektörünün %65’ini un ve unlu mamuller, %11’ini süt ve süt mamulleri %12’sini meyve-sebze işleme, %3.5’ini bitkisel yağ ve margarin, %3’ünü şekerli mamuller, %1’ini et mamulleri ve %4.5’luk kısmını tasnif dışı gıdalar, alkolsüz içecekler, su ürünleri sanayi oluşturmaktadır. Gıda sanayii üretim değeri içinde tahıl ve nişasta mamulleri sanayii en yüksek değeri almakta, bunu süt ve et mamulleri sanayii izlemektedir ³.

Süt ve süt ürünleri sanayi, hammadde ihtiyacını karşılamak amacıyla çiğ sütü toplayan, gelişmiş teknolojilerle ülkemiz ve uluslar arası standartlarına uygun olarak işleyen, elde ettikleri ürünleri yurt içi ve yurt dışında pazarlayabilen işletmelerden oluşmaktadır. Dünyada süt sanayinin hızlı gelişme göstermesi ve Türkiye’de özel sektörün bu konudaki faaliyetlerinin yetersiz kalması nedeniyle Türkiye Süt Endüstrisi Kurumunun (TSEK) üreticinin ürettiği sütü işlemek ve değerlendirmek, özel sektörü teşvik ve ona önderlik ederek süt üretimi ve sanayisinin gelişmesini sağlamak amacıyla 30 Nisan 1963 tarih ve 227 sayılı kanunla kurulmuştur ⁴.

Kuruluşundan sonra TSEK bir taraftan süt sanayinin tanınma ve gelişmesine diğer taraftan süt sığırcılığının gelişmesine önemli katkılar sağlamıştır. Ancak; küreselleşme faaliyetlerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan özelleştirme uygulamaları diğer sektörlerin yanı sıra hayvancılık sektörü üzerinde önemli etkiler yaratmıştır. Bu uygulamalar çerçevesinde üretim sektörünün birer lokomotif ve aynı zamanda çok önemli sosyo-ekonomik denge ve istikrar unsurları olan Et ve Balık Kurumu, TSEK ve Yem Sanayii A.Ş. gibi KİT’ler özelleştirilme kapsamına alınmıştır. Daha sonra TSEK ve Yem Sanayii tamamen, EBK ise kısmen özelleştirilmiştir ⁵. Bu uygulama özellikle süt üreticilerini, piyasadaki süt toplayıcıları ile sanayicinin insafına terk etmiş ve süt fiyatları üretim maliyetleri dikkate alınmadan önemli oranda sanayici ve toplayıcılar tarafından tek yanlı olarak belirlenebilir hale gelmiştir.

Süt sanayi işletmeleri ve mandıralar çok sayıda işletmeden hammadde satın alıp bunu işleyerek toptancı ve perakendeciler aracılığıyla pazarlamaktadırlar ve bu süreç içerisinde piyasada pazarlık gücünü ellerinde tutabilmektedirler. Piyasa gücü bir firmanın bir mal veya hizmetin piyasa fiyatını değiştirebilme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir. Piyasa gücü kavramını ortaya koya-

bilmek için yoğunlaşma terimi kullanılmaktadır. Yoğunlaşma kavramı aracılığıyla, ekonominin veya bir sanayi dalının kaç firma tarafından hangi oranlarda kontrol edildiğinin ortaya konulması ve değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Yoğunlaşmayı belirleyen faktörlerin niteliği ve ağırlığı ülkeler arasında olduğu kadar ülke içerisinde farklı sektörlerde de değişimler gösterilmektedir. Ancak; yoğunlaşmaya neden olan temel faktörleri, ölçek ekonomileri ve pazarın büyüklüğü, teknolojik gelişme, giriş engelleri, reklam, birleşme, kamu politikaları olarak sıralayabiliriz ⁶.

Yoğunlaşma kavramı, bir piyasada var olan yapının ne ölçüde rekabete açık olduğunun bir göstergesidir. Yoğunlaşma, genel olarak piyasadaki firma sayısı ile bağlantılı bir kavram olmakla birlikte, firma sayısının fazla olmasının rekabet şartlarının oluştuğunu garantilemesi mümkün değildir. Bir piyasanın yapısı, o piyasada aktör olarak yer alan firmaların davranış biçimlerini belirlediği gibi, bu davranış biçimleri de sektördeki fiyat, mal vb. dengeleri belirler. Teorik tam rekabetçi piyasa modeli için geçerli olan bu hususlar, bazen iki firmanın yer aldığı piyasalarda (oligopol) bile görülebilmekte, hatta kimi durumlarda esneklik oranı yüksek talebe sahip olan piyasalarda tekel konuma sahip firmalar için de bu rekabetçi fiyat düzeyi esas olabilmektedir ⁷.

Türkiye’de bugüne kadar yapılan çalışmalarla farklı sektörlerde firma yoğunlaşma oranları belirlenerek sektörlerin rekabet durumu ve piyasa yapısı ortaya konulmuştur. Bu amaçla yapılan bir araştırmada⁸, Türkiye’de süt ve süt ürünleri sektöründe oligopson yapının var olduğu ortaya konulmuştur. Türkiye’de hayvancılık sektörünün dışındaki diğer sektörlerde ve gıda sanayinin de içinde bulunduğu sektörlerde yapılan çalışmalarla firma yoğunlaşma oranları ve rekabet durumu incelenmiştir ^{6,9-11}.

Bu çalışmada; süt sığırcılığında son yıllarda büyük ilerleme sağlayan Türkiye’nin önde gelen süt üretim merkezlerinden biri olan Burdur ilinde çiğ süt satın alan süt sanayi işletmeleri ve mandıralarda firma yoğunlaşma oranlarının ortaya konulması amaçlandı. Firma yoğunlaşma oranlarının ortaya konulmasının sektöre yönelik alınacak önlem ve uygulanacak politikalara yön vermede faydalı olabileceği düşünülmektedir.

MATERYAL ve METOT

Bu çalışmanın materyalini Burdur İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliğine üye işletmelerin 1 Ocak 2008 - 31 Aralık 2008 dönemi arasında üretmiş oldukları sütleri kooperatifler kanalı ile pazarlayan süt üreticilerine ait veriler oluşturmuştur. Bu amaçla süt teşvik primi için

hazırlanan icmaller derlenerek bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Araştırma kapsamında toplam 175 adet kooperatif kanalı ile (72 adet sulama kooperatifi, 97 adet tarımsal kalkınma kooperatifi ve 6 adet pazarlama kooperatifi) pazarlanan süt miktarları ve bu sütleri alan 19 adet süt sanayi işletmesi verileri incelenmiştir.

Çalışmada yoğunlaşma ölçütlerinden M firma yoğunlaşma oranı (CR₄, CR₈) Herfindahl veya H index, Entropy indeksi ve kapsamlı yoğunlaşma endeksi (CCI) değerleri hesaplanarak firma yoğunlaşma oranları hesaplanmıştır ^{6,12,13}.

Yoğunlaşma Oranı; yoğunlaşma ölçütleri arasında en eski ve yaygın olarak kullanılan yöntemdir.

$$CR_m = \frac{1}{X} \sum_{i=1}^m X_i = \sum_{i=1}^m P_i$$

Burada; X_i = i. Firma için X değişkeninin değeri,

$$P_i = \frac{X_i}{X}$$

i. Firmasının toplam içindeki oranı veya i firmasının payı,

$$X = \sum_{i=1}^m X_i$$

tüm sanayi için X değişkenlerinin toplamı

m = firma sayısı

CR_m = En büyük M firmasının toplam piyasa payı içindeki payıdır.

M değeri geleneksel olarak dört, sekiz veya 20 olarak alınır. Firma sayısının belirlenmesinde ve yoğunlaşmanın var olduğu noktayı belirleyen kritik düzeyi saptamada objektif bir temel yoktur ve seçme işi isteğe bağlıdır. Ancak genellikle dört firma analizleri için %50-55, sekiz firma analizleri için %70 yoğunlaşma düzeyi yoğunlaşma için başlangıç noktası olarak alınabilir ⁶. Bu çalışmada CR₄ ve CR₈ değerleri hesaplanmıştır.

Herfindahl veya H indeksi; H indeksi firma piyasa paylarının karelerinin toplamından oluşur.

$$H = \sum_{i=1}^n P_i^2$$

P_i²; firma piyasa paylarının karelerinin toplamı

Bu endeks hem tüm dağılımı hesaba kattığı için hem de firma sayısındaki azlık ve firma büyüklükleri arasındaki değişikliklere hassas olduğu için iyi bir ölçüttür. H indeksi sanayide tek bir firma varsa en yüksek değeri olan bire ulaşır. Eğer firmalar eşit büyüklükte ise en küçük değeri olan 1/n e düşer. Firma büyüklükleri arasındaki eşitsizlik arttıkça H değeri yükselir ve n sayısı arttıkça H değeri azalır ⁶.

Kapsamlı Yoğunlaşma Endeksi; Bu endeks değeri H endeks değerinden türetilmiş olup ilgili sektördeki büyük firmaların etkisinin daha fazla dikkate alınması amacıyla geliştirilmiştir. Böylece H endeksi veya diğer endeks- lere göre hem göreceli yayılma hem de mutlak büyü- lük daha etkili olmaktadır. Bu endeks sektördeki lider firmanın payına diğer firmaların ağırlık katsayısının çar- pımı ile bulunmuş olan paylarının karelerinin eklenmesi suretiyle hesaplanmaktadır. Endeksin değer aralığı 0 ile 1 arasında olup endeks 1'e yaklaştıkça sektörde tekel durumu söz konusu olmaktadır ¹².

$$CCC = S_1 + \sum_{i=2}^n s_i^2 (1 + (1 - s_i))$$

S₁; piyasadaki en büyük paya sahip olan firmanın payı;

s_i; i firmasının piyasa payıdır

Entropy Endeksi; Bu endeks H endeksi ile aynı özelliklere sahiptir.

$$E = \sum_{i=1}^n P_i \log \left(\frac{1}{P_i} \right)$$

P_i; i firmasının toplam içindeki oranı

Entropy değeri 0 ile logaritma n arasında gerçekleşir. Sıfıra yakın değerler monopol ve oligopol piyasalarına yakınlık yani yüksek yoğunlaşma, olarak yorumlanır ^{6,12}.

BULGULAR

Burdur süt üretiminde Türkiye'nin son yıllarda önemli gelişme gösteren merkezlerinin başında gelmektedir. Büyükbaş hayvan varlığının ıslahı, verim özelliklerinin iyileştirilmesi amacıyla Türkiye'de uzun yıllar boyunca önemli faaliyet ve çalışmalar yürütülmüştür. Bu alanda en fazla ilerleme sağlanan iller arasında Burdur ili gelmektedir. Türkiye'de büyükbaş hayvan varlığının %32.73'ü saf kültür ırklarından oluşurken, Burdur ilinde saf kültür ırkı hayvan varlığı, toplam hayvan varlığının %87.34'ünü oluşturmaktadır ². Bu veriler sağlanan ilerlemenin ortaya konulması açısından oldukça dikkat çekicidir. İlde sağlanan gelişme ve ilerlemenin Türkiye'den daha hızlı bir iyileşme ve gelişme gösterdiğini ortaya koymaktadır. Hayvan varlığı ve sürü kompozisyonunda sağlanan bu ilerleme süt üretiminde de kendini göstermiştir. *Tablo 1*'de Burdur ili ve Türkiye geneli süt üretim değerleri gösterilmiştir ².

Tablo'dan görüleceği üzere Burdur ili 2003 yılında

Tablo 1. 2003-2008 yılları arasında Burdur ili ve Türkiye süt üretimleri**Table 1.** Milk production between 2003 and 2008 in Turkey and Burdur province

Yıllar	Burdur (Ton)	Türkiye (Ton)	Burdur İlinin Payı (%)
2003	191916	7490634	2.56
2004	154852	9514138	1.63
2005	184430	9609326	1.92
2006	203315	10026202	2.03
2007	217058	10867302	2.00
2008	223663	11279340	1.98

Türkiye büyükbaş hayvanlardan elde edilen süt üretiminin %2.56'sına sahiptir. Bu oran 2008 yılında ise %1.98 düzeyine gerilemiştir. Burdur ilinin Türkiye Gayrisafi Yurt İçi Hâsılasının %0.32'sine sahip olduğu göz önüne alındığında ilin ekonomisinde süt üretiminin önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Burdur ilindeki süt sığırcılığı faaliyetinin gelişimini ortaya koyan önemli bir gösterge de işletmelerin soy kütüğü ve ön soy kütüğü sistemine kayıtlı olmalarıdır. Burdur ilindeki toplam 21639 adet süt sığırcılığı işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerden %22.77'si soy kütüğü sistemine, %77.23'ü ise ön soy kütüğü sistemine kayıtlıdır. Diğer bir ifadeyle ilde kayıtlı ve bilinçli yetiştiricilik yapılıması yönünde önemli gelişme ve ilerlemeler yaşandığı anlaşılmaktadır ¹⁴. Bu bulgu üretimde ihtisaslaşma ve işletme büyüklüğünün artmasının, süt sığırcılığının gelişmesine olumlu katkı sağlaması açısından ilin potansiyelini de ortaya koymaktadır.

Süt sığırcılığının gelişmesi ve süt üretiminin miktar ve kalite olarak artması süt sanayinin gelişmesine bağlıdır. Süt üretimi ve süt sanayinin sağlıklı gelişmesi uygun piyasa ortamı ve etkileşiminde mümkündür. Araştırma kapsamına alınan Burdur ilinde çiğ süt pazarlanmasında yer alan sanayi işletmelerinin firma yoğunlaşma oranları **Tablo 2'**de sunulmuştur.

Burdur ilinde çiğ süt alımında yer alan firmaların yo-

Tablo 2. Burdur ilinde çiğ süt satın alan süt sanayi işletmelerinde firma yoğunlaşma oranları**Table 2.** Firm concentration ratio of dairy industry in raw milk marketing in Burdur province

Endeks Adı	Değeri
CR4 (%)	78.54
CR8 (%)	92.11
Kapsamlı yoğunlaşma Endeksi CCI	0.6033
Herfindahl veya H Endeksi	0.2193
Entropy Endeksi	0.2341

ğunlaşma oranları için hesaplanan CR₄ değeri %78.54; CR₈ değeri %92.11; CCI endeksi 0.6033; H endeksi değeri 0.2193 ve Entropi endeksi ise 0.2341 olarak hesaplanmıştır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Süt sığırcılığı Türkiye'de büyükbaş hayvanlardan elde edilen hayvansal üretiminin sürdürülebilir olmasının anahtarı konumundadır. Dolayısıyla hayvansal üretimin devamlılığı ve istenilen gelişmelerin sağlanması açısından, sürdürülebilir olmasının anahtarı konumundadır. Hayvancılığın temel yapısal sorunları arasında ıslahı ve verimlilik, kaliteli kaba yem eksikliği, finansman yetersizliği, üretim kesiminin dağınıklığı ve iyi işlemeyen örgütlenme, pazarlama problemleri ve sanayi entegrasyonunun iyi işlememesi gelmektedir.

Süt sanayi işletmelerinde; hammadde temini ve kalitesi, finansman yetersizliği, rekabetin güçlülüğü, sokak sütüyle haksız rekabet ortamının olması, talep yetersizliği, düşük kapasite kullanımı, kalifiye eleman sorunu ve süt tozu ithalatı başlıca sorunlar arasında gösterilmektedir ¹⁵.

Üretim ve sanayi kesiminin sorunları birlikte değerlendirildiğinde Türkiye'de süt ve süt ürünleri endüstrisinde problemin kaynağını örgütlenme yetersizliği ve piyasa yapısı oluşturmaktadır. Bunun nedeni sütün hızlı ve etkin pazarlama zorunluluğu gerektiren bileşimi ile sınırlı sayıdaki süt sanayi işletmeleri karşısında üreticilerin örgütlenme eksikliği ve/veya işlevsizliği nedeniyle üretici aleyhine oluşan piyasa fiyatları süt sığırcılığının gelişmesinin önündeki en önemli engel ve üretimin sürdürülebilirliğini tehdit eden unsur olarak varlığını korumaktadır.

Sütün çabuk bozulan yapısı ve kısa sürede işlenmesinin gerekliliği iyi işleyen ve üretim ve sanayi kesiminin karşılıklı hak ve çıkarlarını koruyan bir entegrasyonu zorunlu kılmaktadır. Bu entegrasyonun kurulup sürdürülebilir olarak işletilebilmesindeki en önemli noktayı hiç şüphesiz uygulanan fiyat ve alım politikaları oluşturmaktadır. Uygun olmayan diğer bir ifadeyle üretim maliyetlerinden bağımsız olarak oluşturulan fiyat ve alım politikasının üretimde daralmalara neden olduğu yaşanan gelişmelerle defalarca test edildi. Bu gibi olayların tekrarlanmaması, üretimde devamlılığın sağlanabilmesi ve sanayicinin hammadde bulamamaktan kaynaklanan sorunlarının ortadan kaldırılması üretim sanayi entegrasyonunun sağlanmasına bağlıdır. Diğer yandan süt sanayi işletmelerinde ölçeğin veriminden faydalanmak uygulanan alım politikaları ve mevcut piyasa yapısı ve işleyişi ile de yakından ilgilidir.

Türkiye’de hayvansal protein tüketimi hem dünya ortalaması hem de AB ortalamasının gerisinde kalmaktadır. Bu düşük tüketim değerlerine diğer faktörlerin yanı sıra süt ve et ürünlerinin fiyatları da etkili olmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de hayvansal üretim sorunlarının çözülmesinde farklı bakış açısı ve bütüncül yaklaşımların gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Türkiye’de süt üretiminin artırılması önemli oranda pazarlama problemlerinin ortadan kaldırılması ve süte iyi işleyen bir pazar organizasyonunun sağlanması ile yakından ilgilidir. Çünkü süt çabuk bozulan yapısından dolayı hızla ürüne dönüştürüleceği, sanayi işletmelerine ulaştırılabileceği bir organizasyona ihtiyaç duymaktadır. Bu pazarlama organizasyonu ve/veya sanayi entegrasyonu üretimin karlı ve verimli olarak sürdürülmesinde anahtar konumdadır ve sektöre yönelik çözüm önerilerinde ilk sırada çözülmesi gereken problem olarak düşünülmelidir.

Az sayıda firmanın piyasanın büyük bir kısmını kontrol etmesi veya bir sanayide faaliyet gösteren başlıca firmaların küçük bir grup tarafından kontrol edilmesi olarak ortaya çıkan yoğunlaşma olgusu toplumun ekonomik, sosyal ve politik yapısı ile ilgili önemli sonuçlar yaratır ^{6,16}.

Bugün hayvansal üretimde yaşanan problemlerin başında yukarıda belirtilen noktayı göz önüne almadan ortaya konulan politikalar önemli oranda etkili olmuştur. Bu tip hatalı politika uygulamalarının başında Süt Endüstrisi Kurumunun özelleştirilmesi gelmektedir. Bu özelleştirme sürecinde, üretici kesimin örgütsüz yapısı, pazarlama kanallarının uzunluğu ve iyi işlemeyişi, çiğ sütün pazarlanmasında piyasa müdahale araçları olmadan kamunun süt pazarından çekilmesi bir takım olumsuzlukların yaşanmasına neden olmuştur. Bu süreçte yerli ve/veya yerli ortaklı çokuluslu şirketler piyasaya girmekte ^{3,8}, piyasanın paylaşımı ile rekabete kapalı yapılar doğmakta, bu ortamda gerileyen hammadde fiyatları nedeniyle üretici gelirleri azalmakta, işletmelerin üretim yapıları zayıflamaktadır.

Et, süt gibi birincil ürünlerin dayanıksız ve kolay bozulabilir olmaları veya depolama maliyetlerinin çok büyük olması; üreticileri sıkıntıya sokmakta ve pazarlamada yaşanan sıkıntılar, üreticinin üretimden vazgeçmesine yol açmaktadır. Oysa bu tip sektörlerde piyasayı düzenleyici, gerektiğinde müdahale alımı ve depolama yapabilecek müdahale kurumlarına ihtiyaç vardır. AB uyum süreci de bu yapılanmayı gerektirmektedir. Öte yandan özelleştirme uygulamaları üzerine yapılan araştırmalar, yalnızca kamu mülkiyetinin, özel sektöre devrinin, ekonomide etkinlik ve verimliliği sağlamak için yeterli olmadığını göstermektedir ³. Yapılan çalışmalarda yukarıda belirlenen yönde bir piyasa yapısının oluşmaya başla-

dığını ortaya koymuştur. Hatırlı ¹⁷ Türkiye’de süt ve süt ürünleri sektöründe perakende seviyesinde oligopol pazar yapısının olduğunu ortaya koymuştur. Kayta ve ark.¹⁶ süt ürünleri için firma yoğunlaşma oranlarını CR₄, CR₈ ve H endeks değerlerini %4.23; 68.62 ve 0.1057 olarak ve yoğunlaşma oranlarını yoğunlaşma başlangıç değeri olarak kabul edilen sınır değerlere yakın olarak bildirmiştir.

Bu çalışmada hesaplanan endeks değerleri süt sanayi işletmelerinin hammadde tedarikinde yoğunlaşma düzeylerinin oldukça yüksek olduğu ortaya konulmuştur (*Tablo 2*). Süt sanayinde elde edilen firma yoğunlaşma oranları daha önce farklı sektörlerde yapılan çalışmalarda bildirilen değerlerden daha yüksek bir yoğunlaşma olduğunu ortaya koymuştur ^{6,16,17}. Bu durum; süt pazarlamasında üreticilerin haksız rekabetle karşı karşıya kaldıklarını ve fiyatın önemli oranda süt sanayi işletmeleri ve mandıralar tarafından üretim maliyetlerinden bağımsız olarak belirlendiğini ortaya koymuştur. Son zamanlarda yaşanan gelişmeler ve üreticilerin damızlık inekleri kesime sevk etmelerinin altında bu neden yatmaktadır. Bunda etkili olan en önemli faktörler arasında süt sığırcılığında etkili ve iyi işleyen, amaca yönelik fonksiyonel örgütlenme yetersizliği, kamu ve/veya üretici örgütlerinin piyasaya müdahale edici veya piyasayı düzenleyici araçlardan yoksun oluşu gösterilebilir.

Süt sanayi işletmeleri veya mandıralarda yoğunlaşma oranının artması ile alıcı firmalar arasında en azından zımni bir anlaşma veya benzer tarzda alım politikası oluşturarak karlarını maksimize edebilme imkanlarını sağlayabilecekleri bir piyasa ortamının oluşabileceği açıktır. Burada hiç şüphesiz alıcı firmaların birbirleri hakkında doğru bilgi sahibi olmaları, kapasite tahminleri ve davranış tarzları hakkında doğru tahminde bulunabilme olasılığının yüksek olması söz konusu olmaktadır. Bu durum ise süt üreticileri aleyhine işleyen yapının ortaya çıkmasına neden olmakta ve özellikle sektörde süt fiyatının üretici aleyhine yönelik oluşumunda etkili olmaktadır ¹⁶.

Türkiye’de süt sığırcılığı büyükbaş hayvansal ürünlerin üretiminde önemli bir konumdadır. Dolayısıyla temel hayvansal ürünlerden et ve süt üretiminin arzu edilen miktar ve kalitede üretimi için iyi işleyen bir piyasa organizasyonunun gerekliliği açıktır. Bunun için uzun vadede piyasaya müdahale alımı yapabilecek organizasyonun ne kadar önemli olduğu bu araştırma sonuçları ile ortaya konulmuştur. Bu süreçte kısa vadede yapılacak işlemler arasında ulusal süt konseyinin sürece aktif olarak katılımı, yönetmelikle kendisine verilen görevleri ¹⁸ yerine getirerek sürece müdahil olabilecek adımları atacak önlemleri alması gerekmektedir. Kamunun piyasa düzenlemeleri için sürece katılımında ve

AB'de olduğu gibi müdahale kurumları oluşturulması ve üreticiler için fiyat ve pazar istikrarı sağlayacak önlemlerin alınması gereklidir ¹⁹.

Süt endüstrisinde fiyat istikrarının sağlanması önemli oranda var olduğu ortaya konulan oligopson yapının ortadan kaldırılmasına bağlıdır. Bunun için üretim sürecinde işletme ölçeklerini büyütecek, üretimin nicelik ve nitelik olarak geliştirilmesine imkan tanıyacak teknik ve ekonomik önlemlerin uygulamaya konulması gerekmektedir. Süreçte istenilen başarıya ulaşmak için rekabet ortamının oluşmasını sağlayacak adımlar mutlaka atılmalı ve üretici aleyhine fiyat oluşmasının ortadan kaldırılması gereklidir. Sanayi kesiminde ise haksız rekabeti ortadan kaldıracak firmalar arasında rekabet ve kaliteli üretimi özendirecek önlemler alınmalıdır. Süt üreticileri ise bu rekabet ortamında sanayinin istediği miktar ve kalitede süt üretimini gerçekleştirmelidir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada kullanılan verilerin elde edilmesindeki yardımlarından dolayı Burdur İli Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği çalışanlarına, yöneticilerine, süt üreticilerine ve katkılarından dolayı Prof. Dr. Orhan ÇOBAN'a teşekkür ederim.

KAYNAKLAR

- 1. Tekinşen OC, Tekinşen KK:** Süt ve süt ürünleri temel bilgiler teknoloji kalite kontrolü. 1. Baskı. s. 1-10. Selçuk Üniversitesi Basımevi, Konya, 2005.
- 2. Anonim:** Türkiye istatistik kurumu, tarım istatistikleri. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=46&ust_id=13. Erişim tarihi: 10 Aralık 2009.
- 3. Anonim:** Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı. Gıda sanayii özel ihtisas komisyon raporu. s. 3-5. Ankara, 2007.
- 4. Büyükkılıç D, Arpacioğlu H:** Süt ve süt ürünleri sanayinde firmalar arası verimlilik karşılatırmaları. MPM Yayın NO, 406, Ankara. 1990
- 5. Aral S, Cevger Y:** Türkiye'de Cumhuriyet'ten günümüze izlenen hayvancılık politikaları. *Türkiye 2000 Hayvancılık Kongresi*, 31 Mart - 2 Nisan 2000, Kızılcahamam, Ankara. 2000.
- 6. Kazan A, Atan M:** Türkiye'nin 500 büyük firması için yoğunlaşma hesaplamaları. *V. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Marmara Üniversitesi, Antalya-Belek, 14-16 Mayıs 1999.
- 7. Zeybek A:** Türkiye sanayi yapısının yoğunlaşma verileri kapsamında irdelenmesi. Hazine Müsteşarlığı Teşvik ve Uygulama Genel Müdürlüğü, *Uzmanlık Tezi*, Ankara. 2005.
- 8. Hatırlı SA, Özkan B:** Türkiye süt ve süt ürünleri sektöründe oligopson gücünün araştırılması. *Türkiye VI tarım Ekonomisi Kongresi*, s. 518-524, 16-18 Eylül, Tokat, 2004
- 9. Aktaş E, Yurdakul O:** Türkiye'de un sanayi sektörünün analizi. Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü/e-dergi/cilt 81/82001. <http://sosyalbilimler.cukurova.edu.tr/dergi/dosyalar/2001.8.8.376.pdf>. Erişim tarihi: 14 Eylül 2009.
- 10. Erlat G:** Yoğunlaşma ve verimlilik çerçevesinde Bursa tekstil sektöründe piyasa yapısı. 2009. <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10663.pdf>. Erişim tarihi: 3 Ocak 2010.
- 11. Koç AA, Bölük G, Aşçı S:** Gıda güvenliği ve kalite standartlarının gıda İmalat sanayinde yoğunlaşmaya etkisi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 16, 83-115, 2008.
- 12. Yayla M:** Türk bankacılık sektöründe yoğunlaşma ve rekabet: 1995-2005. *J BRSA*, 1, 35-60, 2007.
- 13. Camadan E:** LPG piyasası izleme faaliyetleri ve Türkiye LPG piyasasındaki yoğunlaşma düzeyi üzerine bir değerlendirme, *Enerji Piyasası Bülteni*, 1, 6-7, 2009.
- 14. Anonim:** Burdur İl Tarım Müdürlüğü Verileri. Yayınlanmamış, 2009.
- 15. Koyubenbe N, Konca Y:** İzmir ili Ödemiş ilçesi süt sanayindeki gelişmeler üzerine bir araştırma. *Hayvansal Üretim*, 47 (1): 47-53, 2006.
- 16. Kaytaç M, Altın S, Güneş M:** Türkiye İmalat sanayinde yoğunlaşma, <http://arsiv.mmo.org.tr/pdf/10104.pdf>. Erişim tarihi: 14 Eylül 2009.
- 17. Hatırlı SA:** Is the fluid milk subsector competitive in Turkey. *Turk J Vet Anim Sci*, 28, 663-668, 2004.
- 18. Anonim:** Resmi Gazete. Ulusal süt konseyi kuruluş ve çalışma esasları hakkında yönetmelik, Sayı 27006. Ankara, 2008.
- 19. Demir P, Aral S:** Kars ili süt sanayi işletmelerinde üretim ve sanayi entegrasyonunun ekonomik ve sosyo-ekonomik analizi. *Kafkas Univ Vet Fak Derg*, 16 (4): 585-592, 2010.