



The Importance of Ovine Livestock in Rural Development and Prevention of Red Meat Gap: Problems in The Case of Kastamonu Province and Applicability of Clustering

Orhan Kandemir^{1,a,*}, Tahir Benli^{2,b}

¹Department of Economics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kastamonu University, 37200 Kastamonu, Turkey

²Department of International Trade and Logistics, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Kastamonu University, 37200 Kastamonu, Turkey

*Corresponding author

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Research Article</i></p> <p>Received : 03/01/2019 Accepted : 07/01/2019</p> <p>Keywords: Rural development Red meat gap Ovine livestock Clustering Kastamonu</p>	<p>The fact that red meat consumption is sufficient today is one of the indicators of the development levels of countries. But the lack of the sufficient red meat production in Turkey brings about rising meat prices and decreasing red meat consumption. This situation makes the import mandatory. Many of regions as Kastamonu in Turkey with wide rangelands and forested areas is very suitable for ovine breeding. In this context, the aim of this study is to determine the problems of ovine producers in order to provide rural development in Kastamonu province and to investigate the solution of these problems by clustering. In order to reach this aim, the sector's problems and the producers' perspectives to the cluster in the solution of these problems have been tried to be determined by interviews with the producers in the province.</p>

Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi 7(4): 672-683, 2019

Kırsal Kalkınma ve Kırmızı Et Açığını Önlemede Küçükbaş Hayvancılığın Önemi: Kastamonu İli Örneğinde Sorunlar ve Kümelenenin Uygulanabilirliği

MAKALE BİLGİSİ	ÖZ
<p><i>Araştırma Makalesi</i></p> <p>Geliş : 03/01/2019 Kabul : 07/01/2019</p> <p>Anahtar Kelimeler: Kırsal kalkınma Kırmızı et açığı Küçükbaş hayvancılık Kümelene Kastamonu</p>	<p>Bugün kırmızı et tüketiminin yeterli düzeyde olması ülkelerin gelişme düzeylerinin göstergelerinden birisidir. Fakat Türkiye'de yeterli kırmızı et üretiminin olmaması, fiyatların yükselmesine ve kırmızı et tüketiminin düşmesine yol açmaktadır. Bu durum ithalatı zorunlu hale getirmektedir. Türkiye'de Kastamonu gibi birçok bölge, geniş meraları ve ormanlık alanları ile küçükbaş hayvancılığa fazlasıyla uygundur. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Kastamonu İlinde kırsal kalkınmanın sağlanması için, küçükbaş hayvan üreticilerinin sorunlarını tespit ederek, bu sorunların kümelene yolu ile çözülebileme durumunu araştırmaktır. Bu amaca ulaşmak için, İlde bulunan üreticiler ile görüşmeler yapılarak, sektörün sorunları ve bu sorunların çözümünde kümelene olgusuna bakış açıları belirlenmeye çalışılmıştır.</p>

^a okandemir@kastamonu.edu.tr

^b <https://orcid.org/0000-0002-9274-3420>

^c tbenli@yahoo.com

^d <https://orcid.org/0000-0001-6380-3562>



Giriş

Türkiye genelinde olduğu gibi Kastamonu İlinin en önemli sorunlarının başında, kırdan kente yönelen hızlı göç süreci ve bunun sonucunda kırsal kesimdeki verimli tarım topraklarının ve hayvancılığa uygun meraların atıl kalması gelmektedir. Türkiye’de hızlı kentsel nüfus artışına karşın, hayvansal ürünlerin üretiminin aynı düzeyde arttırılamaması ilgili ürünlerin fiyatlarının yüksek olmasına, dolayısıyla yeterli düzeyde tüketilememesine yol açmaktadır.

Tablo 1’de görüldüğü gibi, 2016 yılında, 2015 yılına göre büyük ve küçükbaş hayvanların ürünlerinden, inek sütü haricindeki tüm ürünlerin fiyatlarında artış ortaya çıkmıştır. Oysaki yine TÜİK verilerine göre 2016 yılsonu itibariyle bir önceki yılın aynı ayına göre tüketici fiyatları endeksi değişim oranı ürünler genelinde %8,53 olarak gerçekleşirken, gıda ve alkolsüz içeceklerde ise %5,65 düzeyinde gerçekleşmiştir. Tabloda görüldüğü gibi süt ve

et ürünleri artış oranları tüketici fiyat endeksinin oldukça üzerindedir. Bu durum tüketicilerin alım gücünü önemli ölçüde düşürmektedir.

Eğer Türkiye’de Kastamonu İli gibi uygun bölgelerde küçükbaş hayvancılık geliştirilebilirse Türkiye et ithal eden ülke olmaktan kurtulacak, halk makul fiyatlarda et tüketebilecek, kırsal kalkınma ile şehirlere nüfusun kontrolsüz yığılmasının önüne geçilebilecektir. Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından uygulamaya konulan Milli Tarım Projesi ile tarım ve hayvancılıkta yeni bir dönem başlamış olup, “Mera Hayvancılığı Yetiştirme Bölgeleri” olarak 25 il seçilmiştir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2016). Bu iller arasında geniş ormanlık ve mera alanına sahip Kastamonu İli de vardır. Bütün bunlara rağmen Tablo 2’de görüldüğü gibi, 2017 ve 2000 yılları karşılaştırıldığında, Türkiye genelinde küçükbaş hayvan varlığı artarken, İl genelinde düşmüştür.

Tablo 1 Hayvansal ürün fiyatları ve bir önceki yıla göre değişim oranları, 2016*

Table 1 Animal product prices and exchange rates compared to the previous year, 2016

Hayvansal ürünler	Fiyat		Değişim (%)
	2015	2016	
Süt			
Koyun sütü	2,01	2,24	11,6
Keçi sütü	1,89	2,27	20,0
İnek sütü	1,16	1,15	-0,8
Manda sütü	3,17	3,56	12,2
Et			
Koyun eti	20,72	24,24	17,0
Keçi eti	18,85	22,22	17,9
Sığır eti	21,14	25,03	18,4
Manda eti	19,17	22,69	18,4

*Kaynak: TÜİK (2017)

Tablo 2 Küçükbaş hayvan sayıları değişimi (2000-2017)*

Table 2 Number of sheep and goats exchange (2000-2017)

Yıllar	Türkiye		Kastamonu	
	Koyun (baş)	Keçi (baş)	Koyun (baş)	Keçi (baş)
2000	28.492.000	7.201.000	97.800	41.470
2001	26.972.000	7.022.000	91.530	30.460
2002	25.173.706	6.780.094	81.413	26.587
2003	25.431.539	6.771.675	74.711	21.408
2004	25.201.155	6.609.937	79.497	22.788
2005	25.304.325	6.517.464	80.755	20.445
2006	25.616.912	6.643.294	83.710	20.122
2007	25.462.293	6.286.358	70.653	18.217
2008	23.974.591	5.593.561	66.289	17.458
2009	21.749.508	5.128.285	57.278	13.202
2010	23.089.691	6.293.233	54.569	15.692
2011	25.031.565	7.277.953	62.341	21.059
2012	27.425.233	8.357.286	69.224	24.473
2013	29.284.247	9.225.548	72.180	26.486
2014	31.140.244	10.344.936	72.354	26.622
2015	31.507.934	10.416.166	70.074	30.369
2016	30.983.933	10.345.299	69.018	30.372
2017	33.677.636	10.634.672	63.944	28.872

*Kaynak: TÜİK Bölgesel İstatistikler.

Mevcut potansiyeli nedeniyle, Millî Tarım Projesinde mera hayvancılığına uygun il olarak belirlenen Kastamonu'da, küçükbaş hayvan sayısının azalması bu çalışmanın önemini daha da arttırmaktadır. Çalışmada küçükbaş hayvan üreticilerinin sorunlarının tespit edilerek, kümelenme yoluyla bu sorunların çözümünün daha kolay olup olmadığı tartışılacaktır.

Kümelenme bir süreç olarak aşağıdaki üç temel aşamayı kapsamaktadır (Sayın ve ark., 2012: 630-631);

Küme analiz aşaması: Bu aşamada rekabet avantajı için ürün ve pazar araştırması yapılarak aday kümeler belirlenir.

Küme geliştirme aşaması: Bu aşamada kümelenmenin sağlanması için gerekli yol haritası belirlenir. Kümeyi oluşturacak unsurlar arasında güven tesisi için sosyal ilişkiler geliştirilmeye çalışılır.

Küme olgunluk evresi faaliyetleri: Bu aşamada, kümenin sürekliliğinin ve gelişiminin sağlanması için sürdürülebilirlik modeli ortaya konulur. Fakat bu sayılan aşamaların uygulanması her ülkenin sosyal, kültürel ve ekonomik şartlarına göre farklılıklar göstermektedir (Sayın ve ark., 2012:630-631).

Kümelenme aşamaları dikkate alındığında bu çalışma ile kümelenme sürecinin yukarıda bahsedilen 1. aşaması olan "küme analizi aşaması" gerçekleştirilmiş olacaktır. Bu çalışmada, aynı zamanda üreticilerin kümelenmeye karşı bakış açıları tespit edilerek, kümelenmenin yapılabilirliği yanında kümelenme sürecindeki önceliğin, üretim yönünde mi yoksa pazarlama yönünde mi olacağı tespit edilmeye çalışılacaktır.

Beşeri Kalkınma Bağlamında Kırmızı Et Tüketiminin Önemi ve Türkiye'nin Mevcut Durumu

Dünya nüfusunun gittikçe artması nedeniyle, insanların yeterli beslenebilmesi konusu her zaman önemini korumaktadır. İnsanların dengeli beslenmesinin yeterli hayvansal protein almasına bağlı olması, gelişen teknoloji ve sanayileşme politikalarına rağmen hayvancılık sektörünün stratejik önemini artırmaktadır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017). Kırmızı et tüketimi, insanların beslenmesinde önemli olduğu gibi, ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin de göstergesidir (Saygın ve

Demirbaş, 2017).

Küresel anlamda hayvancılık üretiminde büyük bir artış olmasına rağmen, tüketim düzeyi dünya ülke ve bölgeleri arasında oldukça eşitsizdir. En az et tüketen bölgeler Afrika ve Güney Asya'dır. Genel olarak bakıldığında kişi başına düşen et tüketiminin ana belirleyicisinin servet düzeyi olduğu görülmektedir. Gelişmiş bölgelerde aşırı et tüketimi olmasına rağmen, birçok gelişmekte olan ülkede, hayvansal ürünlerin üretim ve tüketiminin teşvik edilerek fiziksel ve zihinsel sağlık ve zindeliğin geliştirilmesine katkı sağlanması zorunlu görülmektedir (Speedy, 2003).

FAO (2018) verilerine göre 70 kg ağırlığındaki yetişkin bir insanın günlük ortalama enerji gereksinimini karşılayabilmesi için günde 52,5 gram protein alması gereklidir. Bu nedenle kırmızı et tüketiminin yeterli olmaması sağlıksız bireyler anlamına gelmektedir. Dolayısıyla ülkede yeterli düzeyde kırmızı et üretilmesi ve halkın bu eti makul fiyatlardan satın alabilmesi önemli bir husustur.

Tablo 3'de görüldüğü gibi, Türkiye'de et fiyatları, sığır, keçi, koyun gibi tüm üretim kalemlerinde görece daha yüksektir. Bu durum, insanların sağlıklı beslenmesi dolayısıyla beşeri kalkınma için önemli olan yeterli düzeyde kırmızı et tüketebilmesini olumsuz etkilemektedir.

Dünya et üretiminin %30 civarı sığırlardan, %5 civarı ise küçükbaş hayvanlardan karşılanmasına karşın, Türkiye'de domuz eti tüketilmediğinden et üretiminin %88'i sığırlardan, %12'si ise küçükbaş hayvanlardan elde edilmektedir. Nüfus artışına bağlı olarak dünyada hayvan sayısı ve kırmızı et üretimi genellikle her geçen yıl artmaktadır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017).

Dünya kırmızı et üretiminde domuz eti tek başına %56'lık bir paya sahiptir. Buna karşın Türkiye gibi Müslüman bir ülkede domuz eti tüketilmediğinden, büyükbaş ve küçükbaş hayvancılığın geliştirilmesi çok önemli bir husustur (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015). Tablo 4'de görüldüğü gibi, Türkiye'de kişi başına kırmızı et tüketimi, sığır-dana etinde hem AB-28, hem de OECD ülkelerinin oldukça altındadır. Buna karşın Müslüman bir ülke olan Türkiye'de domuz etinin tüketilmemesi koyun eti tüketiminin görece daha yüksek olmasına yol açmıştır.

Tablo 3 Dünya ülkeleri ve Türkiye'de kırmızı et fiyatları- USD/Ton (2016)*

Table 3 Red meat prices in world countries and Turkey- USD/Ton (2016)

Ülkeler	Sığır	Keçi	Koyun
Almanya	3362.7	5278.3	5995.3
Yunanistan	4605.6	5725.3	5019.7
Türkiye	8289.2	7357.1	8025.2
İngiltere	5155.6	--	4225.3
ABD	4603.5	--	2425.4

*Üretici fiyatlarına göre, Kaynak: FAO, Producer Prices – Annual

Tablo 4 Dünya ülkeleri ve Türkiye'de kişi başına et tüketimi (kg) (2016)*

Table 4 Meat consumption per person in world countries and Turkey (kg) (2016)

Bölgeler	Sığır-Dana Eti	Domuz	Kümes Hayvanları	Koyun
AB-28	11,1	32,3	23,9	1,9
Türkiye	8,3	0,1	17,8	4,1
OECD	14,5	23,3	29,9	1,4
ABD	25,6	22,8	48,3	0,4
Dünya	6,5	12,3	13,8	1,7

*Kaynak: OECD, Meat consumption.

Tablo 5 Kişi başına kırmızı et üretimi (2010-2017)
Table 5 Red meat production per person (2010-2017)

Yıllar	Et Üretimi (Ton)*					Toplam Nüfus**	Kişi Başına Et Üretimi (kg)***
	Sığır	Koyun	Keçi	Manda	Toplam		
2010	618.584	135.687	23.060	3.387	780.718	73.722.988	10,59
2011	644.906	107.076	23.318	1.615	776.915	74.724.269	10,40
2012	799.344	97.334	17.430	1.736	915.845	75.627.384	12,11
2013	869.292	102.943	23.554	366	996.155	76.667.864	12,99
2014	881.999	98.978	26.770	526	1.008.272	77.695.904	12,98
2015	1.014.926	100.021	33.990	326	1.149.262	78.741.053	14,60
2016	1.059.195	82.485	31.011	351	1.173.042	79.814.871	14,70
2017	987.482	100.058	37.525	1.339	1.126.403	80.810.525	13,94

Kaynak: *Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2018). **TÜİK, Bölgesel İstatistikler. *** Tabloya göre hesaplanmıştır.

Tablo 6 Türkiye et ve et ürünleri tüketici fiyatları (TL/kg)
Table 6 Consumer prices of meat and meat products in Turkey (TL/kg)

Ürünler	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2010-2016 Değişim (%)*
Dana Eti	24,1	23,3	23,8	24,5	28,43	35,82	38,42	59,42
Koyun eti	23,8	26,2	25,4	25,2	26,76	29,4	33,71	41,64

*Tabloya göre hesaplanmıştır, Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2017)

Tablo 7 Canlı hayvan ve kırmızı et ithalatı (2016-2017)
Table 7 Imports of live animals and red meat (2016-2017)

Canlı Hayvan İthalatı				
Yıllar	İthalat	Büyükbaş	Küçükbaş	Genel Toplam
2016	Miktar (baş)	494.306	5.299	499.605
	(\$)	587.519.755	975.571	588.495.326
2017	Miktar (baş)	889.307	280.669	1.169.976
	(\$)	1.149.194.644	37.313.253	1.186.507.897
Değişim (%) (2016-2017)	Miktar (baş)	79,9	5.196,6	134,2
	(\$)	95,6	3.724,8	101,6
İşlenmemiş Kırmızı Et İthalatı				
2016	Miktar (kg)	5.658.726	-	5.658.726
	(\$)	41.187.733	-	41.187.733
2017	Miktar (kg)	18.857.648	-	18.857.648
	(\$)	85.190.085	-	85.190.085
Değişim (%) (2016-2017)	Miktar (kg)	233,2	-	233,2
	(\$)	106,8	-	106,8

*2011-2017 yılları arasında küçükbaş et ithalatı yapılmamıştır, Kaynak: Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü (2017).

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2017) verilerine göre, 2012 yılında 12,4 kg olan kişi başına kırmızı et tüketimi zamanla artarak 2015 yılında 16 kg düzeyine yükselmiştir. Tablo 5’de, Türkiye’nin 2015 yılı kişi başına kırmızı et üretiminin yaklaşık 14,60 kg olduğu dikkate alındığında, kırmızı et açığı, fiyat artışı ve buna bağlı olarak ithalat kaçınılmaz hale gelmektedir.

Tablo 6’da görüldüğü gibi kırmızı et fiyatları genellikle yükselme eğiliminde olmuştur. 2010 yılında kilogramı 24,1 TL. olan dana eti 2016 yılında yaklaşık %59,42 artarak 38,42 TL’ye, koyun etinin ise 2010 yılında 23,8 TL. olan kilogram fiyatı yaklaşık %41,64 artarak 33,71 TL. düzeyine ulaşmıştır.

Türkiye kırmızı et üretimini yüksek maliyetle gerçekleştirmesi nedeniyle uluslararası piyasada rekabet şansı bulamamakta, kırmızı et ve canlı hayvan ithal eden ülkeler arasında yer almaktadır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017). Tablo 7’de 2016-2017 döneminde hem canlı hayvan hem de kırmızı et ithalatının

önemli düzeyde arttığı görülmektedir. Özellikle dolar bazında ithalatın, bir önceki yıla göre her iki kalemde de %100’ün üzerinde artması, dış ticaret açığı ile mücadele eden Türkiye’nin durumunu olumsuz etkilemiştir.

2023 yılında 85.153.647 olacağı tahmin edilen ülke nüfusunun yıllık 17 kg kırmızı et tüketeceği hesaplanmaktadır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2015). Bu nedenle kırmızı et üretiminin artması kritik öneme sahiptir. Bu amaçla Türkiye’de hayvancılığı teşvik etmek amacıyla birçok destekleme mekanizması kullanılmaktadır. 2000 yılında hayvancılık desteklerinin tüm tarımsal desteklemeler içerisindeki payı sadece %0,5 iken 2015 yılında bu pay %29’a ulaşmış ve bu kapsamda üreticilere yaklaşık 3 milyon TL destekleme ödemesi yapılmıştır (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2017). Fakat görüldüğü üzere bu desteklere rağmen kırmızı et açığı kapatılamamış, sektöre ilgili kümelenme gibi farklı uygulamaların araştırılması kaçınılmaz hale gelmiştir.

Literatür

Günümüzde belli bir sektörde rekabet gücünü arttıranın dolayısıyla bölgesel ekonomik kalkınmanın temelini oluşturan önemli faktörlerden birisi kümelenme olgusudur. Kümelenme sürecinde, belirli bir alanda yer alan işletmelerin, bağımsızlıklarını yitirmeksizin, iş birliği içerisinde hareket etmeleri söz konusudur (Sarıtaş ve Tunca, 2017). Kümelenme az gelişmiş bölgelerin ekonomik zayıflıkları ile mücadelede kullanılan önemli bir politika aracı olup, bu bölgelerde ekonomik büyüme sürecinin, rekabet edebilirliğin ve yeniliklerin sağlanması gibi önemli yararları vardır (Eroğlu ve Yalçın, 2013).

Kümelenme kavramı Michael E. Porter'ın 1990'lardaki çalışmasına kadar çok fazla popüler olamamasına karşın, kavram genel olarak benzer ve birbirleri ile ilişkili faaliyetleri olan işletmelerin bölgesel yoğunlaşmalarını ifade etmektedir (Yiğit, 2014). Kümelenme uygulamalarının ekonomik kalkınma açısından sağladığı katkılar konusunda fikir birliğinin artması nedeniyle, kümelenme Türkiye'de devlet tarafından açıkça desteklenmektedir. Bu konuda, Onuncu Kalkınma Planının (2014-2018), "Bölgesel Gelişme ve Bölgesel Rekabet Edebilirlik" başlığı altında Politikalar bölümü, madde 924'de, "Bölgesel düzeyde değer zinciri ilişkileri dikkate alınarak, yenilikçi ve yüksek katma değerli küme oluşumlarının teşvik edileceği" ifade edilmiştir.

Türkiye'de kırsal alanların itici, başta istihdam imkânı olmak üzere kentlerin çekici özelliklerinden dolayı kırdan kente göç her geçen gün artmaktadır. Kırsalda yapılacak kümelenme faaliyetleri sayesinde bu bölgelerde istihdam ve gelir düzeyi artacak, dolayısıyla refah seviyesi yükselirken göç süreci yavaşlayacaktır (Gözek, 2013). Kırsal alanlarda göçün engellenmesi ise meralar gibi milli kaynakların daha verimli kullanılmasının sağlanması açısından oldukça önemlidir.

Bir bölgesel kalkınma aracı olarak değerlendirilen "kümelenme" uygulamaları özellikle imalat sanayi alanında faaliyet gösteren sanayi işletmelerinde daha çok kullanılmasına karşın, tarım sektöründe kümelenmenin uygulanabilirliği ile ilgili farkındalık yeni yeni anlaşılmaya başlanmıştır (Sayın ve ark., 2012). Örneğin Türkiye'de, imalat sanayi alanında, KUZKA (2015)'nin, ahşap ürünleri ile ilgili, benzer şekilde Arıç (2012)'in mobilya sektörü ile ilgili, Alüftekin ve ark. (2009)'nin tekstil ve hazır giyim sektörü ile ilgili kümelenme çalışmaları vardır. Özellikle turizm alanına yönelik kümelenme çalışmaları son dönemde artmıştır. Örneğin Aydemir ve Soydaş (2014), Yüzbaşıoğlu ve ark. (2016), çalışmalarında turizm alanında kümelenme konusunu ele almışlardır.

Literatürde küçükbaş hayvancılıkla ilgili kümelenme çalışmalarına rastlanılmamasına karşın, diğer tarım ürünleri ile ilgili çalışmalar yaygınlaşmaya başlamıştır. Örneğin Sayın ve ark. (2012), zeytin ve türevleri ile ilgili, Yıldız ve Alp (2014), kaşar peyniri ile ilgili kümelenme çalışmaları yapmışlardır. Bilindiği üzere küçükbaş hayvancılığın temel sorunları, Aksoy ve Yavuz (2012)'unda ifade ettiği gibi, pazarlama, nitelikli çoban bulamama ve çoban masraflarının yüksekliği, girdi maliyetlerindeki artışlar, kırdan-kente yönelen göç gibi sorunlardır. Bu gibi sorunlar, üreticiler arasındaki kümelenmeler ile daha kolay çözülebilecektir.

Literatürde, küçükbaş hayvancılık alanında ki kümelenme uygulamalarına odaklanılmamasına karşın, kabul görmüş genel düşünce, kümelenmenin ilgili sektöre dolayısıyla bölgesel kalkınmaya pozitif katkısının olacağı yönündedir.

Materyal ve Yöntem

Çalışmanın temel amacı yukarıda bahsedildiği üzere, Kastamonu bölgesindeki küçükbaş hayvan üreticilerinin sorunlarını tespit ederek, bu sorunların kümelenme yolu ile çözülebileme durumunu ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşmak için, nitel bir araştırma yöntemi olan görüşme yöntemi uygulanmıştır. Görüşme yönteminin kullanılmasının nedeni Yıldırım ve Şimşek (2013)'inde ifade ettiği gibi, araştırma esnasında esneklik sağlaması, bu sayede ek soru sorabilme, anlaşılmayan soruyu tekrar edebilme ya da değişik biçimde tekrar sorabilme imkânı vermesidir. Bu sayede daha derinlemesine bilgi edinilebilmektedir. Ayrıca görüşme yöntemi Punch (2011)'unda ifade ettiği gibi başkalarını anlamak için kullanılacak en güçlü yöntemlerden birisidir. Bu kapsamda araştırma konusu olan küçükbaş hayvan üreticilerini en iyi şekilde anlamanın yolunun, onlarla yüz yüze görüşmek olduğu düşünülmüştür.

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu görüşmeler yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme yöntemi arasında yer almakta olup, ne tam yapılandırılmış görüşmeler kadar katı, ne de yapılandırılmamış görüşmeler kadar esnektir (Altunay ve ark., 2014). Mülakat formunda yer alan sorular; Üreticiyi tanımaya yönelik genel sorular, üretim yönünden karşılaşılan zorluklar ve üretim alanında kümelenmeye bakış, pazarlama yönünden karşılaşılan zorluklar ve pazarlama alanında kümelenmeye bakış şeklinde gruplandırılmıştır.

Araştırmada görüşme yapılacak yetiştiricilerin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır. Bu yöntem kapsamında yakın ve erişilmesi görece kolay üreticiler seçilmeye çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Mülakat formu oluşturulduktan sonra, Kastamonu İli Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliği'nden ve konu ile ilgili diğer kişilerden (üretici vb.) alınan bilgiler çerçevesinde iletişim bilgilerine ulaşılan küçükbaş hayvan üreticileri ile görüşmelere başlanmıştır.

Mülakatlar Aralık/2017-Şubat/2018 tarihleri arasında tamamlanmıştır. İmkânlar ölçüsünde mülakatların üreticilerin üretim tesislerinde yapılmasına çalışılmış ve bu sayede üretim sürecini yerinde inceleme imkânına kavuşulmuştur. Mülakat sonucu elde edilen bilgiler ileride değerlendirilmek üzere not tutularak kayıt altına alınmıştır. Üreticilerle yapılan görüşmeler, üreticilerin aynı gün ve saate boş zamana sahip olmamaları nedeniyle odak grup görüşmesi şeklinde yapılamamış görüşmeler bire bir mülakat şeklinde yürütülmüştür.

Görüşme yöntemiyle elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu yöntem çerçevesinde veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre özetlenerek yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çalışma kapsamında sekiz küçükbaş hayvan üreticisi ile görüşme yapılmıştır. Bu üreticilerden dört tanesi sadece koyun yetiştirirken, üç tanesi hem koyun hem keçi ve bir tanesi de sadece keçi yetiştirmektedir.

Bulgular

Üreticilerle yüz yüze yapılan görüşmelerde, önce çalışmanın amacından kısaca bahsedilmiş daha sonra sorulara geçilmiştir. Soruların tam anlaşılmasına ya da yanlış anlaşılması durumlarında, tekrarlanarak veya soru açıklanarak konu hakkında derinlemesine bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Mülakat yapılan 8 üretici, Ü1,Ü2,Ü3,Ü4,Ü5,Ü6,Ü7,Ü8 şeklinde kodlanmıştır.

Üreticiyi Tanımaya Yönelik Genel Sorular

Tablo 8’de görüldüğü gibi hemen hemen tüm eğitim düzeylerinden üreticilerle görüşme yapma imkânına kavuşulmuştur. Üreticilerin tamamı 30 yaş üstü olup, iki üretici hariç diğerleri 35 yaşın üstündedir.

Tablo 9’da görüldüğü gibi, üreticilerin tamamının

üretim amacı kırmızı et üretimidir. Süt üretimi yoktur. Koyun üreticilerinden Ü1 dışındakilerin tamamı kuzularını genellikle kurbanlık olarak beslemektedir. Sadece Ü1 kuzularının yaklaşık %75 gibi büyük bölümünü kesime verdiğini vurgulamıştır. Sadece keçi yetiştiren Ü8 ve koyunun yanında keçi yetiştiren diğer üreticiler (Ü2,Ü4,Ü7) yetiştirdikleri keçileri genellikle kurbanlık olarak yetiştirmektedir.

Tablo 10’da yer alan cevaplar değerlendirildiğinde, büyükbaş yetiştiriciliğine göre küçükbaşın en önemli avantajları; “meradan yararlanma nedeniyle maliyet avantajı”, “kolayca nakde dönüştürülebilmesi” ve “verimliliği yüksek bir iş olması” şeklindedir. Buna karşın en önemli dezavantajı beklediği üzere “her gün meraya çıkması” dolayısıyla yaşanan “çoban” sıkıntısıdır.

Tablo 8 Üreticilerin demografik özellikleri, işi yapma süreleri ve hayvanlarının niteliği

Table 8 Demographic characteristics of producers, their works duration and animals quality

Üreticinin Kodu	Yaşı	Eğitim Düzeyi	Kaç yıldır bu işi yaptığı	Ürettiği Hayvan Cinsi (Keçi/Koyun)	Sayısı (Anaç)
Ü1	70	Üniversite	18	Koyun	420-Koyun
Ü2	39	Ortaokul	10	Koyun ve Keçi	40-Keçi, 250-Koyun
Ü3	58	Üniversite	6	Koyun	280 Koyun
Ü4	60	İlkokul	Çocukluğundan bu yana	Keçi ve Koyun	110-Keçi, 70-Koyun
Ü5	38	Lise	Çocukluğundan bu yana	Koyun	180-Koyun
Ü6	32	Lise	4	Koyun	100-Koyun
Ü7	52	İlkokul	4	Koyun ve Keçi	500-Koyun, 200-Keçi
Ü8	34	İlkokul	Çocukluğundan bu yana	Keçi	250-Keçi

Tablo 9 Küçükbaş hayvancılığı genellikle hangi amaçla yapıyorsunuz? (Kuzu yetiştirip kesime verme, kurban besleme, süt ve süt ürünleri üretimi vb.)

Table 9 For what purpose do you usually do sheep and goats breeding? (Lamb growing and to give slaughtering, breeding for the feast of sacrifice, production of milk and milk products, etc.)

Üreticinin Kodu	Yetiştirme Amacı
Ü1	Kuzularımın yaklaşık %75 gibi daha büyük bir kısmını etlik olarak kesime veriyorum, %25 gibi düşük bir oranını kurban besliyorum. Süt üretimim yoktur.
Ü2	Genellikle kurbanlık yetiştiriyorum. Süt üretimim yoktur.
Ü3	
Ü4	
Ü5	
Ü6	
Ü7	
Ü8	

Tablo 10 Büyükbaş hayvancılığa göre küçükbaş hayvancılığın avantajları/dezavantajları nelerdir?

Table 10 What are the advantages / disadvantages of ovine breeding according to cattle breeding?

Üretici Kodu	Avantaj	Dezavantaj
Ü1	Meradan Yararlanma Nedeniyle Maliyet Avantajı	Yavrulama Dönemi Zorluğu
Ü2	Kolay Nakde Çevrilebilmesi, Verimli/Bereketli İş	Her Gün Meraya Çıkma Durumu, Hastalıklı Mücadele Zorluğu
Ü3	Kolay Nakde Çevrilebilmesi, Kısa Sürede Yetiştirebilme Durumu	Bakım ve Merada Otlamak İçin Çoban Gerekli
Ü4	Verimli İş, Bakımı Kolay,	Sık Ormanlık Merada Otlamak Zor
Ü5	Meradan Yararlanma Nedeniyle Maliyet Avantajı	Her Gün Meraya Çıkma Durumu
Ü6	Kolay Nakde Çevrilebilmesi/ Verimli İş	Her Gün Meraya Çıkma Durumu, Kuzulama Döneminde Bakımı Zor
Ü7	Meradan Yararlanma Nedeniyle Maliyet Avantajı	Her Gün Meraya Çıkması Nedeniyle Çoban Sıkıntısı, Mera Sıkıntısı
Ü8	Verimli İş	Her Gün Meraya Çıkma Durumu

Tablo 11’de görüldüğü gibi, üreticilerin büyük bölümü, üretim faaliyetlerinde aile fertlerinin özellikle eşlerin, kendilerine yardım ettiğini, bunun yanında bazı üreticiler çoban çalıştırdıklarını ifade etmişlerdir. Üreticilerden birisi (Ü7) dışındakiler genellikle çocukların/gençlerin bu işi yapmasını istediğini belirtmişlerdir. Ü7 ise yeterli destek şartı ile gençlerin bu işi yapmasının daha uygun olacağını ifade etmiştir.

Üretim Yönünden Karşılaşılan Zorluklar ve Üretim Alanında Kümelenmeye Bakış

Tablo 12’de görüldüğü gibi yetiştiricilerin üretimle ilgili en önemli sorunu çoban ve yem maliyetidir. Bazı bölgelerde mera sıkıntısı da mevcuttur. Mera sıkıntısının içeriği ise; mevcut meraların zamanla sık ormanlık alan haline gelmesi dolayısıyla hayvan otlatmanın zorlaşmasıdır.

Tablo 13’de görüldüğü gibi, üreticilerin tamamı meraya dayalı hayvancılık yapmaktadır. Genellikle kış mevsiminde karlı havalarda koyunlar meraya çıkmazken, keçiler daha fazla meradan yararlanma imkânına sahiptir. Beklendiği gibi tüm üreticiler çoban bulmakta zorlanmaktadır.

Tablo 14’de görüldüğü gibi, üreticiler genellikle kuzu yemi, besi yemi gibi kesif yemleri satın almaktadır. Bir (Ü1) üretici dışında üreticiler yem maliyetlerinin yüksek olduğundan şikâyetçidir.

Tablo 15’de görüldüğü gibi, üreticilerin yarısının devamlı hizmet aldığı sabit bir veterineri varken yarısının yoktur. Aslında hastalıkları ve aşıları takip eden bir veterinerin olması üretici için yararlıdır. Üreticilerin veteriner ve ilaç giderleri birbirinden oldukça farklıdır. Özellikle üreticilerden bazıları (Ü2, Ü5 gibi) hayvanlarına yönelik veterinerlik hizmetlerini kendileri yaptıkları için görece düşük veterinerlik giderlerinin olduğunu vurgulamışlardır.

Tablo 16’da görüldüğü gibi, üreticilerin tamamı damızlık koyun keçi birliğine üye olup, üye olma amaçları desteklerden yararlanmaktır.

Tablo 17’de görüldüğü gibi, üreticiler üretim yönünden; yem satın alma ve veteriner konusunda kümelenmeye sıcak bakmaktadır. Buna karşın özellikle üretimde en büyük sorun olarak gördükleri çoban/bakıcı konusunda, üreticilerin aynı bölgede olmaması, mera sıkıntısı, ıslah çalışmalarını olumsuz etkilemesi gibi nedenlerle kümelenmenin yürütülemeyeceğini ifade etmişlerdir.

Tablo 11 Size küçükbaş hayvancılık faaliyetlerinde kim yardım ediyor? Çocuklarınız/gençlerin bu işi yapmasını ister misiniz?
Table 11 Who is helping you in ovine breeding activities? Do you want your children / young people to do this job?

Üretici Kodu	Hayvancılık faaliyetlerine yardım eden kişi	Çocukların/gençlerin bu işi yapmasını isteme durumu
Ü1	Çobanım var	Çocuklarımın/gençlerin bu işi yapmasını isterim.
Ü2	Çobanım var, bunun yanında eşim ve çocuklarım yardım ediyor.	Çocuklarımın bu işi yapmasını isterim. Bu iş sabit maaşlı işten daha iyidir.
Ü3	Çobanım var, çocuklarım başka işte çalışmasına karşın boş zamanlarında yardım ediyor.	Gençlerin bu işi yapmasını isterim. Çünkü kırmızı et açığımız ancak küçükbaş üretimi ile çözebiliriz.
Ü4	Çocuklarımla birlikte bu işi yapıyoruz. Gelinlerim ve torunlarımda bize yardım ediyor.	Çocuklarımın bu işi yapmasını isterim.
Ü5	Eşim, çocuklarım, babam	Çocuklarımın bu işi yapmasını isterim. Fakat bilinçli olarak yapmalılar. Örneğin daha iyi ırklar yetiştirmeliler.
Ü6	Kardeşlerimle birlikte yapıyoruz.	Gençlerin bu işi yapmasını isterim.
Ü7	Tamamen çobana bağlı	Çocuğum yok fakat olsa da bu işi yapmasını istemem çünkü yeterli destek yok.
Ü8	Babam, eşim yardım ediyor.	Çocuklarım eğer eğitimlerini alıp iyi bir iş bulamazlar ve köyde yaşamak zorunda kalırlarsa bu işi yapmalarını isterim.

Tablo 12 Üretim yönünden karşılaşılan en önemli sorunlar
Table 12 Most important problems facing production

Üretici Kodu	Sorunların Sırası
Ü1	1-Çoban
Ü2	1-Çoban, 2-Yem Maliyetleri
Ü3	1-Yem Maliyetleri, 2-Mera Alanı, 3- Çoban
Ü4	1- Mera Alanı, 2-Yem Maliyeti, 3-Çoban
Ü5	1-Çoban, 2-Yem Maliyeti
Ü6	1-Çoban, 2-Yem Maliyet
Ü7	1-Çoban, 2-Yem Maliyeti
Ü8	1-Çoban

Tablo 13 Meraya dayalı hayvancılık mı yapıyorsunuz? Hayvanlarınız meraya çıkma süresi nedir? Çoban bulmakta zorlanıyor musunuz?

Table 13 Are you doing husbandry based on grassland? What is the duration of your animals stay on grassland? Are you having trouble for finding a shepherd?

Üretici Kodu	Hayvancılığın meraya dayalı olma ve meraya çıkma süreleri	Çoban bulmakta zorlanma durumu
Ü1	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Hayvanlarım (yerler karla kaplı olmadığı sürece) her gün meraya çıkar.	Evet
Ü2	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Hayvanlarım hemen hemen her gün meraya çıkar.	Evet
Ü3	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Yaklaşık 8 ay meraya çıkar.	Hayır
Ü4	Koyunlar kar yağdığında meraya çıkmıyor fakat keçilerim her gün meradadır.	Evet, (çocuklarım hayvanları meraya çıkartıyor, çoban bulmam zor)
Ü5	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Hava durumuna bağlı, kar olduğunda çıkmaz.	Evet (Özellikle bu işten anlayan, seven çoban bulmak çok zor)
Ü6	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Yaklaşık 8 ay meraya çıkar.	Evet (Bu nedenle çoban ihtiyacını genellikle kendimiz karşılıyoruz)
Ü7	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Genellikle 6 ay meradan aktif olarak yararlanıyorum. Özellikle keçiler daha fazla meradan yararlanma imkânına sahip olmasına karşın mera sıkıntısı çekiyorum.	Evet
Ü8	Meraya dayalı hayvancılık yapıyorum. Keçileri hemen hemen her gün meraya çıkartabiliyorum.	Evet (Bu nedenle çoban yerine, aile üyeleri hayvanları meraya götürüyor)

Tablo 14 İhtiyacınız olan saman, yonca gibi kaba yemler ile kesif yemler kendi üretiminiz mi yoksa satın mı alıyorsunuz? Bu girdiler size göre pahalı mı?

Table 14 Do you produce or else buy concentrate feeds and like roughages hay, clover you need? Are these inputs expensive for you?

Üretici Kodu	Yemlerin satın alınma/kendi üretimi olma durumu	Girdilerin pahalı olma durumu
Ü1	Yaklaşık yarısı kendi üretimim/yarısını satın alıyorum.	Bence fiyatlar çok yüksek değil çünkü mazot gibi girdiler pahalı. Ayrıca hayvanlara ne kadar çok yem verirsen karşılığını alıyorsun.
Ü2	Büyük bir kısmını kendim üretiyorum. Genellikle fabrika üretimi kesif yemler olan besi yemi, kuzu yemi, gibi yemleri satın alıyorum.	Evet
Ü3	Tamamını satın alıyorum. Kendi üretimim yok.	Evet
Ü4	Kaba yemleri kendim üretmemeye karşın, kesif yemlerden besi yemi, kuzu yemi gibi yemleri alıyorum.	Evet
Ü5	Sadece kuzu yemi alıyorum. Diğer yem ihtiyacını kendim karşılıyorum.	Evet, Fakat meradan iyi yararlanılırsa yem maliyetleri düşebilir.
Ü6	Yem ihtiyacını kendim karşılamaya çalışıyorum. Kuzu yemini satın alıyorum.	Evet
Ü7	Yaklaşık %30'u kendi üretimim, %70'ini satın alıyorum.	Evet
Ü8	Tamamına yakınına kendim üretiyorum.	Evet

Tablo 15 Devamlı hizmet aldığımız, hayvanlarımızı (aşı, hastalık vb.) takip eden bir veterineriniz var mı? İlaçlar ve veteriner için yaklaşık yıllık ne kadar ödüyorsunuz?

Table 15 Do you have a veterinarian that you received service constantly followed your animals (vaccination, disease, etc.)? How much do you pay for medicines and veterinarians every year?

Üretici Kodu	Devamlı Hizmet Alınan Veteriner Olması	Yılda Yaklaşık Ödenen Tutar (TL.)
Ü1	Evet	15.000 (420 baş anaç)
Ü2	Hayır	1.000 (290 baş anaç)
Ü3	Evet	3.000 (280 baş anaç)
Ü4	Evet	3.000 (180 baş anaç)
Ü5	Hayır	2.000 (180 baş anaç)
Ü6	Hayır	1.000 (100 baş anaç)
Ü7	Evet	5.000 (700 baş anaç)
Ü8	Hayır	500 (250 baş anaç)

Pazarlama Yönünden Karşılaşılan Zorluklar ve Pazarlama Alanında Kümeleneleme Bakış

Tablo 18 incelendiğinde, üreticilerin genellikle kurbanlık olarak satış yaptıkları görülmektedir. Etlik olarak kuzu satış imkânları az olduğu için genellikle kurbanlık yetiştirip, doğrudan satış yapmayı tercih etmektedirler. Üreticilerin doğrudan satış yapmasının nedeni Tablo 19’da ifade edildiği üzere bölgede alıcılar arası rekabet olmamasıdır. Yünün ise pazarı olmadığını ifade etmişlerdir.

Tablo 20’de görüldüğü gibi, üreticilerin tamamı yörede

yetiştirilen kuzu, oğlak gibi küçükbaş hayvanların etlerinin satıldığı ortak bir satış reyonuna yönelik kümeleneleme oluşumuna katılacaklarını ifade etmişlerdir. Bu sayede, aracısız perakende satış yapabileceklerini, satış yapmak için Kurban Bayramını beklemek zorunda kalmayacaklarını, sattıkları hayvanlarının paralarını alamama durumunun olmayacağını, tüketicilerin bölgenin garantili ürününü daha ucuza satın alabileceğini, aracı olmadığı için üretici-tüketici fiyat farkının düşeceğini ifade etmişlerdir.

Tablo 16 Küçükbaş hayvancılıkla ilgili herhangi bir birliğe veya oluşuma üyeliğiniz var mı? Mevcut üyeliğinizin sağladığı katkılar nelerdir?

Table 16 Do you have any membership related to in any ovine breeding association or in setting? If you have any membership, what are the contributions of your current membership?

Üretici Kodu	Üye olunan yer	Sağladığı katkı
Ü1-Ü2-Ü3-Ü4-Ü5-Ü6-Ü7-Ü8	Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliği	Anaç koyun keçi desteklemesi ve bazen ucuz damızlık koç alım desteğinden yararlanma imkânı

Tablo 17 Üretim bakımından kümeleneleme bakış: Sizle aynı veya yakın bölgede küçükbaş hayvancılık yapanlarla çoban, yem satın alma, ortak veteriner hizmeti alma vb. alanlarda ortak hareket etseniz (kümeleneleme), bu size maliyet avantajı sağlar mı?

Table 17 Overview of clustering in terms of production: If you act jointly with other person of doing ovine breeding that same region or near you such as in finding shepherd, purchase of common feed, veterinary services, etc. (clustering), do these give you cost advantage?

Üretici Kodu	Üreticinin Düşüncesi
Ü1	Yem satın alma, ortak veteriner hizmeti alma durumlarında mutlaka kümeleneleme yarar sağlayabilir. Özellikle bu işi damızlık birliği organize edebilir. Fakat ortak çoban ya da otlatmanın uygulanabilirliği çok zor. Çünkü meralar çok büyük değil.
Ü2	Yem satın alma konusunda olabilir. Fakat ortak otlatma veya bakım için ortak çoban çalıştırma uygulanamaz. Hayvanların cinsleri farklı, ıslah çalışmaları uygulanamaz.
Ü3	Kümeleneleme oluşumu yarar sağlar fakat bununla ilgili bir girişim yok.
Ü4	Yem maliyetlerini düşürmek açısından ortak hareket etmek fayda sağlayabilir. Fakat ortak otlatma ve çoban konusu yürütülemez. Mera sıkıntısı var.
Ü5	Yem maliyetlerini düşürmek açısından kümeleneleme fayda sağlayabilir. Ortak çoban ve otlatmada sıkıntı olabilir. Sürüler farklı büyüklükte, akşam mera dönüşü hayvanları ayırmak ve yemleme sıkıntılı olabilir.
Ü6	Yem maliyetlerini düşürmek açısından kümeleneleme yararlı olabilir fakat ortak çoban çalıştırma, bölgede bize yakın mesafede küçükbaş hayvancılık yapan üretici olmadığı için uygulanamaz.
Ü7	
Ü8	

Tablo 18 Ürünlerinizi (kuzu, oğlak, yün tiftik gibi) pazarlama yönünden sıkıntınız var mı? Hayvanlarınızı (kuzu, oğlak vb.) araçılara mı satıyorsunuz? Pazarda perakende olarak veya satış reyonlarına (büyük market gibi) doğrudan siz mi satıyorsunuz?

Table 18 Do you have any problems in marketing your products (such as lamb, goat, wool, mohair)? Are you selling your animals (lambs, goats, etc.) to intermediaries? Do you sell directly to the retail market or to the sales department (such as the big mall)?

Üretici Kodu	Karşılaşılan Sıkıntılar-Satış Durumu
Ü1	Pazarlama yönünden sıkıntım yok. Perakende satışım azdır. Bazen bölgedeki kebabçılara perakende kuzu satıyorum. Genellikle araçılara toplu etlik kuzu satışım var. Az sayıda kurbanlığımı bölge pazarında satıyorum. Yünün pazarı yok.
Ü2	Çoğu zaman araçılara ayaktan toplu satıyorum. Perakende satışım kurbanda oluyor. Yünü zaten alan yok.
Ü3	Pazarlama sıkıntısı çekiyorum. Genellikle kuzu olarak satışım az, bazen nakit sıkıntısı nedeniyle araçılara kuzularımı satıyorum. Genellikle kurbanlık olarak yetiştiriyorum. Kurbanlıklarımı perakende olarak üretim yerimden satıyorum.
Ü4	Genellikle kurbanlıklarımı araçılara veriyorum. Bazen bölgede ki kebabçılara kuzu satışım var. Az sayıda kurbanlığımı da perakende olarak satıyorum.
Ü5	Pazarlama sıkıntım oluyor. Küçükbaş karşı ön yargı olduğu için ve tanıtım olmadığı için tüketim az. Kurbanlıklarımı genellikle araçılara satıyorum. Doğrudan marketlere kuzu satışım yok. Yünün pazarı yok.
Ü6	Kurbanlık olarak yetiştirdiğim hayvanlarımla ilgili pazarlama sıkıntım yok Perakende olarak kendim satıyorum. Fakat kuzu yetiştirip etlik olarak doğrudan satış imkânım yok.
Ü7	Kurbanlıklarımı pazarda genellikle aracısız kendim satıyorum. Kesime etlik olarak kuzu vermiyorum. Yünü alan yok.
Ü8	Kurbanlık yetiştiriyorum. Genellikle perakende kendim satıyorum. Bazen araçılara sattığımda oluyor.

Tablo 19 Ürünlerinizin (kurbanlık satış-kuzu kesim) fiyatı sizce yeterli midir? Kırmızı ette üreticinin satış fiyatı ile tüketicinin alış fiyatı farkı sizce yüksek midir? Yüksek ise nedenleri nelerdir?

Table 19 Do you think the price of your products (feast of sacrifice sale, lamb slaughter) is enough? Do you think the difference between the sales price of the producer and the consumer's purchase price in red meat is high? If it is high, what are the reasons?

Üretici Kodu	Fiyatın Yeterli Olma Durumu ve Kırmızı Ette Üretici-Tüketici Fiyat Farkı
Ü1	Bence satış fiyatı yeterlidir. Bölgesel olarak üretici ve tüketici fiyat farkı farklı düzeylerde olabiliyor. Bazı bölgelerde bu farkın yüksek olmasının nedeni araçlardır.
Ü2	Satış fiyatının yeterli olmadığını düşünüyorum. Üretici ve tüketici fiyatları arasındaki fark yüksek olup, burada araçlar etkilidir.
Ü3	Maliyetlere göre satış fiyatının düşük olduğunu düşünüyorum. Üretici ve tüketici fiyatları arasındaki fark yüksek. Çünkü üreticiler arasında rekabet olmasına karşın, araçlar arasında rekabet yok. Bu nedenle ürün ucuz alınıp pahalıya satılabiliyor.
Ü4	Fiyatların yeterli olduğunu düşünüyorum. Fakat araçlar nedeniyle üretici ve tüketici fiyatları arasındaki fark yüksek.
Ü5	Maliyetler düşürülebilirse satış fiyatının yeterli olduğunu düşünüyorum. Üretici yem bitkilerini yetiştirerek maliyetleri düşürebilir. Üretici ve tüketici fiyatları farkı yüksek bunda tabii ki araçlar etkilidir.
Ü6	Üretici olarak satış fiyatlarının düşük olduğu kanaatindeyim. Üretici ve tüketici fiyat farkı yüksek olup, bunda araçlar etkilidir.
Ü7	Satış fiyatı maliyetler yüksek olduğundan biraz daha yüksek olmalı. Araçlar arası rekabet olmadığı aracı az olduğu için, üretici-tüketici fiyat farkı artıyor.
Ü8	Kurbanlıklarımın satış fiyatının yeterli olduğunu düşünüyorum. Genel olarak küçükbaşta ortaya çıkan yüksek üretici-tüketici fiyat farkının nedeni araçlardır.

Tablo 20 Pazarlama bakımından kümelenmeye bakış: Damızlık Birliği veya başka bir kurum öncülüğünde oluşturulacak bir kümelenme ile tüketiciye doğrudan kırmızı et satışına yönelik bir işletme kurulursa, böyle bir oluşuma katılır mısınız? Böyle bir oluşumla hem üretici hem de tüketici yarar elde edebilir mi? Hayvanlarınızın (kuzu, oğlak vb.) bu işletmede satılmasını ister misiniz?

Table 20 Overview of clustering in terms of marketing: If a business is established with clustering directed meat selling to the consumer oriented by the leadership of the Breeder Association or another institution, would you participate in such a formation? With such a formation, can both producers and consumer s benefit? Would you like to sell your animals (lamb, goat, etc.) in this business?

Üretici Kodu	Ortak satış yapacak işletme ile ilgili kümelenmeye katılma durumu	Üretici ve tüketicinin bu oluşumdan yarar elde etme durumu	Hayvanlarınızın (Kuzu, oğlak vb.) bu işletmede satılmasını ister misiniz?
Ü1	Katılıyorum	Kar marjı azalacağı için üretici ve tüketici fiyat farkı düşer.	Evet
Ü2	Katılıyorum	Bu sayede üretici ve tüketici fiyat farkı düşer.	Evet
Ü3	Katılıyorum	Bölge ürünü satılabilir. Tüketici için garantili ürün olur.	Evet
Ü4	Katılıyorum	Araçlar devreden çıkarsa hem üretici hem de tüketici kazanır. Üretici daha kolay satış yapabilir. Parasını alamama gibi durumlar ortaya çıkmaz. Birlikler bu oluşumu sağlamada ön plana çıkabilir. Bu sayede perakende satış kolaylaşır.	Evet
Ü5	Katılıyorum	Kuzularımı Kurban Bayramını beklemeden perakende olarak satabilirim.	Evet
Ü6	Katılıyorum	Aracı yerine biz kazanırız.	Evet
Ü7	Katılıyorum	Hayvanlarımı aracısız satabilirim. Kurban Bayramını beklemem gerekmez.	Evet

Sonuç ve Değerlendirme

Bugün ülkelerin beşeri kalkınma göstergelerinden birisi sağlıklı bireylere sahip olmasıdır. Sağlıklı bireylere sahip olmak için ise halkın yeterli düzeyde kırmızı et tüketebilmesi gereklidir. Dolayısıyla kişi başına kırmızı et tüketiminin yeterli düzeyde olması da bir kalkınma göstergesi olarak değerlendirilebilir. Türkiye’de kişi

başına kırmızı et tüketimi OECD ve AB ülkeleri ortalamalarının altında kalmaktadır. Bu düşük kişi başına kırmızı et tüketimine rağmen, tüketimin iç piyasadaki üretimle karşılanamaması fiyat artışına yol açarken ithalatı zorunlu kılmaktadır. İthalat ise mevcut dış ticaret açığını daha da arttırmaktadır.

Türkiye gibi Müslüman bir ülkede, kırmızı et açığı AB ülkelerinde olduğu gibi domuz etiyle karşılanamaz. Bu nedenle kırmızı et açığının karşılanabilmesinin, kırmızı et fiyatlarının düşürülebilmesinin yolu, küçükbaş hayvancılığın geliştirilmesidir. Çünkü Türkiye’de Kastamonu İli gibi mera yönünden zengin bölgeler yaygındır. Bu meralardan yararlanılmaması milli servet kaybıdır. Ayrıca uygun bölgelerde küçükbaş hayvancılığın yaygınlaşması kırsal kalkınmanın sağlanması ve kırdan-kente göçün önlenmesi içinde önemlidir. Bu nedenle küçükbaş hayvancılıkla uğraşan üreticilerin sorunlarının tespiti ve buna yönelik önlemler alınması önemli bir konudur.

Çalışmada Kastamonu İli örneğinde küçükbaş hayvan üreticileri ile görüşmeler yapılarak üretim ve pazarlama yönünden sorunları analiz edilmiş ve bu sorunların çözümünde kümelenmenin uygulanabilme durumu araştırılmıştır. Üretim yönünden yapılan görüşmelerde üreticilerin en büyük probleminin çoban ve yem maliyetleri olduğu görülmüştür. Bu temel üretim sorunları bağlamında kümelenmenin uygulanma durumu araştırıldığında; çoban konusunda kümelenmenin, üreticilerin birbirine uzak bölgelerde olmaları, sürü ıslahını engellemesi, gibi nedenlerle şu an için mümkün olmadığı görülürken, ortak yem satın alma gibi maliyet düşürücü faaliyetlerde kümelenmenin mümkün olduğu görülmüştür.

Görüşülen üreticiler etlik olarak kuzu satış imkânları az olduğu için genellikle kurbanlık yetiştirip, doğrudan satış yapmayı tercih etmektedirler. Üreticiler, hayvanlarını genellikle kurbanlık olarak yetiştirip doğrudan satmayı tercih etmelerinin nedenini, bölgede araçlar arası rekabet olmaması olarak ifade etmişlerdir. Üreticilerin tümü kümelenme yoluyla kurulacak bir kırmızı et satış işletmesine sıcak bakmaktadır. Bu sayede perakende olarak değerinde, kuzu, oğlak satışı yapabileceklerini, paralarını zamanında alabileceklerini, Kurban Bayramını beklemek zorunda kalmayacaklarını ifade etmişlerdir. Bunun yanında üreticiler, böyle bir kümelenmede araçlar olmayacağı için üretici-tüketici fiyat farkının azalacağını, tüketicilerin görece daha ucuz ve bölgede üretilen garantili ürünü tüketebileceklerini ifade etmişlerdir.

Bu çalışma, küçükbaş hayvancılıkla ilgili yapılacak kümelenmede önceliğin pazarlama konusunda olması gerektiğini göstermiştir. Çünkü pazarlama konusunda yapılacak bir kümelenme ile üretici sadece üretime odaklanacak, hayvanlarını değerinde satamama, parasını zamanında alamama gibi pazarlama sorunlarından kurtulacaktır. Diğer taraftan bölgedeki tüketiciler, bu satış reyonu sayesinde kendi bölgelerinde yetişen eti araçlar olmadığı için daha ucuza tüketme imkânına kavuşacaklardır. Bu çalışma küçükbaş hayvancılık alanında yapılacak bir kümelenmenin analiz aşamasını oluşturmada olup, konu ileriki süreçte yapılacak çalışmalarla daha da geliştirilebilecektir.

Teşekkür

Bu çalışma, Kastamonu Üniversitesi’nde, Orhan Kandemir tarafından yürütülen, KÜ-BAP 01/2017-80 nolu “Kastamonu’nun Kırsal Kalkınma Sürecinde Küçükbaş Hayvancılığın Önemi ve Sektörün Sorunlarının Çözümünde Kümelenmenin Uygulanabilirliği” isimli bilimsel araştırma projesinden üretilmiştir.

Kaynaklar

- Aksoy A, Yavuz F. 2012. Çiftçilerin Küçükbaş Hayvan Yetiştiriciliğini Bırakma Nedenlerinin Analizi: Doğu Anadolu Bölgesi Örneği. *Anadolu Tarım Bilim Dergisi*, 27(2): 76-79.
- Altunay E, Oral G, Yalçınkaya M. 2014. Eğitim Kurumlarında Mobbing Uygulamalarına İlişkin Nitel Bir Araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 4/1 (April 2014): 62-80.
- Alüfekin N, Yüksel Ö, Taş A, Çakar G, Bayraktar F. 2009. Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10): 1-19.
- Arıç KH. 2012. Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümelenme Politikası: Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 33 Yıl:2012/2: 133-157.
- Aydemir B, Soydaş ME. 2014. Denizli İli Turizm Kümelenme Potansiyeli. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 1(2): 13-26.
- Eroğlu O, Yalçın A. 2013. Kümelenmeye İlişkin Literatür Taraması. *KSÜ İİBF Dergisi*, 3(2): 81-96.
- Et ve Süt Kurumu Genel Müdürlüğü. 2017. 2017 Yılı Sektör Değerlendirme Raporu, https://www.esk.gov.tr/upload/Node/10255/files/Et_ve_Sut_Kurumu_2017_Sektor_Raporu.pdf, Erişim Tarihi: 25.12.2018.
- FAO. 2018. Summary of Requirements For Energy And Protein, <http://www.fao.org/docrep/003/aa040e/aa040e09.htm>, Erişim Tarihi: 16.04.2018.
- FAO. Producer Prices - Annual, <http://www.fao.org/faostat/en/#data/PP>, Erişim Tarihi: 16.04.2018.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. 2015. Kırmızı Et Stratejisi. Hayvancılık Genel Müdürlüğü, Ankara. [https://www.tarim.gov.tr/HAYGEM/Belgeler/Hayvanc%C4%B1l%C4%B1k/K%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1z%20Stratejisi.pdf](https://www.tarim.gov.tr/HAYGEM/Belgeler/Hayvanc%C4%B1l%C4%B1k/K%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1z%C4%B1z%20Stratejisi.pdf), Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. 2017. Tarım Ürünleri Piyasaları: Kırmızı Et, (Ocak 2017, Ürün No:21). Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, <https://arastirma.tarim.gov.tr/tepe/Belgeler/TARIM%20C3%9CR%C3%9CNLER%C4%B0%20P%C4%B0YASA%20RAPORLARI%20KLAS%C3%96R%C3%9C/K%C4%B1rm%C4%B1z%C4%B1z%20Et%20Tar%C4%B1m%20C3%9Cr%C3%9CNleri%20Piyasalar%C4%B1ndaki%20Geli%C5%9Fmeler.pdf>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. 2018. Hayvancılık Genel Müdürlüğü, <https://www.tarim.gov.tr/sgb/Belgeler/SagMenuVeriler/HAYGEM.pdf>, (Şubat-2018), Erişim tarihi: 17.04.2018.
- Gözek S. 2013. Kümelenme Politikaları, Kümelenmenin Türkiye’de Kırsal Kalkınma Açısından Önemi ve Öneriler. T.C. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Verimlilik Genel Müdürlüğü, Anahtar Dergisi, (Kalkınmada Anahtar Verimlilik), Sayı: 298.
- KUZKA. 2015. Kastamonu Ahşap Ürünleri İmalatı Sektörü Rekabetçilik Analizi ve Kümelenme Yol Haritası, [https://www.kuzka.gov.tr/paylasim/rekabetcilik_an_kumeleme_yol_haritasi_\(web\).pdf](https://www.kuzka.gov.tr/paylasim/rekabetcilik_an_kumeleme_yol_haritasi_(web).pdf)Erişim Tarihi: 21.05.2017.
- OECD. Meat consumption, <https://data.oecd.org/agroutput/meat-consumption.htm>, Erişim Tarihi: 16.04.2018.
- Punch KF. 2011. Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar (Çevirenler: D. Bayrak, H. B. Arslan, Z. Akyüz), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Sarıtaş A. ve Tunca, MZ. 2017. Porter Modeline Dayalı Sektörel Kümelenme Analizi: Batı Akdeniz Bölgesinde Bir Uygulama. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9 (18):82-97.
- Saygın Ö, Demirbaş N. 2017. Türkiye’de Kırmızı Et Sektörünün Mevcut Durumu ve Çözüm Önerileri. *Hayvansal Üretim*, 58(1): 74-80.

- Sayın M, Tatlıdil FF, Savran F, Aktürk D. 2012. Tarım Sektöründe Yerel Ekonomik Kalkınmada Kümelenme Yaklaşımı: Çanakkale Zeytin ve Türevleri İçin Kümelenme Örneği. 10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 5-7 Eylül 2012, Konya.
- Speedy AW. 2003. Global Production And Consumption Of Animal Source Foods. The Journal of Nutrition, 133 (11):4048S-4053S, <https://doi.org/10.1093/jn/133.11.4048S>
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. Onuncu Kalkınma Planını (2014-2018), <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf>, Erişim Tarihi: 20.05.2017.
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı. 2016. Milli Tarım Projesi. http://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/Milli%20Tar%C4%B1m%20Projesi.pdf, Erişim Tarihi: 22.05.2017.
- TÜİK. Bölgesel İstatistikler, <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do>, Erişim Tarihi: 17.04.2018.
- TÜİK. 2017. Canlı Hayvan ve Hayvansal Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri, 2016. 28 Mart 2017 Tarih ve 24846 Sayılı Haber Bülteni, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24846>, Erişim Tarihi: 25.12.2018.
- TÜİK. 2017 Türkiye İstatistik Kurumu, <http://www.tuik.gov.tr/Start.do>, Erişim Tarihi: 21.05.2017.
- TÜİK. Enflasyon ve Fiyat İstatistikleri, Yıl Sonu İtibariyle Bir Önceki Yılın Aynı Ayına Göre Tüketici Fiyatları Endeksi Değişim Oranı (%), (2003=100), <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/tabloOlustur.do>, Erişim tarihi: 12.12.2018.
- Yiğit S. 2014. Kümelenme Teorisi: Kavramsal Bir Çerçeve. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi: 107-128.
- Yıldırım A, Şimşek H. 2013. Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (9. Baskı), Seçkin Yayınevi: Ankara.
- Yıldız S, Alp S. 2014. Bir Kümelenme Örneği Olarak Kars Kaşar Peyniri Endüstri Kümesi. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32 (1): 249-272.
- Yüzbaşıoğlu N, Ören VE, Şahin T. 2016. Turizm Kümelenmesi: Uşak İli Turizm Kümelenme Potansiyeli. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Nisan 2016; 9(2): 187-200.