



T.C. SANAYİ VE  
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



# Kars ve Ardahan'da Kaşar Peyniri Üreten İşletmelerin Analizi



## **T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI**

### **KARS VE ARDAHAN'DA KAŞAR PEYNİRİ ÜRETEN İŞLETMELERİN ANALİZİ**

#### **Hazırlayanlar**

Prof. Dr. Levent GELİBOLU  
Doç. Dr. Deniz ÖZYAKIŞIR  
Prof. Dr. Mithat ŞAHİN

#### **Fotoğraflar**

Serhat Kalkınma Ajansı  
Mukadder YARDIMCIEL

#### **Basım Tarihi ve Yeri**

Aralık 2022, Erzurum  
ISBN: 978-605-70780-1-8  
Sayfa Sayısı: 172

Bu yayın 500 adet basılmıştır.

## **T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI**

Ortakapı Mah. Atatürk Cad. No: 69 KARS - TÜRKİYE  
**Tel:** +90 474 212 52 00 **Fax:** +90 474 212 52 04  
**e-mail:** info@serka.gov.tr web: www.serka.gov.tr

#### **Grafik Tasarım ve Baskıya Hazırlık**

Zafer Medya Grup  
Yeni Kapı Cad. Kadioğlu Sok.  
No: 1 Yakutiye/Erzurum  
0 (442) 234 22 85  
zafergrafikofset@gmail.com

Yayın içerisinde kısmen ya da tamamen yayınlanması ve çoğaltılmasının fikri mülkiyet hukukuna tabidir. Kaynak gösterilmek kaydı ile T.C. Serhat Kalkınma Ajansı yayınları üçüncü kişilerce kullanılabilir.



# Kars ve Ardahan'da Haşar Peyniri Üreten İşletmelerin Analizi





# YÖNETİCİ ÖZETİ

Küreselleşen dünyada bütün sektörlerde olduğu gibi tarım sektöründe de rekabet her geçen gün artmaktadır. Değişim hızının arttığı günümüzde farklı ve sonuç odaklı stratejilerin uygulanması zorunlu hale gelmiş, üst düzey teknoloji kullanımı ile verimlilik artışına yönelik faaliyetlerin uygulanması hayati derecede önem kazanmıştır.

Ağrı, Ardahan, Iğdır ve Kars illerini kapsayan TRA2 Bölgesi'nin temel ekonomik faaliyeti olan tarım, gıda sanayinin gelişmesinde önde gelen sektörler arasındadır. Kars ve Ardahan'ın iklimi ve sahip olduğu verimli toprakları, zengin bitki örtüsü, geniş çayır ve meraları; büyükbaş süt besiciliğine elverişli olmasına ve bu illerimizde özellikle kaşar peyniri üretimine dayalı sanayinin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Son yıllarda yapılan çalışmaların bu ürünlerin bilinirliğini artırması ve buna bağlı olarak yaşanan talep artışı, bölgesel kalkınma açısından yeni fırsatları beraberinde getirmiştir. Serhat Kalkınma Ajansı, bu fırsatlardan azami düzeyde fayda elde etmeye odaklanmıştır.

Kars ve Ardahan'da Kaşar Peyniri Üreten İşletmelerin Analizi Raporu ile ilgili sektörün gelişimine katkı sunmak amacıyla nicel ve nitel araştırma tekniklerinin yansira birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılmış ve saha çalışmaları gerçekleştirilerek mevcut durum analizi yapılmıştır. Ülkemizde ve iki ilimizde kaşar peyniri imalat sektörü yakından incelenmiş olup kaşar peyniri üreticisi 70 adet işletme ile anket ve odak grup toplantıları yapılmıştır. Ayrıca Kars ve Ardahan illerimizde çalışmanın alanına giren kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, Kars ve Ardahan'da kaşar peyniri üreten işletmelerin istihdam durumu, teknoloji düzeyi, kapasite kullanımı, üretim, satış, pazarlama, finansman, talep, sorun ve gelecekle ilgili beklentileri bağlamında kapsamlı bir analiz yapılmıştır.

Kars ve Ardahan kaşar peynirinin ulusal ve uluslararası seviyede markalaşmasına ve katma değeri yüksek ürünler konuma ulaşmasına katkı sunmak amacıyla hazırlanan raporun, paydaşlarına ve yararlanıcısı olan tüm Bölge halkına bir kaynak olması hedeflenmektedir.

**Serhat Kalkınma Ajansı**  
**Genel Sekreterliği**



# İÇİNDEKİLER

<b>1. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ.....</b>	<b>14</b>
1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi .....	14
1.2. Araştırmanın Yöntemi .....	14
1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	15
1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi .....	15
1.5. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi .....	15
<b>2. PEYNİRİN TARİHİ, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ.....</b>	<b>18</b>
2.1. Peynirin Tarihi .....	18
2.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri .....	18
2.2.1. Dünyada Süt Üretimi .....	19
2.2.2. Dünyada Peynir Üretimi.....	21
2.3. Türkiye’de Süt ve Süt Ürünleri .....	22
2.3.1. Türkiye’de Süt Üretimi .....	25
2.3.2. Türkiye’de Peynir Üretimi.....	26
2.4. Kars ve Ardahan’da Süt ve Süt Ürünleri.....	27
2.4.1. Kars ve Ardahan’da Hayvancılık.....	27
2.4.2. Kars ve Ardahan’da Süt Üretimi .....	28
2.4.3. Kars ve Ardahan’da Peynir Üretimi .....	30
2.4.4. Kars Kaşarı Coğrafi İşaret Tescili ve Tescil Sürecinin Başlatılma Gerekçeleri .....	34
<b>3. KARS VE ARDAHAN’IN SOSYO-EKONOMİK YAPISI .....</b>	<b>38</b>
3.1. Kars’ın Sosyo-Ekonomik Yapısı .....	38
3.1.1. Nüfus ve Göç .....	38
3.1.2. Eğitim .....	41
3.1.3. Sağlık .....	42
3.1.4. Turizm.....	42
3.1.5. GSYH ve Kişi Başı GSYH.....	44
3.1.6. Dış Ticaret .....	45
3.1.7. Tarım ve Hayvancılık .....	46

3.1.8. Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik .....	49
3.2. Ardahan'ın Sosyo - Ekonomik Yapısı .....	50
3.2.1. Nüfus ve Göç .....	51
3.2.2. Eğitim .....	54
3.2.3. Sağlık .....	55
3.2.4. Turizm.....	56
3.2.5. GSYH ve Kişi Başı GSYH.....	58
3.2.6. Dış Ticaret .....	58
3.2.7. Tarım ve Hayvancılık .....	59
3.2.8. Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik .....	62

#### **4. KARS VE ARDAHAN'DAKİ KAŞAR PEYNİRİ İŞLETMELERİNİN ANALİZİ:**

#### **SAHA ARAŞTIRMASI .....** 68

4.1. Araştırmanın Bulguları .....	68
4.1.1. Demografik ve Tanımlayıcı (İşletmelere Ait) Bulgular .....	68
4.1.2. Hammadde Temini İle İlgili Bulgular .....	69
4.1.3. Üretim, Ürün Çeşitliliği ve Verimlilik İle İlgili Bulgular.....	71
4.1.4. Rekabet Potansiyeli İle İlgili Bulgular .....	78
4.1.5. Kapasite Kullanım Oranları İle İlgili Bulgular.....	79
4.1.6. Destek ve Teşviklerden Yararlanma İle İlgili Bulgular .....	81
4.1.7. İstihdam İle İlgili Bulgular.....	83
4.1.8. Dış Ticaret Potansiyeli İle İlgili Bulgular .....	84
4.1.9. Pazarlama ve Satış Faaliyetleri İle İlgili Bulgular.....	85
4.1.10. Teknolojik Altyapıyla İlgili Bulgular.....	87
4.1.11. Finansman ve Maliyet İle İlgili Bulgular.....	95
4.1.12. Gelecekle İlgili Beklentilere Yönelik Bulgular.....	97
4.1.13. İşletmelerle İlgili Genel Bulgular .....	101
4.2. Araştırmanın Nitel Görüşmeleri: Sorunlar ve Çözüm Önerileri.....	105
4.2.1. Avans Sistemi .....	105
4.2.2. Hammadde (Süt) Yetersizliği .....	109
4.2.3. Köylerin Göç Vermesi .....	111
4.2.4. İnsan Kaynağı Sorunu .....	112
4.2.5. Yasal Düzenlemeler ve Denetim Sorunları .....	114

4.2.6. Teşvik/Hibe Programlarından Kaynaklı Sorunlar ve Kurumların Etkinliği .....	115
4.2.7. Rekabet Durumu .....	118
4.2.8. Peynir Altı Suyunun Değerlendirilememesi .....	120
4.2.9. Finansman Durumu.....	121
4.2.10. Örgütlenme Durumu .....	121
4.2.11. Üretim Durumu .....	122
4.2.12. Ürün Çeşitliliği ve Verimlilik Durumları .....	125
4.2.13. Maliyet Durumu .....	126
4.2.14. Pazarlama, Satış ve Markalaşma Durumu .....	127
4.2.15. Talep İle İlgili Beklentiler.....	129
4.2.16. Teknolojik Altyapı ve Kapasite Kullanım Durumu .....	130
4.2.17. Sosyal Yapıyla İlgili Durumlar .....	131
4.2.18. Gelecekle İlgili Beklentiler .....	132
4.3. Araştırmanın Konusuyla İlgili Paydaş Görüşleri.....	134
4.4. Araştırmanın Korelasyon Analizi Bulguları .....	140
4.5. Kars ve Ardahan'daki Kaşar Peyniri İşletmelerinin SWOT Analizi.....	151
4.6. Eylem Planı .....	155
<b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....</b>	<b>165</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>168</b>
<b>EK-KORELASYON KATSAYILARI .....</b>	<b>171</b>

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Dünya Hayvan Varlığı (Bin Baş) .....	19
Tablo 2. Dünya'da Süt Üretimi (1.000 ton) .....	20
Tablo 3.Hayvan Türlerine Göre Dünya Süt Üretimi (Bin Ton).....	20
Tablo 4.Dünya Toplam Süt Arz Kullanım ve Ticareti (Bin Ton).....	21
Tablo 5.Dünya Toplam Peynir Arz Kullanım ve Ticareti (Bin Ton) .....	22
Tablo 6.Dünya Peynir Üretimi .....	22
Tablo 7.Türkiye'de Sağılan Büyükbaş Hayvan Sayısı, Süt Miktarı ve Ortalama Süt Verimi .....	23
Tablo 8.Türkiye'de Sağılan Küçükbaş Hayvan Sayısı, Süt Miktarı ve Ortalama Süt Verimi .....	24
Tablo 9.Türkiye'de Yıllara ve Hayvan Türlerine Göre Çiğ Süt Üretimi .....	25
Tablo 10.Yıllara Göre Türkiye Peynir Üretimi (Bin Ton).....	26
Tablo 11.Kars ve Ardahan'da Hayvan Varlığı (Baş).....	28
Tablo 12.Kars ve Ardahan'da Süt Üretimi (Ton).....	29
Tablo 13.Kars ve Ardahan'da Süt ve Süt Ürünleri İşletme Sayıları.....	32
Tablo 14.Kars ve Ardahan'da Peynir Üretim Miktarları, 2012 (Ton) .....	34
Tablo 15.Kars Nüfus Göstergeleri, 2007-2020 .....	38
Tablo 16.Kars'ta Nüfusunun Bağımlılık Oranı ve Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü, 2008-2020 .....	39
Tablo 17.Kars'ın Aldığı, Verdiği Göç, Net Göç ve Net Göç Hızı, 2008-2020 .....	40
Tablo 18.Kars Nüfus Projeksiyonu .....	40
Tablo 19.Kars'ta Bitirilen Eğitim Durumu, 2009-2020 (15 +Yaş ).....	41
Tablo 20.Kars'ta Sağlık Göstergeleri, 2009-2019.....	42
Tablo 21.Kars Ani Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı.....	43
Tablo 22.Kars'ta Müze Ziyaretçi Sayıları .....	43
Tablo 23.Kars'ta Turizm Tesislerinde Konaklama Sayıları .....	44
Tablo 24.Kars'ta Ana Sektörlere Göre GSYH ve Kişi Başı GSYH Gelişimi, 2009-2020 (Bin TL) .....	45
Tablo 25:Kars Dış Ticaret Göstergeleri (Bin \$).....	46
Tablo 26.Kars'ta Tarım Alanları Varlığı*, 2009-2019 (Dekar) .....	47
Tablo 27.Kars'ta Büyükbaş Hayvan Varlığı (Baş) .....	47
Tablo 28.Kars'ta Küçükbaş Hayvan Varlığı (Baş) .....	48

Tablo 29.Kars'ta Üretilen Hayvansal Ürünler (Ton) .....	48
Tablo 30.Kars'ın Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik (SEGE) Sıralaması.....	49
Tablo 31.Kars'ın Yaşam Endeksi İl Sıralaması (En İyi İlk 5 İl ve Kars).....	50
Tablo 32.Ardahan Nüfus Göstergeleri, 2007-2020 .....	51
Tablo 33.Ardahan'da Nüfus Bağımlılık Oranı ve Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü, 2008-2020 .....	52
Tablo 34.Ardahan'ın Aldığı Göç, Verdiği Göç, Net Göç ve Net Göç Hızı, 2008-2020 .....	53
Tablo 35.Ardahan Nüfus Projeksiyonu .....	54
Tablo 36.Ardahan'da Bitirilen Eğitim Durumu, 2009- 2020 (15 +Yaş ) .....	55
Tablo 37.Ardahan'ın Sağlık Göstergeleri 2009-2019 .....	56
Tablo 38.Ardahan'da Turizm Tesislerinde Konaklama Sayıları .....	57
Tablo 39.Ardahan'da Sektörlere Göre GSYH ve Kişi Başı GSYH Gelişimi, 2009-2020 (Bin TL) .....	58
Tablo 40.Ardahan Dış Ticaret Göstergeleri (Bin \$) .....	59
Tablo 41.Ardahan'daki Tarım Alanları Varlığı*, 2008-2020 (Dekar) .....	60
Tablo 42.Ardahan'da Büyükbaş Hayvan Varlığı (Baş) .....	61
Tablo 43.Ardahan'da Küçükbaş Hayvan Varlığı .....	61
Tablo 44.Ardahan'da Üretilen Hayvansal Ürünler (Ton) .....	62
Tablo 45.Ardahan'ın Sosyoekonomik Gelişmişlik (SEGE) Sıralaması .....	63
Tablo 46.Ardahan'ın Yaşam Endeksi İl Sıralaması (En İyi İlk 5 İl ve Ardahan) .....	64
Tablo 47. İşletme Sahiplerinin Eğitim ve Yaş Düzeyi .....	68
Tablo 49. Toplanan Ortalama Günlük Süt Miktarı (Ton) .....	70
Tablo 50.İşletmeler İçin Süt Tedarikinde Uygulanan Yöntemlerin Önem Derecesi .....	70
Tablo 51.İşletmelerin Süt Temininde Karşılaştıkları En Önemli Problemler .....	71
Tablo 52. İşletmelerin Süt Temininde Uyguladıkları Yöntem .....	71
Tablo 53.İşletmelerin Aktif Faaliyet Dönemi .....	72
Tablo 54.Müşterilerden Ürün Çeşitliliğine İlişkin Talep Alınması .....	72
Tablo 55.İşletmelerin Kaşar Peyniri Dışında Üretim Faaliyeti.....	73
Tablo 56.İşletmelerin Kaşar Peyniri Dışında Ürettikleri Ürünler.....	73
Tablo 57.İşletmelerin 2020 Yaz Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton) .....	74
Tablo 58.İşletmelerin 2021 Yaz Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton) .....	75
Tablo 59.İşletmelerin 2020 Kış Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton) .....	76
Tablo 60.İşletmelerde Süt Taşıma Sırasında Meydana Gelen Fire Oranları.....	77

Tablo 61.İşletmelerde Üretim Sırasında Meydana Gelen Fire Oranları .....	77
Tablo 62.İşletmelerde Üretim Sonrasında Meydana Gelen Fire Oranları .....	77
Tablo 63.İşletmelerde Üretim Faaliyetlerini Olumsuz Etkileyen Faktörler .....	78
Tablo 64.İşletmelerin Son 3 Yılda Ar-Ge Faaliyetleri .....	78
Tablo 65.İşletmeleri Rakiplerine Göre Üstün Kılan Nitelikler.....	79
Tablo 66.İşletmelerin Günlük Potansiyel Kapasite Kullanımları .....	79
Tablo 67.İşletmelerin Günlük Fiili (Gerçekleşen) Kapasite Kullanımları .....	80
Tablo 68.İşletmelerin Günlük Potansiyel ve Fiili Kapasite Kullanımları .....	81
Tablo 69.İşletmelerin Son İki Yılda Ortalama Kapasite Kullanım Oranları .....	81
Tablo 70.İşletmelerin Mali Destek ve Teşviklerden Yararlanma Durumları .....	82
Tablo 71.İşletmelerin Sektör İçin Talep Ettikleri Destek veya Teşvik .....	82
Tablo 72.İşletmelerde Sürekli (Daimi) Çalışan Sayısı.....	83
Tablo 73.İşletmelerde Üretim Sezonunda Çalışan Sayısı.....	84
Tablo 74.İşletmelerin Temin Etmede En Çok Güçlük Çektiği İşgücü .....	84
Tablo 75.İşletmelerin İhracat Faaliyeti.....	85
Tablo 76.İşletmelerin Tanıtım İçin Kullandıkları Sosyal Medya Kanalı .....	85
Tablo 77.İşletmelerin Reklam Verme Durumları .....	85
Tablo 78.İşletmelerin Ürün Satışlarında Tercih Ettikleri Kanallar .....	86
Tablo 79.İşletmelerin Pazarlama Sorunları .....	86
Tablo 80. Kaşar Proses Tankı .....	87
Tablo 81. Kaşar Sulu Haşlama Makinesi .....	88
Tablo 82. Kaşar Kuru Haşlama Makinesi .....	88
Tablo 83. Teleme Süzme Teknesi .....	89
Tablo 84. Teleme Süzme Tamburu .....	90
Tablo 85. Kaşar Gramajlama Makinesi .....	91
Tablo 86. Teleme Doğrama .....	91
Tablo 87. Kaşar Taşıma Arabası .....	92
Tablo 88. Mengene .....	93
Tablo 89. Seperatör .....	93
Tablo 90. İşletmelerin İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar .....	94
Tablo 91. İşletmelerin Çiğ Sütün Fiyatını Belirleme Şekli.....	95
Tablo 92. İşletmelerin Temin Ettiği Sütün Ödeme Şekli .....	95
Tablo 93. İşletmelerin Çiğ Sütün Fiyatına Yönelik Yaklaşımı .....	95



Tablo 94. İşletmelerde İşgücü Maliyetlerinin Genel Giderler İçindeki Payı .....	96
Tablo 95. İşletmelerde Tanıtım Faaliyetlerinin Yıllık Giderler İçindeki Payı.....	96
Tablo 96. İşletmelerin Paketleme ve Ambalaj Malzemelerine Ödedikleri Yıllık Tutar ...	97
Tablo 97. İşletmelerin Kısa Vadeli (1 Yıl) Hedefleri .....	98
Tablo 98. İşletmelerin Orta Vadeli (3 Yıl) Hedefleri .....	99
Tablo 99. İşletmelerin Uzun Vadeli (5 Yıl) Hedefleri .....	100
Tablo 100. İşletmelerle İlgili Genel Bulgular .....	102
Tablo 101.Kars ve Ardahan'daki Kaşar Peyniri İşletmelerinin SWOT Analizi.....	152
Tablo 102.Kars ve Ardahan İllerinde Kaşar Peyniri Üreten İşletmeler İçin Eylem Planı ..	155

## KISALTMA LİSTESİ

<b>AB</b>	: Avrupa Birliği
<b>ÇED</b>	: Çevresel Etki Değerlendirmesi
<b>ÇKS</b>	: Çiftçi Kayıt Sistemi
<b>FAO</b>	: Food and Agriculture Organization (Gıda ve Tarım Örgütü)
<b>HACCP</b>	: Hazard Analysis and Critical Control Point (Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları)
<b>IFCN</b>	: International Farm Comparison Network (Uluslararası Tarım İşletmesi Karşılaştırma Ağı)
<b>IFD</b>	: International Dairy Federation (Uluslararası Sütçülük Federasyonu)
<b>KOSGEB</b>	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
<b>KÜSİ</b>	: Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği
<b>OECD</b>	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
<b>SEGE</b>	: Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi
<b>SERKA</b>	: Serhat Kalkınma Ajansı
<b>SETBİR</b>	: Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği
<b>TANAP</b>	: Trans Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı
<b>TEPGE</b>	: Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü
<b>TİGEM</b>	: Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
<b>TKDK</b>	: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu
<b>TÜİK</b>	: Türkiye İstatistik Kurumu





# 1. Bölüm

## Araştırmanın Genel Çerçevesi

## 1. ARAŞTIRMANIN GENEL ÇERÇEVESİ

Bu kısımda öncelikle araştırmanın amacı ve önemine vurgu yapılarak kullanılan yöntemle dair açıklamalar yer almaktadır.

### 1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı Kars ve Ardahan'da kaşar peyniri üreten işletmelerin istihdam, teknolojik düzey, kapasite kullanımı, üretim, satış, pazarlama, finansman, talep ve gelecekle ilgili beklentileri bağlamında kapsamlı bir analiz yapmaktır. Bu çerçevede çalışmanın birkaç açıdan önemli olduğu söylenebilir. Başta insanların gıda ve besin ihtiyacının karşılanmasındaki önemi olmak üzere kaşar peyniri, Kars ve Ardahan ekonomileri için hayati derecede önem arz etmektedir. Mevcut durumda tarım ve hayvancılığa dayalı olarak gelişen süt ve süt ürünleri imalat sanayinin her iki kentin de ekonomik kalkınmasında önemli bir rolü vardır. Nitekim Doğu Anadolu Bölgesinde Kars ve Ardahan özellikle tarım ve hayvancılığa dayalı sanayi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Söz konusu potansiyelin daha da geliştirilmesi için sektördeki işletmelerin kapsamlı bir analize tabi tutularak hem genel olarak sektörün hem de özelde işletmelerin mevcut sorunlarının yerinde tespit edilmesi ve çözüm önerilerinin geliştirilmesi oldukça önem kazanmaktadır. Öte yandan bölgesel rekabet düzeyinin arttırılarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlanması noktasında Ar-Ge, rekabet analizi, talep analizi ve pazar araştırmasının her geçen gün artan önemi dikkate alındığında böyle kapsamlı bir araştırmanın/analizin önemi daha net anlaşılmaktadır.

### 1.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada hem nicel hem de nitel araştırma tekniklerinin birlikte kullanıldığı karma bir yöntem benimsenmiştir. Yapılan anketler araştırmanın nicel yönünü oluştururken, derinlemesine mülakatlar, odak grup görüşmelerinde elde edilen bilgiler ve resmi kurumlardan elde edilen ikincil verilerle yapılan sosyo-ekonomik analiz, çalışmanın nitel yönünü oluşturmaktadır.

Bu bağlamda araştırmada sırasıyla 5 aşamalı bir yol izlenmiştir.

1. Dünya ve Türkiye'de genel olarak peynirin, Kars ve Ardahan'da ise özel olarak kaşar peynirinin mevcut durumunu ortaya koymak için kurum raporları ve ilgili çalışmalar çerçevesinde literatür taraması yapılmıştır.
2. Kars ve Ardahan'ın sosyal ve ekonomik yapısını ortaya koymak için TÜİK ve diğer kurumlardan elde edilen güncel ikincil verilerle sosyo-ekonomik bir analiz yapılmıştır.
3. Kars ve Ardahan'daki İl Tarım ve Orman Müdürlüklerinden kayıtlı mandıraların güncel listesi alınarak 70 anket uygulanmış ve derinlemesine mülakat yapılmıştır.
4. Kars ve Ardahan'da mandıra sahipleriyle odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler doğrultusunda kapsamlı bir SWOT analizi ve Eylem Planı hazırlanmıştır.



5. Kars ve Ardahan'daki paydaş kurumlarla çeşitli görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

### 1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma Kars ve Ardahan'da İl Tarım ve Orman Müdürlüklerine kayıtlı kaşar peyniri üreten işletmelerle sınırlıdır. Dolayısıyla üretici olmayıp fason anlaşması imzalayarak kaşar peyniri satan işletmeler kapsam dışıdır. Ayrıca araştırmada her ne kadar tam sayım uygulanmış olsa da bazı firmaların il müdürlüklerinde kayıtlı olduğu halde mevcut durumda atıl vaziyette oldukları tespit edilmiştir. Bunların yanı sıra bazı işletme sahipleri çeşitli gerekçelerle görüşmek istememiş bazıları da il dışında oldukları için kendilerine ulaşılamamıştır.

### 1.4. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evreni, Kars ve Ardahan'da kaşar peyniri üreten işletmelerden oluşmaktadır. Her iki ilin İl Tarım ve Orman Müdürlükleri verilerine göre Kars ve Ardahan'da 2021 yılı itibarıyla 92 işletme mevcuttur. Ana kitleyi oluşturan işletme sayısı az olduğu için tam sayım yoluyla anket uygulanmasına karar verilmiştir. Ergin'e göre (1991) tam sayım, bütün birimleri kapsadığı için hem evrenin büyüklüğü hem de nitelikleri hakkında tam fikir verme gibi avantajlara sahiptir. Tam sayıma gidilme gerekçesi ise daha fazla ayrıntılı bilginin elde edilmek istenmesidir. Ancak bir önceki araştırmanın sınırlılıkları başlığında belirtilen gerekçelerden dolayı kayıtlı 92 işletmenin 70 tanesine ulaşılabilmektedir. Toplam işletme sayısının yaklaşık %80'ine tekabül eden bu sayının evreni yeterince temsil ettiğini söylemek mümkündür.

### 1.5. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırma kapsamında nicel verilerin toplanması amacıyla 70 işletme sahibi ile anket yapılmış ancak görüşmek istemeyen ve birkaç kez ziyarete gidilmesine rağmen yerinde bulunmayan veya atıl vaziyette olup kayıtlardan düşülmeyen 9 işletme sahibine anket uygulanamamıştır. Anket formunda öncelikle katılımcıların demografik özelliklerini ortaya çıkarmaya dönük sorular yer almıştır. Devamındaki sorular ise Hammadde Temini, Ürün Çeşitliliği, Rekabet Potansiyeli, Kapasite Kullanım Oranları, Teşviklerden Yararlanma, İstihdam Sorunları, Dış Ticaret Potansiyeli, Pazarlama ve Satış Faaliyetleri, Teknolojik Altyapı, Finansman, Maliyetler, Taleple İlgili Beklentiler, vb. alanlara dönük olmuştur. Bu çerçevede hazırlanan anket formu pilot uygulama olarak ilk etapta 10 işletmeye uygulanmıştır. Anket yapılacak firmaların belirlenmesinde kırsal-kent dengesi gözetilerek şehir merkezlerindeki büyük firmaların yanı sıra ilçe ve köylerdeki küçük işletmeler de dâhil edilmiştir. Pilot uygulama sonucunda sahadan alınan yeni bilgi ve öneriler ile ankete son şekli verilmiş ve son hali 70 kişiye bizzat araştırma ekibi tarafından yüz yüze uygulanmıştır. Anketin yanı sıra katılımcılarla derinlemesine mülakat da gerçekleştirilmiştir. Saha çalışması 15 Eylül-25 Kasım 2021 tarihleri arasında Kars ve Ardahan'da gerçekleştirilmiştir. Alan taramasıyla (anket) elde edilen veriler SPSS 20.0 programı yardımıyla betimleyici tarzda frekans dağılım tablosu ve yüzde yöntemiyle analiz edilerek yorumlanmış ve raporlanmıştır.







## 2. Bölüm

**Peynirin Tarihi,  
Süt ve Süt Ürünleri**



## 2. PEYNİRİN TARİHİ, SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ

Bu bölümde öncelikle peynirin tarihine yer verilmekte sonrasında ise Dünya’da ve Türkiye’de süt ve süt ürünleri üretimine dair detaylı bir çerçeve sunulmaktadır. Bu çerçeveden hareketle Kars ve Ardahan’daki süt ve süt ürünleri üretiminin yanı sıra her iki ildeki hayvancılık potansiyeline de yer verilmektedir.

### 2.1. Peynirin Tarihi

Peynir tarihi insanlık tarihi kadar eskiye dayanmakta ancak peynirin ilk kimler tarafından, nerede ve nasıl yapıldığı kesin olarak bilinmemektedir. Tahmini çıkış yerleri Orta Asya, Orta Doğu veya Avrupa olarak tahmin edilmektedir. Sütün başta tesadüfen sonra da bilinçli bir şekilde ekşitilmesiyle peynire dönüştürülmesi ilk Asya’da olmasına rağmen, peynirin çeşitlendiği yer olarak Avrupa karşımıza çıkmaktadır (TANAP, 2019).

Peynirin Avrupa dillerindeki etimolojik kökeni eski Yunancadaki “taze peynir suyunun süzülmesi” anlamına gelen “formos” kelimesine dayanmaktadır. İtalyan ve Fransızlar kelimenin kökenine bağlı kalmışlardır. İtalyanlar peynir için Formaggio, Fransızlar da yine aynı kökenli Fromage kelimesini kullanmaktadırlar. Ancak, İngilizlerin, Almanların, Hollandalıların ve İspanyolların kullandıkları Cheese, Kase, Kaas ve Queso kelimeleri ise Latince “coagulum” kelimesinden türemiş olan ve peynir anlamına gelen “caseus’tan” köken almaktadır. Peynir anlamına gelen Öztürkçe sözcüklere ise ilk kez Uygur Türklerinde rastlanmakta ve Kaşgarlı Mahmud’un (MS 1072) yazdığı “Divan-ı Lugat-it-Türk” adlı eserinde görülmektedir. Peynir Rusya’da Sir, Polonya’da Ser, Bulgaristan’da Sirene, Romanya’da Brinza, İsviçre’de Ost, Yunanistan’da Tiri, Hindistan’da Chiz, Arabistan’da Cebbene denilmektedir (TANAP, 2019).

Eski çağlardan beri üretilmeye başlanan peynir genellikle buldukları yöreye özgü karakteristik özellikler taşımaktadır. Yerel peynirler özelliklerini, insan mahareti, bitki örtüsü, coğrafi konumu, kültürü, iklim özellikleri gibi faktörlerden almaktadır. Bu özellikler peynirin fiziksel yapısı, tat, aroma, koku gibi tipik özelliklerinde belirleyici niteliklerdir. Bu nitelikler tüketici tercihini belirlemektedir. Peynirlerin niteliklerinin belirlenmesinde koyun, keçi sığırdan yapılmış olması da belirleyici niteliklerdendir. En nihayetinde sütün kaynağı ne olursa olsun bütün peynirler süten yapılıdır. Dünyada 2 binden fazla peynir türü olduğu tahmin edilmektedir. Dünyada en yaygın bilinen on peynir türü ise şöyledir: Mozzarella, Parmesan, Cheddar, Gouda, Emmantel, Brie, Camembert, Gruyer (Gravyer), Feta ve Rokfor (Durlu-Özkaya ve Gün, 2007).

### 2.2. Dünyada Süt ve Süt Ürünleri

Hayvansal ürünler insan sağlığı ve beslenmesinde temel teşkil etmektedir. Bu nedenle hayvancılık sektörü dünyada önemini artırarak korumaktadır. Dünyada artan gıda ihtiyacının yanı sıra et, süt ve süt ürünlerine olan talepten dolayı hayvancılık stratejik bir sektör haline gelmiştir. Bu sektör içerisinde de sığır yetiştiriciliği önem-



li bir sektör konumundadır. Gerek kırmızı et üretimi gerekse süt üretimi bakımından büyükbaş hayvancılık ayrı bir öneme sahiptir. Sığırcılıkta istenen verimi elde etmek için yetiştirildiği bölgeye adapte olmuş yetiştirme yönüne göre yüksek et ve süt verimi olan sığır ırkları seçilmelidir. Et ve süt verimi yönüne göre yetiştirilmesi yapılan yüzlerce sığır ırkı bulunmaktadır. Dünyada 2020 yılında sığır varlığı bir önceki yıla göre %0,52 artarak 1,5 milyar baş olmuştur. Oransal olarak en fazla sığır %41,6 ile Asya kıtasında bulunmaktadır (Akkaya ve Mail, 2021).

**Tablo 1. Dünya Hayvan Varlığı (Bin Baş)**

Yıl	Sığır	Manda	Koyun-keçi	Toplam
1970	1.081.641	107.263	1.440.966	2.629.870
1980	1.217.018	121.494	1.562.997	2.901.509
1990	1.298.403	148.184	1.799.114	3.245.701
2000	1.314.761	164.114	1.805.676	3.284.551
2010	1.428.636	194.169	2.000.380	3.623.185
2015	1.452.464	196.142	2.139.562	3.788.168
2018	1.489.744	206.600	2.255.383	3.745.127
	1.511.021	204.342	2.332.787	4.048.150

**Kaynak:** TİGEM, 2021

Dünya hayvan varlığı sığır, manda ve koyun-keçi bağlamında incelendiğinde her bir hayvan varlığının yıllar itibariyle artan bir seyir izlediği görülmektedir. Sığır varlığı açısından 1970 yılı hayvan sayısı 1.081.641 baş iken 2019 yılına gelindiğinde 1.511.021 başa ulaşmıştır. Geçen zaman sürecinde sığır hayvan varlığında %39,6'lık bir artış kaydedilmiştir. Manda varlığı açısından da aynı durum söz konusudur. Ancak artış oranı sığır varlığına oranla daha yüksek oranlardadır. Manda varlığı ise 70'li yıllarda 107.263 baş iken 2019 yılında 204.342 başa ulaşmıştır. Orantısal olarak bakıldığında %90,5'lik bir artış olduğu görülmektedir. Koyun-keçi varlığında da 1970'deki 1.440.966 bin baş olan sayı 2019 yılına gelindiğinde 2.332.787 baş olarak kayıt altına alınmıştır. Koyun-keçi varlığındaki artış oranı ise %61,8'dir.

### 2.2.1. Dünyada Süt Üretimi

Dünyada süt sektörüne ilişkin veriler farklı kuruluşlar tarafından kayıt altına alınmaktadır. Söz konusu kayıtlarda süt ve süt ürünlerinin üretimi, tüketimi, ticareti vb. bilgiler yer almaktadır. Süt sektörü verilerini yayınlayan kuruluşların verilerinin önemli bir kısmı birbiri ile örtüşse de birbirlerinden birtakım farklılıkları da olmaktadır. Bu farklılıklar önemli boyutlarda değişimlerdir.(TEPGE, 2021) .

IFCN (International Farm Comparison Network-Uluslararası Tarım İşletmesi Karşılaştırma Ağı) verilerine göre dünyada 2009-2019 yıllarında inek, manda, koyun, keçi ve deve sütü üretimi %27 oranında artarak 890 milyon tona ulaşmıştır. Süt üre-

timinin %95'i inek ve manda sütlerinden oluşmaktadır (Akkaya ve Mail, 2021) .

Süt miktarındaki artışa bağlı olarak, süt ve süt ürünlerine olan talep de artmıştır. Dünyanın bazı bölgelerinde ve ülkelerinde süt arzı ortaya çıkan talepteki artışı karşılayamamaktadır. Bu durum dünya süt ve süt ürünleri ticaret hacmini 2009- 2019 yılları arasında %46 artırmıştır. IFD (International Dairy Federation-Uluslararası Sütçülük Federasyonu) yıllık raporlarında dünya inek sütü üretiminde lider ülkeler sıralamasına yer vermektedir. Dünyada 2014 yılından beri inek sütü üretiminin en fazla yapıldığı ülkeler sıralaması değişmemiştir. Bu sıralamaya göre AB (Avrupa Birliği) dünyada en fazla inek sütü üreten bölge iken, bu sıralamayı ABD ve Hindistan takip etmektedir. Söz konusu listede Türkiye 8'inci sırada yer almaktadır (TEPGE, 2021; SETBİR, 2021).

**Tablo 2. Dünya'da Süt Üretimi (1.000 ton)**

Ülkeler	1970	1980	1990	2000	2010	2015	2018	2019
AB	132.090	158.069	155.547	156.155	153.367	166.673	168.381	173.755
ABD	53.073	58.244	67.005	76.023	87.474	94.644	98.716	99.082
Afrika	13.844	17.085	21.510	27.986	44.329	48.771	46.654	48.073
Türkiye	7.343	9.615	9.617	9.794	13.544	18.655	22.121	22.960
Dünya	391.946	465.819	544.196	582.091	724.802	806.700	843.035	883.283

**Kaynak:** TİGEM, 2021.

Ülkelerin süt üretimleri incelendiğinde AB, ABD, Afrika, Dünya ve Türkiye'deki üretimlerin artan bir seyir izlediği, her ne kadar orantısal farklılıklar bulunsa da süt üretim artışının adı geçen ülkelerde, birliklerde ve dünya genelinde istikrarlı bir artış süreci yaşandığını söylemek mümkündür. AB bağlamında tablo 2 yorumlandığında 1970 yılında 132.090 ton olan süt üretimi 2019 yılı kayıtlarına göre 173.755 tona ulaşmıştır. Yani geçen süre içinde %31,5'lik bir artış söz konusudur. ABD açısından bakıldığında aynı yıllar bağlamında 53.073 tondan 99.082 tona ulaşan bir süt üretiminden bahsedilebilmektedir. Dolayısıyla %86,6'lık bir artış yaşanmıştır. Afrika'da ise 13.844 tondan 48.073 tona ulaşılmış, bu geçen sürede %247,2'lik bir artış sağlanmıştır. Dünya geneline bakıldığında ise 391.946 tondan 883.283 tonluk artışla %125,3'lük süt üretimi artışı oluşmuştur. Türkiye açısından değerlendirildiğinde 1970 yılındaki süt üretimi 7.343 ton iken 2019 yılına gelindiğinde 22.960 tona ulaşmış, %212,6'lık bir oransal artış kaydedilmiştir.

**Tablo 3. Hayvan Türlerine Göre Dünya Süt Üretimi (Bin Ton)**

Yıl	İnek Sütü	Koyun Sütü	Keçi Sütü	Manda Sütü	Deve Sütü	Toplam
2016	666.161	10.198	19.636	115.103	2.753	814.024
2017	695.240	10.396	20.074	126.020	2.820	854.651
2018	713.734	10.495	20.357	132.601	2.778	879.696
2019	715.922	10.225	19.910	133.752	3.111	883.283

**Kaynak:** FAO, 2021

Covid-19 pandemisi 2020 yılında bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Pandemi ile mücadele kapsamında uygulanan kısıtlamalar üretim sektöründe ciddi bocalama yaşanmasına da neden olmuştur. Bu durum dünya çapında ekonomiyi olumsuz etkilemiş ve üretim sektörünün değişik kesimlerinde olumsuzluklar doğurmuştur. Global pandemi hiç şüphesiz süt üretimi, tedariki ve dağıtımında aksamalara neden olmuştur. OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development-Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) verilerine göre 2020 yılında dünyada süt üretimi bir önceki yıla göre %1,3 artış göstererek yaklaşık 874 milyon tona ulaşmıştır. Dünya süt üretiminde lider ülkeler 188 milyon ton ile Hindistan, 151 milyon ton ile AB ve 99 milyon ton ile ABD olmuştur. Dünya toplam süt üretiminin %81,5'ini inek sütü, %14,6'sını manda sütü, %2,3'ünü keçi sütü ve %1,3'ünü koyun sütü oluşturmaktadır (TEPGE, 2021; Akkaya ve Mail, 2021).

Dünya süt ithalatı 2020 yılında süt üretimindeki artışa bağlı olarak %3,7 oranında artarak 1,5 milyon ton olmuştur. Artan ihracat olanakları ve yeni ticaret anlaşmaları sayesinde, genişleyen küresel arzın özellikle Yeni Zelanda ve AB'den gelen talep doğrultusunda 2020 yılında bir önceki yıla göre ihracat %1,4 oranında artarak 1,9 milyon tona ulaşmıştır (TEPGE, 2021).

**Tablo 4. Dünya Toplam Süt Arz Kullanım ve Ticareti (Bin Ton)**

ARZ	2017	2018	2019	2020	2021/a
Toplam Süt	823.309	843.974	859.319	874.957	891.492
İnek Sütü Üretimi	611.142	627.25	632.58	642.466	651.823
İthalat	1.256	1.195	1.451	1.505	1.566
Toplam Arz	826.170	842.392	853.923	868.899	882.526
KULLANIM					
Toplam Yurtiçi Kullanım	824.414	840.665	852.005	866.955	880.563
İhracat	1.756	1.727	1.918	1.944	1.963
<b>Toplam Kullanım</b>	<b>826.170</b>	<b>842.392</b>	<b>853.923</b>	<b>868.899</b>	<b>882.526</b>

**Kaynak:** TEPGE, 2021, 2021/a tahmini

Covid-19 pandemi sürecinde yaşanan olumsuzluklara karşın süt üreticilerinin iyi bir şekilde organize olmalarından dolayı süt toplama işleri aksamaya uğramamıştır. Bu durum özellikle köy kooperatiflerinin ve köylerde süt toplama merkezlerinin bulunmasına bağlanmaktadır. Covid-19 sürecinde süt ve süt ürünleri işleyen tesisler de üretimlerine devam etmişlerdir. Dünyada 2020 yılında bir önceki yıla göre yağlı süt tozu üretimi %1,7 artarak 5,7 milyon tona ulaşmıştır. Yağsız süt tozu miktarı yaklaşık %0,9 artarak 4,7 milyon ton olmuştur (TEPGE, 2021).

### 2.2.2. Dünyada Peynir Üretimi

Dünyada peynir üretiminin %90'ı inek sütünden imal edilirken geri kalan kısmı manda, koyun, keçi sütlerinden imal edilen peynirlerden oluşmaktadır. 2020 yılında dünya peynir üre-

timinin 24 milyon ton olmuştur (TEPGE, 2021).

OECD-FAO tahminlerine göre göre 2021 yılında peynir üretiminin %1,2 oranında 24,5 milyon ton olması beklenmektedir. Diğer süt ürünlerinden farklı olarak, peynir ticaretinin 2021 yılında az da olsa artması beklenmektedir. Dünya peynir ihracatı, son üç yılda ortalama %2,2'lik yıllık büyümeyle 3,2 milyon ton olması beklenmektedir. 2021 yılında Dünya peynir ticaretinde beklenen artışın, AB ve ABD tarafından karşılanacağı tahmin edilmektedir. Başlıca peynir ithal eden ülkelerden olan Kanada, Kore, Rusya ve Meksika'nın peynir ithalatı miktarının artacağı tahmin edilmektedir. 2021 yılında dünya peynir ithalatının 3,2 milyon ton olması beklenmektedir (Akkaya ve Mail, 2021).

**Tablo 5. Dünya Toplam Peynir Arz Kullanım ve Ticareti (Bin Ton)**

ARZ	2017	2018	2019	2020	2021/a
Üretim	23.180	23.713	24.025	24.324	24.653
İthalat	2.433	2.477	2.525	2.571	2.617
<b>Toplam Arz</b>	<b>25.614</b>	<b>26.191</b>	<b>26.550</b>	<b>26.895</b>	<b>27.270</b>
KULLANIM					
Yurtiçi Kullanım	23.041	23.654	23.897	24.181	24.518
İthalat	2.545	2.589	2.637	2.683	2.728
<b>Toplam Kullanım</b>	<b>25.586</b>	<b>26.243</b>	<b>26.534</b>	<b>26.864</b>	<b>27.247</b>

**Kaynak:** TEPGE, 2021. 2021/a tahmini

Dünya peynir üretim miktarına bakıldığında son beş yılda artan bir seyir izlediği görülmektedir. Aynı şekilde toplam arz da artan bir seyir içindedir. Yurt içi kullanım oranları bağlamında kullanım oranının her yıl arttığı görülmektedir.

**Tablo 6. Dünya Peynir Üretimi**

Yıl	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Peynir Üretimi (milyon ton)	19.3	19.9	20.5	20.8	21.4	21.7

**Kaynak:** Ulusal Süt Konseyi, 2021

Dünyada peynir üretimi 2019 yılında bir önceki yıla göre %1,4 oranında artarak 21,7 milyon ton olmuştur. Dünyada en büyük peynir üreticisi konumunda 9,6 milyon tonla Avrupa Birliği yer almaktadır. AB ülkelerinin dünya peynir üretimindeki payı %44 iken, ABD 6,0 milyon tonluk üretimiyle %27 ikinci sırada yer almaktadır. Bu ülkelerden sonra başlıca peynir üreticisi lider ülkeler Brezilya 1,0 milyon ton, Türkiye 0,7 milyon ton, Meksika 0,6 milyon ton, Arjantin 0,6 milyon ton ve Mısır 0,4 milyon ton yer almaktadır (SETBİR, 2021)

### 2.3. Türkiye'de Süt ve Süt Ürünleri

İnsanların sağlıklı beslenmesi ve protein ihtiyacının karşılanmasında hayvansal ürünler çok önemli ve stratejik bir role sahiptir. Hayvancılık faaliyetlerinin gelişmesi, kırsal kalkınmaya katkı vermenin yansıra kaliteli protein kaynağının öz kaynaklardan

karşılanması bakımından da önemli stratejik bir konudur (Demir, 2009). Ülkemizde hayvancılığa ve tarıma verilen desteklerle hayvan sayısı, hayvan başına birim süt ve et miktarlarında düzenli artışlar sağlanmıştır.

Sağılan büyükbaş hayvan varlığımız açısından bakıldığında, geçtiğimiz 20 yıllık süreç içerisinde sığır varlığımız 6.580.753'e ulaşmıştır. 2000 yılındaki 5.279.569 sayısına kıyasla %24,6'lık bir artış yaşanmıştır. 2004 yılına kadar yüksek miktarlarda seyreden sığır sayısı adı geçen yılda düşüş göstermiş ancak devam eden yıllarda artan bir seyir izlemeye başlamıştır. Bu artış istikrarlı bir şekilde artan bir seyirde devam etmiştir. Bununla birlikte sığır sütü miktarındaki artış istikrarlı süregelmiştir. 20 yıllık süreç sonunda sığırlardan elde edilen süt miktarı iki katından fazla bir rakama ulaşmıştır (2000 yılında 8.732.041 ton, 2019 yılında ise 20.782.374 ton, yani %138'lik bir artış sağlanmıştır.) Aynı şekilde süt veriminde de artış oranı yüksektir. Her ne kadar hayvan sayısındaki artış yüksek oranlarda olmasa da süt verimi ortalama iki katına yaklaşmıştır (2000 yılında 1654 kg/baş, 2019 yılında 3158 kg/baş). Geçen 20 yıllık süreçte manda varlığımız 69.602'den 79.333'e ulaşmıştır. Yani yaklaşık %13,9'luk bir artış yaşanmıştır. Manda sütü miktarındaki artış 2010 yılına kadar aşağı yönlü bir seyir izlerken, adı geçen yıldan itibaren manda sütü miktarları istikrarlı bir şekilde artan bir seyir izlemiştir. Ancak yine de bu uzun süreçte yani 20 yıllık zaman diliminde manda sütündeki verim aynı düzeylerde kalmıştır.

**Tablo 7. Türkiye'de Sağılan Büyükbaş Hayvan Sayısı, Süt Miktarı ve Ortalama Süt Verimi**

Yıl	Sığır (Baş)	Sığır Süt (Ton)	Verim Ton/ Baş	Manda (Baş)	Manda Süt (Ton)	Verim Ton/ Baş
2000	5.279.569	8.732.041	1.654	69.602	67.330	967
2001	5.085.814	8.489.082	1.669	65.356	63.327	969
2002	4.392.568	7.490.634	1.705	51.626	50.925	986
2003	5.040.362	9.514.138	1.888	57.378	48.778	850
2004	3.875.721	9.609.326	2.479	39.362	39.279	998
2005	3.998.097	10.026.202	2.508	38.205	38.058	996
2006	4.187.931	10.867.302	2.595	36.553	36.358	995
2007	4.229.440	11.279.339	2.667	30.460	30.375	997
2008	4.080.243	11.255.176	2.758	31.440	31.422	999
2009	4.133.148	11.583.313	2.803	32.361	32.443	1.003
2010	4.361.841	12.418.544	2.847	35.362	35.487	1.004
2011	4.761.142	13.802.428	2.899	40.218	40.372	1.004
2012	5.431.400	15.977.838	2.942	46.959	46.989	1.001
2013	5.607.272	16.655.009	2.970	51.940	51.947	1.000
2014	5.609.240	16.998.850	3.031	54.891	54.803	998
2015	5.535.774	16.933.520	3.059	62.999	62.761	996

2016	5.431.715	16.786.263	3.090	63.329	63.085	996
2017	5.969.048	18.762.318	3.143	69.497	69.401	999
2018	6.337.907	20.036.877	3.161	75.882	75.742	998
2019	6.580.753	20.782.374	3.158	79.333	79.341	1.000

**Kaynak:** TÜİK, 2021 Hayvansal üretim istatistiklerinden derlenmiştir.

Sağılan küçükbaş hayvan varlığımız açısından bakıldığında geçtiğimiz 20 yıllık süreç içerisinde koyun varlığımız 2009 yılına kadar istikrarsız ve düşüş yönlü bir seyir izlerken 2010 yılından itibaren artan bir seyir izlemeye başlamıştır. Bu artış istikrarlı ve artan bir seyrinde devam etmiştir. Koyun varlığımız 2000 yılında 15.920.159 iken 2019 yılında 19.836.985'e ulaşmıştır. Yani %24,6'lık bir artış sağlanmıştır. 20 yıllık süreç sonunda koyunlardan elde edilen süt miktarı da iki katına yakın bir rakama ulaşmıştır. 2000 yılında 774.380 ton, 2019 yılında ise 1.521.455 ton. Yani %96,4'lük bir artış sağlanmıştır. Koyun sütü verimi ise 2004 yılından başlayarak sonraki yıllarda da stabil bir seyrinde devam etmiştir. Geçen 20 yıllık süreçte keçi varlığımız 3.792.707'den 5.471.086'ya ulaşmıştır. Yani keçi sayısında %44,2'lik bir artış olmuştur. Keçi sütü miktarındaki artış 2010 yılına kadar aşağı yönlü bir seyir izlerken, adı geçen yıldan itibaren keçi sütü miktarları istikrarlı bir şekilde artan bir seyir izlemeye başlamıştır. 2000 yılında 220.211 ton olan keçi sütü miktarı 2019 yılında 577.209 tona ulaşmıştır. Yani %162,1'lik bir artış yaşanmıştır. Bu uzun süreçte yani 20 yıllık zaman diliminde keçi sütündeki verim de %48 oranında artmıştır.

**Tablo 8. Türkiye'de Sağılan Küçükbaş Hayvan Sayısı, Süt Miktarı ve Ortalama Süt Verimi**

Yıl	Koyun (Baş)	Koyun Süt (Ton)	Verim Ton/Baş	Keçi (Baş)	Keçi Süt (Ton)	Verim Ton/Baş
2000	15.920.159	774.380	49	3.792.707	220.211	58
2001	14.846.753	723 346	49	3.773.466	219.795	58
2002	13.637.194	657 388	48	3.553.438	209.622	59
2003	12.477.217	769 959	62	3.126.656	278.136	89
2004	9.919.191	771 715	78	2.476.574	259.087	105
2005	10.166.091	789 878	78	2.426.993	253.759	105
2006	10.245.894	794 681	78	2.420.642	253.759	105
2007	10.109.987	782 587	77	2.263.629	237.487	105
2008	9.642.170	746 872	77	1.997.689	209.570	105
2009	9.407.866	734 219	78	1.830.813	192.210	105
2010	10.583.608	816 832	77	2.582.539	272.811	106
2011	11.561.143	892 822	77	3.033.111	320.588	106
2012	13.068.428	1 007 007	77	3.502.272	369.429	105



2013	14.287.237	1 101 013	77	3.943.318	415.744	105
2014	14.524.264	1 113 937	77	4.400.169	463.270	105
2015	15.362.927	1 177 228	77	4.578.494	481.174	105
2016	15.149.414	1 160 413	77	4.555.105	479.401	105
2017	17.503.414	1 344 779	77	4.963.581	523.395	105
2018	18.819.284	1 446 271	77	5.327.166	561.826	105
2019	19.836.985	1 521 455	77	5.471.086	577.209	106

**Kaynak:** TÜİK, 2021 Hayvansal üretim istatistiklerinden derlenmiştir.

Yapılan saha gözlemlerine ve çiftçi eğitimlerine bakıldığında hayvancılıkla uğraşan bireylerin geleneksel yöntemlerden uzaklaştıkları ve hayvancılığı bir meslek olarak görmeye başladıkları söylenebilir. Hayvanların bakım besleme koşullarında ve diğer alanlarda maliyet düşürücü yöntemlere başvurdukları görülmektedir. Hayvanların barınak koşulları ve beslenmeleri için gerekli olan maliyetten kaçınmadıkları da görülmektedir. Dolayısıyla bu bakış açısından kaynaklı olarak hayvanların gerek et verimi gerekse süt veriminin artmaya başladığı görülmektedir.

### 2.3.1. Türkiye’de Süt Üretimi

Ulusal Süt Konseyi tarafından tutulan kayıtlara göre 2000 yılından bu yana Türkiye’deki sığır sütü oranı düzenli şekilde artış seyri içinde olmuştur. Aynı şekilde koyun sütü miktarında da her bir yıl öncesine göre artış seyri görülmektedir. Manda sütündeki 2009 ve 2010 yıllarındaki düşüşler hariç tutulursa miktar açısından diğer hayvan sütlerine benzer bir seyir izlediği ve keçi sütü miktarında ise yine 2009 yılındaki düşüş dışında sürekli bir artış olduğu görülmektedir. Türkiye’de yıllara göre ve hayvan türlerine göre süt üretim miktarları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 9. Türkiye’de Yıllara ve Hayvan Türlerine Göre Çiğ Süt Üretimi**

Yıl	Sığır		Manda		Koyun		Keçi		Toplam Ton
	Ton	Pay (%)	Ton	Pay (%)	Ton	Pay (%)	Ton	Pay (%)	
2000	8.732.000	89,2	67.300	0,7	774.400	7,9	216.300	2,2	9.790.000
2009	11.583.313	92,4	32.443	0,3	734.219	5,9	192.210	1,5	12.542.185
2010	12.418.544	91,7	35.487	0,3	816.832	6,0	272.811	2,0	13.543.674
2011	13.802.428	91,7	40.372	0,3	892.822	5,9	320.588	2,1	15.056.210
2012	15.977.838	91,8	46.989	0,3	1.007.007	5,8	369.429	2,1	17.401.263
2013	16.655.009	91,4	51.947	0,3	1.101.013	6,0	415.743	2,3	18.223.712
2014	16.998.850	91,2	54.803	0,3	1.113.937	6,0	463.270	2,5	18.630.860
2015	16.933.520	90,8	62.761	0,3	1.177.228	6,3	481.174	2,6	18.654.683
2016	16.786.263	90,7	63.085	0,3	1.160.413	6,3	479.401	2,6	18.489.162
2017	18.762.319	90,6	69.401	0,3	1.344.779	6,5	523.395	2,5	20.699.894

2018	20.036.716	87,3	75.742	0,3	1.446.271	6,3	561.826	2,4	22.120.555
2019	20.782.374	90,5	79.341	0,3	1.521.455	6,6	577.209	2,5	22.960.379

**Kaynak:** Ulusal Süt Konseyi, 2021, TÜİK, 2021.

Tablodan da anlaşılacağı üzere çiğ süt üretiminde sığır payı oldukça yüksektir. Nitekim sığırcılık Türkiye’de geçmişten bu yana önemli bir üretim kolu olarak algılanmış ve daha fazla ilgi görmüştür. Zira hem Türkiye hem de Dünya’da sığırcılığa oldukça önem verilmektedir. Bununla birlikte Türkiye’de manda yetiştiriciliği de son yıllarda önem kazanmaya başlamıştır (TİGEM, 2020:7).

### 2.3.2. Türkiye’de Peynir Üretimi

Türkiye’de son yıllarda peynir üretim ve tüketiminde önemli artışlar olmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri; geleneksel peynirlerin üretildiği bölgenin dışına taşması, oralarda kendine bir pazar bulması ve özellikle büyük şehirlerde de ciddi talep edilir duruma gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum, geleneksel olarak bazı yörelerimizde veya illerimizde üretilen peynirlerin endüstriyel ölçekte üretimlerinin başlamasına neden olmuştur (Hayaloğlu, 2008).

Türkiye’de en yaygın olarak beyaz peynir, kaşar peynir ve tulum peyniri üretilmektedir. Yöresel peynirler yönünden ise hayli çeşitlilik göstermektedir. Bunlardan; Kars Kaşarı, Kars Gravyeri, Kırklareli kaşarı, Ezine peyniri, Erzincan tulum peyniri, Diyarbakır örgü peyniri, Cival peynir, Van otlı peyniri, çökelek peyniri, Çorum kargı peyniri, Hakkari lavaş peyniri, İzmir tulumu en çok bilinenleridir (Cırık, 2019).

**Tablo 10.Yıllara Göre Türkiye Peynir Üretimi (Bin Ton)**

Yıl	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Üretilen peynir	665,6	657,3	689,9	756,0	699,6	767,1

**Kaynak:** TÜİK

Tabloya göre Türkiye’de üretilen peynir miktarı dönem dönem azalışlar göstermekte ancak 2020 yılı itibariyle son altı yılın üretiminin üstüne çıkmış bulunmaktadır. Ayrıca 2020 yılındaki peynir üretiminin de 767 bin ton olarak gerçekleştiği görülmektedir.



## 2.4. Kars ve Ardahan'da Süt ve Süt Ürünleri

Kars ve Ardahan'da süt ve süt ürünleri denilince akla ilk olarak kaşar peynir gelmektedir. Her iki il kaşar peyniri üretiminde bölgedeki diğer illerin epey önündedir. Zira her iki ilde de uzun bir geçmişe dayanan kaşar üretimi ve tüketimi geleceği söz konusudur. Özellikle Kars kaşarı ulusal çapta bilinirliği olan bir ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz kaşarın tanınırlığında önceden Kars'ın ilçesi olan şimdi de Ardahan'a bağlı Göle ilçesinin payı büyüktür. Ayrıca Gravyer peyniri de Türkiye'de neredeyse sadece Kars'ta üretilen bir ürün olarak ön plana çıkmaktadır (SERKA, 2012a). Bu noktada söz konusu süt ürünlerinin kaynağı olarak her iki ildeki hayvancılık potansiyelinin önemi her geçen gün artmaktadır. Dolayısıyla illerin süt ve süt ürünleri üretiminin daha iyi analiz edilebilmesi için öncelikle Kars ve Ardahan'daki hayvancılık potansiyeline yakından bakmakta fayda vardır.

### 2.4.1. Kars ve Ardahan'da Hayvancılık

Gelişmekte olan ülkelerde kırsal bölgede yaşayan insanların temel geçim kaynaklarının başında tarım ve hayvancılık gelmektedir. (Doğan, 2009). Ardahan ve Kars illerini de kapsayan TRA2 Bölgesi, coğrafi yapısı ve sahip olduğu bitki örtüsüyle beraber hayvancılığa oldukça elverişlidir. Bu illerin başlıca gelir kaynağı hayvancılığa bağlı tarım, canlı hayvan ticareti, hayvansal ürünler, süt ve süt ürünleridir. Süt ürünlerinde özellikle Kaşar peyniri ve gravyer peyniri önemli bir yere sahiptir (SERKA, 2010).

Yörede hayvancılık meraya dayalı olarak yapılmaktadır. Ancak iklimden kaynaklı kışların uzun ve sert geçmesi, mera ve çayırın uzun süre karla kaplı olması önemli bir dezavantaj oluşturmaktadır. Uzun geçen kış aylarında hayvanların ahırlarda/barınaklarda uzun süre kalmaları hayvansal ürünlerin maliyetini artırıcı bir faktör oluşturmaktadır. Bu durumda yetiştiriciler kış aylarında hayvanlarını yeterince besleyememektedir. Yetiştiriciler tarafından hayvan besleme ve bakımında uygulanan maliyet düşürücü faaliyetler, hayvanlarda önemli miktarda et ve süt kaybına neden olmaktadır. Birim hayvan başına et ve süt verimini arttırmak için bölgede sulu tarıma geçilerek yem bitkileri üretiminin artırılması gerekmektedir (Demir, 2011; Cırık, 2019). Kars ve Ardahan'ın son on yıllık süreçteki hayvan varlığı aşağıdaki tabloda yer almaktadır.



Tablo 11.Kars ve Ardahan'da Hayvan Varlığı (Baş)

Yıl	KARS		Toplam	ARDAHAN		Toplam
	Büyükbaş	Küçükbaş		Büyükbaş	Küçükbaş	
2009	383.738	278.772	662.510	210.147	32.321	242.468
2010	378.160	206.540	584.700	245.369	31.341	276.710
2011	408.649	261.121	669.770	242.345	26.123	268.468
2012	460.202	363.212	823.414	300.771	42.573	343.344
2013	492.266	346.821	839.087	316.361	44.647	361.008
2014	486.664	499.500	986.164	278.036	48.013	326.049
2015	405.606	567.148	972.754	287.467	51.972	339.439
2016	411.908	563.927	975.835	289.185	72.736	361.921
2017	431.882	481.869	913.751	279.984	60.914	340.898
2018	413.445	456.500	869.945	291.519	74.238	365.757
2019	545.619	468.501	1.014.120	333.847	99.240	433.087
2020	607.754	520.455	1.128.209	330.168	94.807	424.975

Kaynak: TÜİK

Tabloya göre Kars'ta büyükbaş hayvan sayısı 2009'da 383 binin üzerinde seyrederken on yıllık süreçte ciddi bir artış eğilimine girmiş ve 2020'ye gelindiğinde 607 binin üstüne çıkmıştır. Aynı dönemde küçükbaş hayvan sayısında da gözle görülür bir artış yaşanmış ve 2009'da yaklaşık 280 bin olan küçükbaş hayvan sayısı 2020'de 520 binin üzerine çıkmıştır. Genel olarak bakıldığında Kars'ta 2009'da 662 binlerde olan toplam hayvan varlığının 2020'de 1 milyonun üzerine çıktığı görülmektedir.

Ardahan açısından bakıldığında da son on yılda hayvan varlığının önemli miktarda arttığı görülmektedir. Kars'tan farklı olarak Ardahan'daki artış eğiliminin 2020'de tersine dönmesi dikkat çekicidir. Buna göre 2009'da 210 binin üstünde olan büyükbaş hayvan varlığı 2019'da yaklaşık 334 binlerdeyken 2020'de 4 binlik bir azalışla 330 binlere doğru gerilemiştir. Aynı şekilde küçükbaş hayvan varlığı da 2009'da 32 binlerdeyken 2019'da yaklaşık 100 bine yükselmiş ancak 2020'de yaklaşık 5 bin başlık bir azalışla 94 binlere gerilemiştir. Toplam hayvan varlığının 2009'dan 2019'a gelindiğinde 242 binlerden 433 binlere kadar yükseldiği ancak 2020'de 424 bine kadar gerilediği görülmektedir.

#### 2.4.2. Kars ve Ardahan'da Süt Üretimi

Bölgenin geçmişten bugüne süt üretimi ve süt ürünleri üretimine bakıldığında İsviçre'nin mali yardımı ile 1969 yılında kurulan Kars Süt Fabrikası'nın kurulmasına kadar süt işlenmesi ve süt ürünleri küçük imalathanelerde yapılmıştır. Fabrikanın kurulmasıyla bölgedeki süt tedariki ve süt ürünleri üretimi önemli oranda artmıştır

(TANAP, 2019).

Ardahan ve Kars illerinin kalkınmasında süt sanayisinde küçük ve orta ölçekli mandıraların önemli bir yeri vardır. Modern süt sanayi işletmelerinin sayısının az olmasına rağmen, bu illerimizde kaşar peynirinin önemli bir bölümü mandıra olarak adlandırılan, çoğunluğunun mevsimlik faaliyet gösteren küçük ölçekli işletmelerde üretilmektedir. Ancak bu mandıralarda, pazara arz edilen süt ve süt ürünleri gerek kalite ve hijyen gerekse miktar olarak yeterli olmadığı gibi iç ve dış talebe yetiştirememektedir (Demir, 2011).

Bu illerimizde Eylül-Nisan aylarında hayvanlar kapalı alanlarda tutulduğundan ve yeterli beslenmediğinden süt üretimi miktarı oldukça azalmaktadır. Hayvanların meraya çıktığı dönemler olan Nisan- Ağustos aylarında süt miktarında artışlar görülmektedir. Bu aylar arasında mandıralar aktif olarak çalışmaktadır. Yapılan görüşme ve gözlemlerde üretimine bahar aylarında başlayan mandıracılar, bölgede yaşanan yoğun rekabetten dolayı süt satın aldıkları birimleri ellerinde tutmak zorunda kalmaktadırlar. Kaşar peyniri üreticileri bu nedenle süt üreticilerini süt üretim sezonundan önce kendilerine bağlamak zorunda kalmaktadırlar. Mandıracılar süt üreticileri ile kaşar peyniri üretim sezonunun hemen akabinde Ağustos-Eylül aylarında, bir sonraki dönem için ihtiyaçları olan sütü satın almaktadırlar. Bu aylarda mandıracılarla süt üreticileri bir araya gelmekte ve mandıracılar bir sonraki yılın tüm sütünü pazarlık usulü satın almaktadırlar (Cırık, 2019). Bu bağlamda Kars ve Ardahan'daki süt üretim miktarlarının son on yıllık süreçteki değişimi ve süt üretiminin hayvan türlerine göre dağılımını görmek açısından aşağıdaki tablo önemli veriler sunmaktadır. Aşağıdaki Tablo her iki ilde sütçülük sektörünün geleceği açısından da pek çok ipucu barındırmaktadır. Özellikle son dönemlerde küçükbaş hayvancılığın teşvik edildiği bu illerde süt üretim miktarında ciddi bir küçükbaş hayvan payının olduğu görülmektedir.

Tablo 12.Kars ve Ardahan'da Süt Üretimi (Ton)

YIL	KARS					ARDAHAN				
	inek sütü (ton)	Manda sütü (ton)	Koyun sütü (ton)	Keçi sütü (ton)	Toplam süt (ton)	inek sütü (ton)	Manda sütü (ton)	Koyun sütü (ton)	Keçi sütü (ton)	Toplam süt (ton)
2009	318.737	-	6.283	567	325.587	185.228	8	990	29	186.255
2010	307.652	-	4.067	405	312.124	224.883	8	921	55	225.867
2011	372.686	2	5.449	545	378.682	224.761	5	776	52	225.594
2012	502.555	4	8.507	765	511.831	334.488	8	1.340	90	335.926
2013	523.904	4	8.152	792	532.852	338.939	2	1.478	60	340.479
2014	659.259	5	10.607	871	670.742	318.399	3	1.541	54	319.997
2015	611.642	5	12.565	1.061	625.273	354.798	-	1.815	59	356.672

2016	613.023	5	12.575	1.027	626.630	231.794	12	1.656	169	233.631
2017	565.221	8	13.011	1.032	579.272	340.379	9	2.440	74	342.902
2018	508.051	9	12.690	1.009	521.759	360.010	6	2.775	141	362.932
2019	577.544	12	13.727	871	592.154	420.864	-	3.978	192	425.034

**Kaynak:** TÜİK

Tabloya göre Kars'ta 2009'da 325 bin tondan fazla bir süt üretimi söz konusuysen 2014'e gelindiğinde 670 bin tonun üstünde bir süt üretiminin gerçekleştiği görülmektedir. Bu tarihten itibaren azalışa geçen süt üretim miktarı son yıllarda tekrar bir yükseliş eğilimi yakalamış ve 2019'da 592 bin tonun üstünde seyretmiştir. Genel olarak bakıldığında bu yükselişte inek sütünün önemli bir payı olduğu görülmektedir. Bununla birlikte koyun sütünde de on yıllık süreçte iki kattan daha fazla bir artış yaşanması dikkat çekicidir.

Ardahan'daki süt miktarında ise on yıllık süreçte iki kattan daha fazla bir artış yaşandığı söylenebilir. Toplam süt miktarının 2009'da 186 bin tonun üstünde, 2019'da ise 425 bin tonun üstünde gerçekleştiği görülmektedir. Süt üretimi 2015'te 356 bin tonun üstüne çıkarken 2016'ya gelindiğinde 233 bin tonlara kadar gerilemiştir. Ancak son dönemlerde gözle görülür bir artışın yaşandığı ve 2019 itibarıyla 425 tonun üstünde bir süt üretiminin olduğu görülmektedir. Öte yandan tablodaki verilere bakıldığında özellikle son dönemlerde Ardahan'daki toplam süt miktarında küçükbaş hayvancılığın artan payı dikkat çekmektedir.

### 2.4.3. Kars ve Ardahan'da Peynir Üretimi

Kars ve Ardahan illeri ortalama 1800 metre yüksekliği, zengin florası, mikro klima çeşitliliği ve zengin otlak ve yaylaları ile ülkemizin önemli hayvancılık merkezleridir. Dolayısıyla bölgenin en önemli geçim kaynağı hayvancılıktır. Hayvancılığın ana çıktılarında biri olan süt, dolayısıyla peynir ise bölgenin üretmiş olduğu en değerli ürünlerden biridir. Zengin flora, geniş yaylalar ve değişik sığır ve koyun ırkları nedeni ile yöresel ve geleneksel anlamda yapılan peynir 30 civarındadır. Bu peynirlerden 6-7 adedi endüstriye kazandırılabilir niteliktedir. Yörede üretilen ve yaygın olarak bilinen peynir türlerinden; Gravyer, Eski Kaşar, Taze Kaşar, Göbek Peyniri, Beyaz Peynir, Malakan Peyniri, Tel Peyniri (Türkmen Saçak Peyniri), Çeçil, Tulum Peyniri, Lor Peyniri, Karın Peyniri her iki ilimizde de üretilmektedir. Bunların dışında Ardahan ilinde üretilen Gorcola (çürük) peyniri ekonomik değeri olan ve henüz işletmelerde üretimi yapılmayan bir peynir türüdür (Güzeller ve Koboyeva, 2020).

Kars, Doğu Anadolu Bölgesinde işletme onaylı en fazla peynir işletmesinin bulunduğu ildir. Bu özelliği ile Doğu Anadolu'nun hatta Türkiye'nin peynir başkenti denilebilir. Yöresel ve geleneksel anlamda taze kaşar, eski kaşar, göbek, malakan, gravyer ve az miktarda beyaz peynir ve çeçil (civil) peyniri üretilmektedir (Cırık, 2019). Ardahan ile birlikte 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında günümüze çok derin ve özel bir peynircilik tarihine sahiptir. Peynir kültürünü yerel kültürle ve doğal kaynaklarla harmanlayıp gastronomi, doğa ve kültür turizmi merkezi olabilen

tek il Kars'tır (Yazıcı, 2014).

Rus idaresindeki (1878-1918) Kars oblastında en önemli geçim kaynağı hiç kuşkusuz tarım (esas olarak tahıl ekimi) ve hayvancılık olmuştur. 1897 yılı nüfus sayımına göre vilayetteki bütün nüfusun %82'si çiftçilik ve hayvancılıkla geçinmekteydi. Toplamda halkın %82'sinin geçim kaynağı tarım ve hayvancılık idi. 1900'lerin başından itibaren özellikle Rus yerleşimciler ve İsviçreli Alman peynir üreticileri, açtıkları yağ ve peynir imalathanelerinde (Rusçasıyla zavotlarda) inek kalitesini ve süt verimini artırma ve kaliteli peynir üretme yönünde önemli başarılar elde ettiler. Zavot (завод) sözcüğü Rusçada genelde fabrika veya imalathane anlamına gelirken Kars'ta yerli halkın dilinde mandıra anlamını kazandı. 1888 yılından itibaren imalathaneler, mandıralar (zavotlar) ve değirmenlerden, Rus yönetim sisteminde kırsalda bayındırlık işlerini yürütmek amacıyla kurulan zemstvo teşkilatı için %2 oranında bir vergi daha alınmaya başlandı (Badem, 2014: 54-55).

Çarlık Rusya döneminde üretilmeyen kaşar peyniri ilk kez Cumhuriyet sonrası Kars'ta üretilmiş ve tüm mandıracıların dikkati çekilmişti. Fehmi Bey ve Ragıp Şefik Bey'in ardından 1926 yılında Viladikars'ta (Ladikars-Kümbetli) Halim ve Ahmet Şahin Beyler; Dikme'de Süleyman Bey ve ortakları; Bölükbaşı'nda (Selim) yine Ragıp Şefik Bey; Cilavuz'da (Susuz) Arslan ve Stonçef Beyler, Zaruşad'da (Arpaçay) Bekârzade Hamdi Bey, Uzun Zaim'de (Yolboyu) Mut Oğlu Süleyman Bey; Boğatepe'de Hacı İdris ve Bayram Oğlu Ali Beyler mandıralarında kaşar imal etmeye başlamışlardır (Yazıcı, 82 :2014).

Öztek (1983) İğdir, Tuzluca, Aralık, Hanak ve Posof gibi ilçeler hariç tutulursa geri kalan ilçeler ve merkez ilçeye bağlı hemen hemen her köyde bir veya birkaç kaşar peyniri imalathanesi bulunduğunu, Büyük Boğatepe, Kümbetli, Dikme ve Büyük Sütlüce gibi bölgenin bazı köylerinde 10'u aşkın kaşar imalathanesi bulunduğunu ifade etmektedir. İmalathanelerin hepsi devamlı yerleşim merkezlerinde kurulmuş sabit tesisler bulunduğunu belirtmektedir (Öztek, 1983).

Arınç (2018) ise Rus işgali yıllarında Boğatepe'ye yerleşen bir İsviçreli peynir imalatçısının bu köyde ilk Gravyer peyniri imalathanesi kurması ile Anadolu coğrafyası ilk kez insan sağlığı için çok değerli bir besin kaynağı olan Gravyer peyniri ile tanıştığını belirtmiştir. Ardından Ruslar tarafından bölgeye getirilen İsviçre ve Alman kökenli peynir ustaları, Malakanları ve Doukhoborları Gravyer peyniri üretimi için eğitmeye başlamış ve Ardahan-Kars Yöresi'nde pek çok Gravyer peyniri imalathanesi kurulmuştur. Ekim 1917 Bolşevik ihtilali sırasında Rus ordusunun bölgeden çekilmesinin ardından, Gravyer peyniri üretimi konusunda uzmanlaşmış nüfus da ülke dışına göç etmiş ve bölgenin ekonomik gelişimi için çok önemli olan Gravyer ustalığı bitme noktasına gelmiştir. Buna karşılık o günkü SSCB topraklarında yaşamak istemeyen Kıpçaklar, Karapapaklar (Terekemeler), Karakalpıklar, Kumanlar ve Kumuklar Ardahan-Kars Yöresi'ne yerleşmeye başlamıştı. Bunlardan bir bölümünün daha önce Gravyer peyniri üretimine aşina olmaları, bir kısmının da henüz ülkeden ayrılmamış olan Malakanlardan Gravyer peyniri imalatını öğrenmeleri nedeniyle yabancı gruplardan geriye kalan gravyer atölyelerinde üretimi sürdürmeyi başarabil-



miş ve günümüze ulaşmasını sağlamışlardır.

Ardahan ili peynir işletmelerinde en çok üretilen peynir türü taze ve eski kaşar, malakan ve göbek peynirleridir. Az miktarda gorcola (çürük) ve Tel Peyniri (Türkmen Saçak Peyniri) üretilmektedir. İşletmelerin büyük çoğunluğu Göle ilçesinde yer almaktadır. Üretim yoğun olduğu sezon Mayıs- Ağustos aylarıdır. İşletmelerin önemli bir kısmı hammadde yetersizliği nedeniyle üretim sezonunda çalışmaktadır. İşletmeler aile işletimleri olup bunların önemli bir kısmı hammadde yetersizliği nedeniyle üretim sezonunda çalışmaktadır. Özellikle Göle ilçesinde bulunan işletmeler tanıtım ve markalaşma konusunda oldukça ileridir. Elektronik ticaret sayesinde pek çok işletme Türkiye'nin 81 iline perakende ürün satışı gerçekleştirmektedir. Kış aylarında kargo ile gönderim sorun olmaz iken yaz aylarında havaların ısınmasıyla kargo ile gönderim sorun çıkarabilmektedir. Soğuk zincir kargo taşımacılığına dair bir proje ilde gündeme gelebilir. Toptan satışlarda ise pazar İstanbul, Ankara, Bursa ve Doğu Karadeniz illeridir. Üreticiler perakende ürünlerini vakumlu ambalajlarda, toptan ürünlerini ise çuvallarda satmaktadırlar. Bölge üreticisinin en büyük sorunu köylüye avans sistemdir. Oldukça verimsiz olan bu sistem likidite açısından hem küçük üreticiyi zora sokmakta hem de köylünün üretim isteğini azaltmaktadır. Öte yandan büyük riskler içermektedir. Örneğin üretim sezonu kurak gittiğinden yeterli süt üretimi olmamış ve köylü mandıracılara söz verdiği miktarlarda süt sağlayamamış, dolayısıyla mandıracıya borçlu kalmıştır. Mandıracı da istediği miktarlarda süt alamadığı için yeterli üretim yapamamıştır. Dolayısıyla kazancı az olacağı için bir sonraki yılda köylüye ödeme yapabilmek için ciddi manada zorlanmaktadır (Cırık, 2019).

Kars'ta ise işletmelerin büyük çoğunluğu Kars merkezde Organize Sanayi Bölgesi ile merkez köyler Kümbetli, Dikme ve Boğatepe'de (Zavot) kümelenmiştir. Gravyer üretimi ise Boğatepe köyündeki ve Kars Merkez organize sanayi bölgesinde mandıralarda yapılmaktadır. (Yazıcı, 2014). Kümelenme rekabet gücünün istenen düzeyde olmadığı ve dolayısıyla düşük rekabet seviyesinde olduğu ortaya çıkmıştır. Buna karşın bölgenin kümelenme potansiyeli vardır ve bunu arttırıcı projelerin hayata geçilmesi gerekmektedir (Yıldız ve Alp, 2014). Bu bağlamda Kars ve Ardahan'da faaliyet gösteren süt ve süt ürünleri işletmelerinin son yıllardaki mevcut sayıları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 13. Kars ve Ardahan'da Süt ve Süt Ürünleri İşletme Sayıları**

	2019	2020	2021
Kars	60	61	62
Ardahan	26	28	30
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>89</b>	<b>92</b>

**Kaynak:** Kars ve Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlükleri

Tabloya göre 2019'dan 2021'e kadar hem Kars'ta hem de Ardahan'da işletme sayılarının arttığı görülmektedir. Kars'ta 2019'da 60 olan süt ve süt ürünleri işletme sayısı 2021'de 62'ye yükselirken aynı dönemlerde Ardahan'da 26 olan işletme sayısının 30'a yükseldiği görülmektedir. Yapılan görüşmelerde her iki ilde de özellikle kaşar peynirine ciddi bir talep olduğu ve bu nedenle yeni firmaların piyasaya girme konusunda istekli olduğu tespit edilmiştir. İşletme sayılarındaki artış, kaşar peyniri gibi bir ürünün iki il açısından taşıdığı ticari önemi göstermesi açısından son derece önemlidir.

Nitekim coğrafi işaret alan Kars Kaşarı özellikle son 5 yılda marka değerini oldukça arttırmış ve bütün Türkiye pazarında önemli bir yer bulmaya başlamıştır. Kars kaşarı Cumhuriyet sonrası Balkanlardan getirilen bir peynir türü olup ilde en çok üretimi yapılan peynir çeşididir. Kars'ta kaşar inek sütüyle yapılmaktadır. Farklı tatlar ve aromalar için butik olarak koyun sütü veya koyun sütü ile karışık inek sütü ile denemeler yapan işletmeler de mevcuttur. Gelişen turizmle birlikte birçok üretici Kars kent merkezinde satış mağazaları açmış, internet üzerinden ve telefonla ülkenin 81 iline peynir satışı gerçekleştirmektedir. Küçük işletmelerin önemli bir kısmı pazarlama, tanıtım ve markalaşma konularında zayıf kalmaktadır. Kars ölçeğine göre büyük sayılan işletmelerin önemli bir kısmı da neredeyse üç kuşaktır mandıracılık yapmaktadırlar. Bu işletmeler peynir üretimlerinin önemli bir kısmını toptan çuvallarla İstanbul, Ankara, Bursa ve Doğu Karadeniz bölgesine pazarlamaktadırlar. Tanıtım, reklam ve pazarlama için bir çaba içerisinde bulunmamaktadırlar (Cırık, 2019). "Kars Kaşarı" markasının korunması için standardizasyonun sağlanması ve süt ürünlerinde kalitenin artırılması gerekmektedir. Ürünün hem iç piyasada rekabet edebilmesinde hem de uluslararası pazarlara girip tutunabilmesinde kalite düzeyinin artırılması ve tüm piyasalarda rekabet edebilecek düzeye getirilmesi gereklidir (Gelibolu, 2009). Kars'taki tüketicilerin kaşar peyniri satın alırken satın alımlarına en fazla etki eden faktörler önem sırasına göre; kaşar peynirinin organik olması, işyerinin gıda güvencesi belgesine sahip olması ve ürünlerine garanti vermesi, personelin ilgili davranması ilk üç sırada yer almaktadır (Gelibolu ve Çelik, 2015).

Öte yandan Kars ve Ardahan'ın orijinal yerel ve geleneksel peynirlerinden birisi de çeçildir. Sütün yağı alındıktan sonra yağsız süt ile yapılan bu peynir yöre halkının kaşar ile birlikte tükettiği en yaygın peynir türüdür (Cırık, 2019). Kars gravyeri ise coğrafi işaret alma yolunda ilerlemektedir. Bölgenin ve Türkiye'nin en eşsiz peynir türlerinden bir tanesi olup 19. yüzyılın sonunda İsviçreli tarafından Kars'a getirilmiştir (Yazıcı, 2014).

Ancak peynir konusunda zengin bir potansiyele sahip olan Kars ve Ardahan illerinin doğal, kaliteli ve özgün olan yöresel ve geleneksel peynirleri Türkiye pazarında hak ettiği yeri bulamamaktadır. Bu durumun altında yatan faktörlerin başında hammadde (süt) miktarının yetersiz oluşu, tanıtım, pazarlama ve markalaşma çalışmalarının yetersiz oluşu gelmektedir. Bu bağlamda Kars ve Ardahan'da üretilen peynirlerin üretim miktarları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır. Peynir üretim miktarları anket yoluyla elde edildiği için bu konuda en güncel veri Serhat Kalkınma

Ajansının (SERKA) 2012 yılında gerçekleştirdiği anket sonuçlarına dayanmaktadır.

**Tablo 14. Kars ve Ardahan'da Peynir Üretim Miktarları, 2012 (Ton)**

Ürün cinsi	Kars	Ardahan
Kaşar Peyniri	3.178	2.491
Gravyer Peyniri	170	8
Beyaz Peynir	346	0
Lor Peyniri	122	0
Çeçil Peyniri	10	20
Tulum Peyniri	5	0
Otlu Peynir	3	0

**Kaynak:** SERKA, 2012a.

Tablodan da görüldüğü gibi her iki ilde de üretilen başlıca süt ürünü olarak kaşar peyniri öne çıkmaktadır. Diğer peynir çeşitleri ise sırasıyla Gravyer peyniri, beyaz peynir, lor peyniri, çeçil peyniri, tulum peyniri ve otlu peyniridir. Bununla birlikte Kars ve Ardahan'da güncel peynir üretim miktarlarının veri olarak elde edilememesi böylesi bir sektör için önemli bir kayıt eksikliği olarak dikkat çekmektedir. Bu konuda işletmelerin denetlenmesi ve üretim miktarlarının yıllara göre sistematik olarak kayıt altına alınması son derece önem arz etmektedir.

Nitekim Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğüyle yapılan görüşmede Kars'taki kaşar peyniri üretim miktarının tahmini olarak tespit edilebildiği dile getirilmiştir. Kurumun tahminlerine göre Kars'ta 2016'da 18.000 ton kaşar peyniri üretilirken 2019'da 12.000 ton, 2020'de ise 15.500 tonluk bir üretim gerçekleşmiştir. Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğüyle yapılan görüşmede ise üretici beyanları esas alınarak hazırlanan verilere göre Ardahan'da 2018'de 3.161 ton, 2019'da 2.940 ton, 2020'de 3.190 ton ve 2021'de ise 2.015 ton kaşar üretildiği tespit edilmiştir.

#### **2.4.4. Kars Kaşarı Coğrafi İşaret Tescili ve Tescil Sürecinin Başlatılma Gerekçeleri**

Kafkas Üniversitesinin öncülüğünde ve SERKA tarafından desteklenen bir proje ile hazırlanan özellikleri ve denetim biçimi belirlenen Kars Kaşarı Coğrafi İşaret tescili 14.02.2014 tarihinden geçerli olmak üzere 11. 03. 2015 tarih ve 29292 sayılı Resmi Gazetede ilan edilmiştir (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2015). Kars Kaşarı tescil türü olarak menşe adı ile tescillenmiştir. Coğrafi sınırı; Ardahan ve Kars illerinin merkez ve ilçeleri ve bu birimlere bağlı köy, mezra ve yaylaları kapsamaktadır.

Yakın zamanlara kadar Türkiye'de kaşar üretiminin yoğun olarak üretildiği yerler arasında Trakya bölgesi, Kars, Ardahan ve Muş illeri öne çıkmıştır. Günümüzde ise yaygınlaşan teknoloji ve artan süt miktarı ve ulusal markaların oluşmasıyla Kaşar peyniri birçok ilde üretilmeye başlanmıştır. Türkiye'de Kaşar peyniri üretiminin yaygınlaşması ve modernize edilerek farklı tekniklerle üretilmesi, geleneksel üreti-



mine devam eden illerdeki küçük işletmeleri zor duruma sokmuş ve piyasada rekabet etme gücünü zayıflatmıştır. Dolayısıyla Kaşar imalatçıları giderek geleneksel üretimden uzaklaştırmaya, alışık olunan özelliklerini kaybetmeye başlamışlardır. Ailesel düzeyde ve geleneksel yöntemlerle üretim yapan işletmeleri yok olma noktasına getirmiştir. Bu olumsuzluklar Ardahan ve Kars illerinde Kaşar üretim miktarını ve pazar payını da düşürmeye başlamıştır. Modern tesis ve büyük işletimlerde tost, kahvaltılık vb. adlar altında üretilen paket ve ambalajı ile tüketiciye hitap eden kaşar peynirleri arttıkça, Kars kaşarına olan talep de azalmaya başlamıştır. Kars Kaşarı doğal bir ortamda zengin bitki florası ve iklim şartları, süt kalitesi ve sütün elde edilmiş biçimi ile tamamen diğer ürünlerden kendini ayırmaktadır. Bu özellikler ve daha birçok özelliği ile Kars Kaşarını kamusal bir marka yapmak, üretim metodunun korumak ve pazar payını arttırmak bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu durum küçük işletimlerin varlığını devam ettirmek için Kars ve Ardahan illerine ait geleneksel kaşar peynirinin “Coğrafi İşaret Tescili” kapsamında koruma altına alınması gereksinimi doğmuştur. Böylece Kars Kaşarının günümüzde ve gelecekte, bir kültürel miras ve ekonomik değer olarak korunması sağlanmış olacak ve yöre ekonomisine katkısı da artarak devamlılık sağlayacaktır (Şahin, 2021).











## 3. Bölüm

**Hars ve Ardahan'ın  
Sosyo Ekonomik  
Yapısı**

### 3. KARS VE ARDAHAN'IN SOSYO-EKONOMİK YAPISI

Bu bölümde Kars ve Ardahan'a ait sosyal ve ekonomik göstergeler yardımıyla detaylı bir analiz sunulmaktadır. Bu göstergeler hem illerin taşıdıkları potansiyelelin açığa çıkarılması hem de gelişmişlik seviyelerinin ortaya konulması açısından önemli ipuçları barındırmaktadır.

#### 3.1. Kars'ın Sosyo-Ekonomik Yapısı

Kars'ın sosyo-ekonomik yapısı sırasıyla; Nüfus ve Göç, Eğitim, Sağlık, Turizm, GSYH ve Kişi Başı GSYH, Dış Ticaret, Tarım ve Hayvancılık ile Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik göstergeleri bağlamında ele alınmıştır.

##### 3.1.1. Nüfus ve Göç

Kars'ın nüfusu 2000'li yılların başında 300 binlerin üzerinde seyrederken son on yıllık süreçte nüfusta ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileri derlenerek hazırlanan Tablo 15'te Kars'ın nüfusunda yıllar itibariyle yaşanan değişim açıkça görülmektedir.

Tablo 15.Kars Nüfus Göstergeleri, 2007-2020

Yıl	Toplam Nüfus	İl ve ilçe merkezleri	Belde ve köyler	Kentleşme Oranı (%)	Nüfus Yoğunluğu	Erkek		Kadın	
						Köy	Şehir	Köy	Şehir
2007	312.205	134.726	177.479	43,2	31	90.376	61.411	87.103	63.315
2008	312.128	130.625	181.503	41,9	31	93.149	60.529	88.354	60.096
2009	306.536	126.127	180.409	41,2	30	92.350	67.061	88.059	59.066
2010	301.766	123.452	178.314	40,9	30	90.873	63.944	87.441	59.508
2011	305.755	129.047	176.708	42,2	30	90.818	68361	85.890	60.686
2012	304.821	131.235	173.586	43,1	30	89.001	69.402	84.585	61.833
2013	300.874	129.458	171.416	43,0	30	88.586	67.039	82.830	62.419
2014	296.466	131.156	165.310	44,2	29	85.525	68.151	79.785	63.005
2015	292.660	133.334	159.326	45,6	29	82.561	69.479	76.765	63.855
2016	289.786	133.528	156.258	46,1	29	81.573	68.942	74.685	64.586
2017	287.654	135.948	151.706	47,3	28	79.009	60.472	72.697	65.476
2018	288.878	136.729	152.149	47,3	29	79.526	69.984	72.623	66.745
2019	285.410	138.934	146.476	48,7	28	76.611	70.057	69.865	68.877
2020	284.923	141.389	143.534	49,6	28	74.598	72.552	68.936	68.837

**Kaynak:** TÜİK, 2021a Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçları 2007-2020'den derlenmiştir.

Tabloya göre Kars'ın nüfusu 2007'de 312 binin üzerindeyken yıllar içerisinde gerçekleşen ciddi göç hareketlerinin doğal sonucu olarak giderek azalmış ve 2020 itibarıyla 284.923'e gerilemiştir. Kentin nüfus dağılımına yakından bakıldığında özellikle belde ve köy nüfusunun zaman içindeki azalışı dikkat çekmektedir. Gelinen noktada belde ve köy nüfusu, il/ilçe merkezi nüfusuyla neredeyse eşitlemiş durumdadır. Bu durum her ne kadar kentleşme anlamında olumlu sayılabilecek bir durum olsa da tarım ve hayvancılığın köylerde icra edildiği gerçeği göz önüne alındığında köy nüfusundaki ciddi düşüş olumsuz bir göstergedir. Bununla birlikte köyde yaşayan kadın nüfusunda 2007'den bu yana 15 binden fazla bir düşüş yaşanırken erkeklerde bu düşüş 18 binden fazla olmuştur. Aynı dönemler içinde şehirde yaşayan erkek nüfusunda 1141 kişilik bir artış yaşanırken kadın nüfusu 5522 kişilik bir artış yaşamıştır. Köylerde tarım ve hayvancılığın yoğunlukla kadınlar üzerinden yürütüldüğü gerçeği göz önüne alındığında özellikle kadın nüfusundaki çarpıcı düşüş sektörün geleceği açısından önemli bir tehdittir. Öte yandan kilometrekareye düşen kişi sayısı olarak tanımlanan nüfus yoğunluğu ise 2007'de 31 iken 2020'de 28'e gerilemiştir.

**Tablo 16.Kars'ta Nüfusunun Bağımlılık Oranı<sup>1</sup> ve Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü, 2008-2020**

Yıl	Toplam Nüfus	Toplam yaş bağımlılık oranı (%)	Çocuk bağımlılık oranı (%)	Yaşlı bağımlılık oranı (%)	Ortalama hane halkı büyüklüğü
2008	312.128	59,3	49,8	9,5	5,3
2009	306.536	61,1	51,0	10,1	5,3
2010	301.766	62,7	51,8	10,9	5,2
2011	305.755	60,6	50,0	10,7	5,0
2012	304.821	60,1	49,2	10,9	4,9
2013	300.874	59,6	48,3	11,4	4,6
2014	296.466	58,5	46,7	11,8	4,4
2015	292.660	57,7	45,5	12,2	4,2
2016	289.786	56,4	44,4	12,0	4,1
2017	287.654	55,5	43,5	12,0	4,0
2018	288.878	54,4	42,3	12,1	4,0
2019	285.410	54,4	41,9	12,5	3,9
2020	284.923	53,7	40,7	13,0	3,8

**Kaynak:** TÜİK.

<sup>1</sup> Toplam yaş bağımlılık oranı: 0-14 yaş ile 65 yaş ve üzeri nüfusun 15-64 yaş arasındaki nüfusa oranıdır. Yaşlı Bağımlılık oranı: 65 yaş ve üzerindeki nüfusun 15-64 yaş arasındaki nüfusa oranıdır. Çocuk Bağımlılık oranı: 0-14 yaş arası nüfusun 15-64 yaş arasındaki nüfusa oranıdır. Bağımlı nüfus: Toplumda ekonomik olarak üretken olmayan nüfustur. Kendileri çalışmayıp, toplumdaki çalışanların ürettiklerini tüketen nüfustur. Bunların toplam nüfusa oranına bağımlılık oranı denir.

Kars'ta nüfusun yaş düzeyindeki değişim bağımlılık oranlarını önemli ölçüde etkilemiştir. Buna göre çocuk bağımlılık oranının düşmesi ve yaşlı bağımlılık oranının artması dikkat çekicidir. Çünkü üretime aktif olarak katılamayacak bir nüfusun artması, buna karşılık aktif nüfus olarak ifade edilen 15-64 yaş arasındaki nüfusun azalması kent ekonomisi için önemli riskler taşımaktadır. Ayrıca çocuk bağımlılık oranının düşmesi kentteki doğurganlık hızının düşmesinin doğal bir sonucu olarak yorumlanabilir. Öte yandan Kars'ta hane halkı büyüklüğü 2008'de 5,3 kişi iken yıllar içinde doğurganlık hızındaki düşüşün etkisiyle 2020'de 3,8 kişiye kadar gerilemiştir.

**Tablo 17.Kars'ın Aldığı, Verdiği Göç, Net Göç ve Net Göç Hızı, 2008-2020**

Yıl	Toplam nüfus	Aldığı göç	Verdiği göç	Net göç	Net göç hızı (%)
2008	312.128	8.855	17.726	- 8 871	-28,0
2009	306.536	9.028	15.660	- 6 632	-21,4
2010	301.766	9.906	16.657	- 6 751	-22,1
2011	305.755	10.654	16.376	- 5 722	-18,5
2012	304.821	9.706	16.185	- 6 479	-21,0
2013	300.874	11.046	18.072	- 7 026	-23,1
2014	296.466	10.280	20.020	- 9 740	-32,3
2015	292.660	11.328	19.809	- 8 481	-28,6
2016	289.786	10.209	16.590	- 6 381	-21,8
2017	287.654	11.588	17.119	- 5 531	-19,0
2018	288.878	14.441	16.620	- 2 179	-7,5
2019	285.410	11.132	16.421	- 5 289	-18,4
2020	284.923	8.168	12.910	- 4 742	-16,5

**Kaynak:** TÜİK

Kars, Türkiye'de en çok göç veren illerin başında gelmektedir. Yıllar içinde nüfusta meydana gelen düşüşte verilen göçlerin önemli bir payı vardır. Yıllar itibariyle net göç rakamlarında azalış kaydedilmesine rağmen göç olgusu Kars için önemli bir sorun teşkil etmektedir. Bu sorunun mevcut haliyle devam etmesi durumunda Kars nüfusu için gelecekte ciddi bir tehdit olması kaçınılmazdır.

**Tablo 18.Kars Nüfus Projeksiyonu**

Yıl	Kars'ın nüfusu	Türkiye'nin nüfusu
2022	272.621	85.911.035
2023	269.503	86.907.367
2024	266.335	87.885.571
2025	263.097	88.844.934

**Kaynak:** TÜİK, 2021b. Nüfus Projeksiyonları, 2018-2025

Kars'ın gelecek yıllardaki nüfus eğilimini gösteren nüfus projeksiyonu, nüfusun gelecekte önemli ölçüde azalacağına işaret etmektedir. TÜİK'in nüfus projeksiyonuna göre Kars'ın nüfusunun 2025'te 260 binlere kadar düşmesi öngörülmektedir.



### 3.1.2. Eğitim

Kars'ta nüfusun eğitim durumuna bakıldığında son dönemlerde olumlu gelişmelerin yaşandığı ve bu durumun rakamlara yansıdığı söylenebilir.

Tablo 19.Kars'ta Bitirilen Eğitim Durumu, 2009-2020 (15 +Yaş )

Yıl	Okuma yazma bilmeyen	Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	İlkokul mezunu	İlköğretim mezunu	Ortaokul veya dengi mezunu	Lise veya dengi mezunu	Yükseköğül veya fakülte mezunu	Yüksek lisans mezunu	Doktora mezunu	Bilinmeyen
2009	29.005	19.818	59.784	29.597	7.768	31.790	9.564	466	236	21.457
2010	23.132	17.606	55.264	38.695	9.240	32.136	9.791	589	270	18.854
2011	20.910	18.121	53.853	47.279	8.852	34.886	13.740	680	298	11.969
2012	20.101	18.517	52.717	50.286	8.664	33.844	14.803	673	295	10.865
2013	19.188	18.250	51.156	50.255	8.462	34.188	16.688	818	321	10.014
2014	18.694	16.682	50.523	45.107	15.659	35.364	18.508	884	331	6466
2015	17.973	15.364	50.153	40.742	20.919	35.782	20.389	965	404	4713
2016	16.887	14.568	48.059	35.531	27.261	37.472	22.072	1.001	417	3217
2017	15.844	13.351	46.982	35.704	28.621	38.658	21.909	1.601	593	2854
2018	15.055	11.718	42.622	36.167	33.313	41.940	22.724	1.730	606	2555
2019	13.956	10.853	39.766	19.800	49.664	43.142	23.793	1.997	618	2423
2020	13.251	10.481	39.540	19.353	50.797	43.247	26.017	2.137	627	2346

Kaynak: TÜİK



Tabloya göre okuma yazma bilmeyenlerin sayısı neredeyse yarı yarıya düşerken özellikle ortaöğretimden yükseköğretime doğru gözle görülür bir artış olduğu söylenebilir. Ayrıca 2007’de eğitim durumu bilinmeyen şekilde kategorileştirilen 21 bin kişinin 2020’de 2 binlere kadar düşmesi son derece olumlu bir göstergedir. Aynı şekilde lisansüstü eğitim düzeyindeki ciddi artış da dikkat çekicidir.

### 3.1.3. Sağlık

Kars’ta 7 tanesi Sağlık Bakanlığı, 1 tanesi de Kafkas Üniversitesine bağlı olmak üzere toplam 8 hastane hizmet vermektedir.

Tablo 20.Kars’ta Sağlık Göstergeleri, 2009-2019

Gösterge	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hastane Sayısı	7	7	7	7	7	7	9	8	8	8	8
Hastane Yatak Sayısı	657	617	571	757	772	772	762	726	768	738	743
Uzman Hekim	129	144	190	208	224	229	214	209	223	193	205
Pratisyen Hekim	131	168	159	162	148	157	184	194	213	179	256
Asistan Hekim	19	18	15	47	54	56	56	60	43	39	47
Toplam Hekim	279	330	364	417	426	442	454	463	479	411	508
Diş Hekimi	30	36	37	34	52	46	41	39	37	50	50
Hemşire	291	308	357	439	458	463	460	442	508	569	623
Ebe	265	254	287	298	320	314	294	259	268	288	290
Eczacı	40	43	42	54	60	58	53	54	55	67	69
Diğer personel	296	323	362	324	529	518	494	458	605	585	630

Kaynak: TÜİK

Hastane yatak sayılarına bakıldığında toplam yatak sayısının 2013 ve 2014’te 772 yatak ile en yüksek sayıya ulaştığı ancak 2019’da 743’e kadar gerilediği görülmektedir. Öte yandan sağlık personeli bakımından son on yıllık dönemde sayısal olarak bir artış kaydedildiği görülmektedir. Ancak gelen personelin uzun süre burada kalmayı tercih etmemesi ve genel sağlık altyapısındaki yetersizliklerden dolayı rakamlardaki bu olumlu durum ne yazık ki sağlık hizmetine yansımamaktadır.

### 3.1.4. Turizm

Kars, hem tarihi geçmişi ve mimari yapısı hem de kış turizmi açısından ciddi bir turizm potansiyeli taşımaktadır. Kentin en önemli turizm destinasyon alanı 2016’da UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesinde yer almaya başlayan Ani Ören Yeri’dir.

**Tablo 21.Kars Ani Ören Yeri Ziyaretçi Sayısı**

Yıl	Yerli	Yabancı	Toplam
2011	9.256	12.204	21.460
2012	13.258	10.736	23.994
2013	13.410	13.220	26.630
2014	13.274	10.832	24.106
2015	15.664	3.511	19.175
2016	39.280	2.402	41.682
2017	58.185	2.340	60.525
2018	94.448	1.480	95.928
2019	125.800	3.238	129.038
2020	64.293	329	64.622

**Kaynak:** Kars İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2021

Ani Ören Yeri ziyaretçi sayılarına bakıldığında 2011'den 2015'e kadar yabancı sayısında gözle görülür artış dikkat çekmektedir. 2015'ten sonra yabancı ziyaretçi sayısında ciddi bir düşüş yaşanırken yerli ziyaretçi sayısında olumlu bir seyir izlenmiş bu durum toplam ziyaretçi sayısının giderek artmasını sağlamıştır. Öte yandan 2020'de rakamların çarpıcı bir biçimde düşmesini dünya genelinde yaşanan Covid-19 Pandemisiyle açıklamak mümkündür.

**Tablo 22.Kars'ta Müze Ziyaretçi Sayıları**

Yıl /Müze	Kars Arkeoloji ve Etnografya Müzesi			Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesi		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
2018	25.601	463	26.064	79.775	551	80.326
2019	25.600	1.060	26.660	101.693	622	102.315
2020	13.900	146	14.046	42.122	110	42.232

**Kaynak:** Kars İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2021

Kars arkeoloji ve etnografya müzesi ziyaretçi sayılarının 2015'ten 2019'a neredeyse dört kat arttığı görülmektedir. Ziyaretçi sayılarında 2020'de düşüş yaşanmakla birlikte 2015'e göre iki katlık bir artış olduğu görülmektedir. Öte yandan toplam ziyaretçi sayısında yerli ziyaretçilerin sayısı dikkat çekmektedir. Kafkas Cephesi Harp Tarihi Müzesinin ziyaretçi sayısı da 2018'den 2019'a gelindiğinde 20 binden fazla bir artışla 100 bini geçmiştir. Ancak 2020'de Covid-19 Pandemisinin etkisiyle bu sayı 42 binlere kadar gerilemiştir.

Tarihi yapıları ve mimarisinin yanı sıra son dönemlerde Doğu Ekspresiyle yapılan masalsi yolculukla ön plana çıkan Kars, kış turizmi açısından da oldukça önemli

bir potansiyele sahiptir. Çıldır gölünün yanı sıra Sarıkamış kayak merkezi bu anlamda önemli birer turizm destinasyon noktaları olarak dikkat çekmektedir. Kentin turizm potansiyeli son dönemlerde konaklama sayılarına da yansımış ve sayılarda gözle görülür bir artış kaydedilmiştir.

**Tablo 23.Kars'ta Turizm Tesislerinde Konaklama Sayıları**

Yıl	Turizm İşletme Belgeli Tesis			Belediye Belgeli Tesis		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
2015	45.324	4.299	49.623	47.091	4.022	51.113
2016	33.845	1.551	35.396	27.854	1.450	29.304
2017	48.927	3.275	52.202	51.681	1.774	53.455
2018	80.692	2.747	83.439	46.833	2.967	49.800
2019	108.456	2.642	111.098	52.668	5.389	58.057
2020	64.822	622	65.444	37.762	732	38.494

**Kaynak:** Kars İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2021

Kars ve ilçelerinde bulunan tesislerdeki konaklama sayılarına bakıldığında Covid-19 Pandemisinin hız kazandığı 2020 yılı hariç genel olarak son beş yılda artış kaydedildiği görülmektedir. Özellikle turizm işletme belgeli tesislerde 2015'te yaklaşık 50 bin olan konaklama sayısı, 2019'da iki kattan daha fazla artarak 111 binlere yükselmiştir. Belediye belgeli tesislerde aynı dönemler için yaklaşık 7 binlik bir artış kaydedilmiştir.

### 3.1.5. GSYH ve Kişi Başı GSYH

Kars'ta temel geçim kaynağının önemli bir bölümü tarım ve hayvancılıktan oluşmaktadır. Sanayinin oldukça yetersiz kaldığı kentte hizmetler sektörünün ön plana çıktığı görülmektedir. Kars'ın 2009-2020 dönemi cari fiyatlarla GSYH verileri aşağıda yer almaktadır.

Tablo 24.Kars'ta Ana Sektörlere Göre GSYH ve Kişi Başı GSYH Gelişimi, 2009-2020 (Bin TL)

Yıl	Tarım	Sanayi	Hizmetler	Tarım / GSYH (%)	Sanayi / GSYH (%)	Hizmetler/ GSYH (%)	Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla	Kişi başı GSYH (\$)
2009	500.574	227.269	991.321	26,0	11,8	51,5	1.926.073	4.031
2010	793.247	271.284	1.095.139	32,3	11,1	44,6	2.454.132	5.372
2011	910.067	325.644	1.286.336	31,8	11,4	44,9	2.864.087	5.623
2012	1.058.156	422.611	1.478.131	31,6	12,6	44,1	3.349.107	6.088
2013	914.026	633.129	1.677.109	24,9	17,2	45,6	3.676.713	6.379
2014	923.205	441.418	1.907.912	25,0	11,9	51,6	3.697.704	5.663
2015	1.411.211	451.434	2.112.347	31,3	10,0	46,9	4.507.900	5.644
2016	1.330.089	734.823	2.506.417	25,7	14,2	48,4	5.182.231	5.889
2017	1.480.379	915.315	2.866.667	25,0	15,4	48,3	5.932.309	5.633
2018	1.613.006	807.433	3.451.583	24,6	12,3	52,7	6.550.215	4.819
2019	1.972.658	744.934	4.112.103	26,0	9,8	54,2	7.584.811	4.652
2020	2.953.887	832.329	4.772.291	30,7	8,6	49,6	9.627.167	4.796

**Kaynak:** TÜİK

Kars'ta ana sektörlerin milli gelirdeki paylarına bakıldığında hizmetler sektörünün ilk sırada olduğu, tarımın ikinci, sanayinin de üçüncü sırada yer aldığı görülmektedir. Sanayi sektörünün GSYH içindeki payının son iki yılda %10'un altına düştüğü buna karşılık aynı yıllarda tarımın payının %30'un üstüne çıktığı görülmektedir. Öte yandan hizmet sektöründeki ilerlemenin milli gelirdeki katkısı açıkça görülmekle birlikte 2020'de ciddi bir düşüş yaşanmış ve %50'nin altına gerilemiştir. Ancak bu sektörün Pandemiden etkilenme derecesi dikkate alındığında düşüşün geçici olduğu söylenebilir. Kars'ta kişi başı gelir göstergesine bakıldığında ise son on yıllık süreçte (2012 ve 2013 yılları hariç) 4-5 bin dolar bandında sıkışıp kaldığı görülmektedir. Kişi başı gelir son üç yıldır 5 bin doların altında seyretmektedir.

### 3.1.6. Dış Ticaret

Kars'ın en zayıf olduğu göstergelerden birisi dış ticarettir. Bu durum aşağıdaki tabloda açıkça görülebilmektedir.

Tablo 25:Kars Dış Ticaret Göstergeleri (Bin \$)

Yıl	İhracat (\$)	İthalat (\$)	Dış Ticaret Dengesi	Dış Ticaret Hacmi
2010	158.694	3.048.936	-2.890.242	3.207.630
2011	1.094.496	1.801.306	-706.810	2.895.802
2012	3.241.226	3.982.378	-741.152	7.223.604
2013	635.193	4.784.636	-4.149.443	5.419.829
2014	410.663	3.375.329	-2.964.666	3.785.992
2015	0	1.322.940	-1.322.940	1.322.940
2016	136.148	2.579.959	-2.443.811	2.716.107
2017	361.070	4.322.129	-3.961.059	4.683.199
2018	208.046	10.377.672	-10.169.626	10.585.718
2019	487.191	3.261.070	-2.773.879	3.748.261
2020	1.247.046	1.048.110	198.936	2.295.156

**Kaynak:** TÜİK

Kentin sınır kapısının kapalı olmasının yanı sıra mevcut girişimcilerin çeşitli ekonomik ve bürokratik sebeplerle yurt dışına açılmamalarından kaynaklı olarak ihracat rakamlarının çok düşük hatta bazı dönemlerde 0 (sıfır) olarak kaydedildiği görülmektedir. İhracattaki bu düşüş hem dış ticaret hacmini düşürmekte hem de kentin sürekli dış ticaret açığı vermesine yol açmaktadır. Tabloya göre ihracatta en başarılı olunan dönem 2012 yılı olarak dikkat çekerken en başarısız dönem ise hiç ihracat yapılmayan 2015 yılıdır.



### 3.1.7. Tarım ve Hayvancılık

Kars'ta son on yıllık süreçte ekilen, nadasa bırakılan ve sebze bahçelerinin yanı sıra meyveler, içecek ve baharat bitkilerine ayrılan tarım alanlarının varlığı aşağıda sunulmaktadır.

**Tablo 26.Kars'ta Tarım Alanları Varlığı\*, 2009-2019 (Dekar)**

Yıl	Toplam alan	Ekilen alan	Nadas	Sebze bahçeleri alanı	Meyveler, içecek ve baharat bitkileri alanı
2008	3.080.837	2.497.813	573.655	-	9.369
2009	2.442.962	2.045.671	389.200	-	8.091
2010	2.368.382	2.032.845	328.702	-	6.835
2011	2.240.240	2.193.391	239.986	-	6.863
2012	2.747.558	2.371.796	368.908	-	6.854
2013	2.218.640	2.094.358	17.382	-	6.900
2014	2.095.158	2.075.907	11.478	-	7.773
2015	2.158.650	2.131.190	19.687	-	7.773
2016	2.021.935	1.993.835	19.193	19	8.888
2017	2.025.571	1.998.972	15.997	20	10.582
2018	2.100.722	2.073.045	10.528	-	17.149
2019	2.190.279	2.161.626	10.369	-	18.284
2020	2.207.091	2.168.485	19.667	-	18.939

**Kaynak:** TÜİK \*Çayır ve mera alanları hariç

Kars'ta çayır ve meralar hariç toplam alan tarım alanı (2008 ve 2012 hariç) ve ekilen tarım alanı (2016 ve 2017 yılları hariç) 2 milyon dekar civarında seyretmiştir. Nadasa bırakılan alanlarda ise 2008'en itibaren önemli miktarda azalış kaydedildiği görülmektedir.

**Tablo 27.Kars'ta Büyükbaş Hayvan Varlığı (Baş)**

Yıl	Dana ve buzağı: erkek	Dana ve buzağı: dişi	Tosun: 1-2 yaş	Düve: 1-2 yaş	İnek: 2 yaş ve üzeri	Boğa ve öküz: 2 yaş ve üzeri	Manda	Toplam Büyükbaş
2010	44.898	49.781	41.052	58.365	184.064	18.460	-	396.620
2011	49.061	49.383	43.246	58.883	208.069	23.850	7	432.499
2012	50.527	50.483	41.025	65.523	252.625	28.050	19	488.252
2013	54.482	55.020	52.622	74.143	255.980	27.379	19	519.645
2014	61.056	57.968	44.363	66.185	257.062	32.058	30	518.722
2015	53.447	52.599	27.838	36.471	235.225	36.969	26	442.575
2016	52.968	53.340	28.849	41.923	234.806	39.460	22	451.368
2017	49.625	54.504	38.063	74.627	215.025	35.480	38	467.362
2018	54.844	57.096	37.559	73.484	190.412	36.656	50	450.101
2019	76.872	82.672	66.589	102.711	216.710	51.347	65	596.966
2020	81.064	83.647	67.609	105.739	218.782	50.850	63	607.754

**Kaynak:** TÜİK, 2021c Bölgesel istatistikler



Kars'ta 2010 yılında 396.620 baş olan büyükbaş hayvan sayısı 2020 itibariyle 607.754 olarak kaydedilmiştir. Son on yıllık dönemde dana, tosun, düve, inek, boğa ve manda sayısında gözle görülür bir artışın olduğu görülmektedir. Toplam büyükbaş hayvan sayısında 2010 ile 2020 arasında 211.134 başlık bir artış kaydedilmiş olup aynı dönemler arasında en fazla artışın 47.374 baş ile düvede yaşandığı görülmektedir.

Buna rağmen bölgedeki büyükbaş hayvan varlığının hem genetik değerler bakımından istenilen seviyede olmadığı hem de et ve süt verimi açısından oldukça gerilerde olduğu bilinmektedir (SERKA, 2011a:25).

**Tablo 28.Kars'ta Küçükbaş Hayvan Varlığı (Baş)**

Yıl	Koyun (baş)	Keçi (baş)	Toplam Küçükbaş
2010	195.992	10.548	206.540
2011	247.644	13.477	261.121
2012	338.959	24.253	363.212
2013	321.052	25.769	346.821
2014	466.500	33.000	499.500
2015	531.704	35.444	567.148
2016	529.541	34.386	563.927
2017	446.532	35.337	481.869
2018	423.500	33.000	456.500
2019	440.272	28.229	468.501
2020	486.989	33.466	520.455

**Kaynak:** TÜİK

Tabloya göre Kars'ta son on yıllık dönemde küçükbaş hayvan sayısındaki çarpıcı artış dikkat çekmektedir. Buna göre 2010 yılı ile 2020 yılı arasındaki farka bakıldığında 313.915 başlık bir artış yaşandığı görülmektedir. Aynı dönemler arasındaki farka koyun ve keçi açısından bakıldığında 290.997 baş koyun artışı ve 22.918 baş keçi artışı olduğu görülmektedir. Küçükbaş hayvan sayısında on yıllık dönemde 206.540'tan 520.455'e (2,5 kattan daha fazla) ciddi bir artış yaşanmıştır.

**Tablo 29.Kars'ta Üretilen Hayvansal Ürünler (Ton)**

Yıl	İnek sütü	Manda sütü	Koyun sütü	Keçi sütü	Toplam Süt
2009	318.737	-	6283	567	325.587
2010	307.652	-	4067	405	312.124
2011	372.686	2	5449	545	378.682
2012	502.555	4	8507	765	511.831
2013	523.904	4	8152	792	532.852

2014	659.259	5	10.607	871	670.742
2015	611.642	5	12.565	1061	625.273
2016	613.023	5	12.575	1027	626.630
2017	565.221	8	13.011	1032	579.272
2018	508.051	9	12.690	1009	521.759
2019	577.544	12	13.727	871	592.154

**Kaynak:** TÜİK

Kars'ta üretilen hayvansal ürünlerin son on yıllık değişimine bakıldığında genel olarak tüm ürünlerde gözle görülür bir artış yaşanmıştır. Toplam süt miktarı 2010'da 312.124 ton iken 2019'da 592.154 tona yükselmiştir. Bununla birlikte mevcut süt miktarının Türkiye'nin en önemli peynir üretim merkezi konumundaki Kars için yeterli olmadığı söylenebilir. Özellikle kaşar peyniri üreten firmalar son dönemlerde ciddi bir soruna dönüşen süt yetersizliği konusunda ürün ve hammadde tedariki için çevre illere (Erzurum, Iğdır ve Ardahan gibi) yönelmeye başlamışlardır. Yılın 3-4 ayında süt bulabilen üreticiler yeterli hammadde bulamadığı için yılın geri kalanında ciddi anlamda eksik kapasite ile çalışmak zorunda kalmaktadırlar.

Öte yandan bölge genelinde süt soğuk zinciri gibi sistemlerin olmayışı, sütün uygun olmayan nitelikteki araçlarla uzak köylerden hatta yaylalardan toplanarak hijyen olmayan ortamlarda depolanması sütün kalitesini olumsuz etkilemektedir (SERKA, 2011a:33).

### 3.1.8. Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik

Kars'ın sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine dair göstergeler ve kentin rekabetçilik potansiyeline dair genel sıralamaları bu başlık altında yer almaktadır.

**Tablo 30. Kars'ın Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik (SEGE) Sıralaması**

Yıl	SEGE Sırası	Endeks Değeri	Gelişmişlik Kademesi
1996	62	-0,75467	6
2003	67	-0,81944	5
2011	68	-1,0923	6
2017	69	-1,125	6

**Kaynak:** Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

Kars, kısaca SEGE olarak ifade edilen sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi sıralamasında 1996'da 79 il arasında 62'nci sırada yer alırken 2003'te 81 il arasında 67'nci sırada, 2011'de 81 il arasında 68'inci sırada ve son olarak 2017'de 81 arasında 69'uncu sırada yer almıştır. Kısacası Kars, SEGE sıralamalarında 2003'ten bu yana geriye düşmektedir. Kars'ın bu endekste daha üst basamaklara gelebilmesi kentin sahip olduğu sosyo-ekonomik göstergelerin iyileştirilmesiyle mümkün olacaktır.



Tablo 31.Kars'ın Yaşam Endeksi İl Sıralaması (En İyi İlk 5 İl ve Kars)

Gösterge/İl	Isparta	Sakarya	Bolu	Kütahya	İstanbul	Kars
Genel endeks	1	2	3	4	5	70
Konut	4	1	3	15	28	78
Çalışma hayatı	13	28	26	3	33	20
Gelir ve servet	19	33	9	16	1	69
Sağlık	1	14	2	24	29	47
Eğitim	2	38	14	20	56	71
Çevre	20	14	18	19	37	78
Güvenlik	13	26	28	6	73	52
Sivil katılım	46	1	59	39	12	68
Altyapı hizmetlerine erişim	24	20	35	42	1	73
Sosyal yaşam	7	6	3	5	1	74
Yaşam memnuniyeti	13	15	14	5	50	62

**Kaynak:** TÜİK, 2016. İllerde yaşam endeksi il sıralamaları ve endeks değerleri, 2015

TÜİK'in en son 2015'te yayınladığı İllerde yaşam endeksi il sıralamalarına göre Türkiye'de genel endeks değerine göre ilk beşte yer alan iller sırasıyla Isparta, Sakarya, Bolu, Kütahya ve İstanbul olarak açıklanmıştır. Kars ise genel endeks değerine göre 81 il arasında 70.sırada yer bulabilmiştir. Göstergeler bağlamında bakıldığında Kars'ın sıralamasının en iyi olduğu gösterge 20.sırada yer aldığı "çalışma hayatı", en kötü sıralamaya sahip olduğu endeks ise 78.sırada yer aldığı "konut" ve "çevre" göstergeleridir.

### 3.2. Ardahan'ın Sosyo - Ekonomik Yapısı

Ardahan'ın sosyo-ekonomik yapısı sırasıyla; Nüfus ve Göç, Eğitim, Sağlık, Turizm, GSYH ve Kişi Başı GSYH, Dış Ticaret, Tarım ve Hayvancılık ile Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik göstergeleri bağlamında ele alınmıştır.

### 3.2.1. Nüfus ve Göç

TÜİK verileri derlenerek hazırlanan Tablo 32’de Ardahan’ın yıllar itibariyle nasıl bir demografik dönüşüm geçirdiği açıkça görülmektedir. Buna göre 2007’de toplam nüfusu yaklaşık 113 bin olan Ardahan, bu tarihten itibaren hızlı bir nüfus kaybı yaşamış ve 2020’de kentin nüfusu 96 binlere kadar gerilemiştir. Nüfusun il-ilçe merkezleri ve köyler açısından değişimine bakıldığında oldukça çarpıcı bir durumun olduğu görülmektedir. Zira 2007’de yaklaşık 36 bin olan il-ilçe nüfusunda zaman içinde ciddi bir değişim yaşanmayıp 2020’de 38 binlerde seyretmiştir. Buna karşılık 2007’de yaklaşık 77 bin olan köy nüfusunun 2020’de 57 bine kadar gerilediği görülmektedir. Bu durum Ardahan’da köylerin boşaldığını göstermesi açısından oldukça dikkat çekicidir. Nüfusun büyük bölümünün köylerde yaşadığı Ardahan’da köy nüfusunun bu kadar azalması kentin temel geçim kaynağı olan tarım ve hayvancılık açısından da endişe verici bir durumdur.

Tablo 32.Ardahan Nüfus Göstergeleri, 2007-2020

Yıl	Toplam Nüfus	il ve ilçe merkezleri	Belde ve köyler	Kentleşme Oranı (%)	Nüfus Yoğunluğu	Erkek		Kadın	
						Köy	Şehir	Köy	Şehir
2007	112.721	35.835	76.886	31,8	23	38.921	19.174	37.965	16.661
2008	112.242	36.502	75.740	32,5	23	38.473	20.200	37.267	16.302
2009	108.169	34.548	73.621	31,9	22	37.209	18.884	36.412	15.664
2010	105.454	33.701	71.753	32,0	22	36.191	17.832	35.562	15.869
2011	107.455	37.424	70.031	34,8	22	35.386	21.081	34.645	16.343
2012	106.643	37.522	69.121	35,2	22	35.071	20.753	34.050	16.769
2013	102.782	36.214	66.568	35,2	21	33.824	19.113	32.744	17.101
2014	100.809	36.601	64.208	36,3	21	32.598	19.341	31.610	17.260
2015	99.265	36.582	62.683	36,9	21	31.949	19.192	30.734	17.390
2016	98.335	38.181	60.154	38,8	20	30.800	20.084	29.354	18.097
2017	97.096	38.162	58.934	39,3	20	30.260	20.057	28.674	18.105
2018	98.907	39.392	59.515	39,8	20	30.918	20.675	28.597	18.717
2019	97.319	39.272	58.047	40,4	20	30.262	20.435	27.785	18.837
2020	96.161	38.739	57.422	40,3	20	29.871	19.940	27.551	18.799

**Kaynak:** TÜİK, 2021a Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçları 2007-2020’den derlenmiştir.

Tabloya göre 2007’de köylerde yaklaşık 40 bin olan erkek nüfusu 2019’da yaklaşık 10 bin kişi gerileyerek 30 binlere düşerken aynı dönemlerde şehirdeki erkek nüfusunda 19.174’ten 20.435’e doğru cüzi bir artış kaydedilmiştir. Bu durum kadın nüfus açısından da söz konusudur. 2007’de köylerde yaklaşık 38 bin olan kadın nü-

fusu 2019'da 27 binlere kadar gerilemiştir.

Ayrıca kentleşme oranında 2007'den 2020'ye gelindiğinde nispeten bir artış söz konusu olsa da Türkiye'deki kentleşme oranıyla (%93) karşılaştırıldığında Ardahan'ın kentleşme konusunda ne kadar geri kaldığı görülmektedir. Ayrıca 2020'de Türkiye'de nüfus yoğunluğu 109 kişi iken Ardahan 20 kişi ile nüfus yoğunluğu en az olan il sıralamasında Tunceli'den hemen sonra ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca mevcut nüfusuyla Türkiye'nin en az nüfusa sahip üçüncü ili (Bayburt ve Tunceli'den hemen sonra) konumundadır (TÜİK, 2021a).



Tablo 33.Ardahan'da Nüfus Bağımlılık Oranı ve Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü, 2008-2020

Yıl	Toplam nüfus	Toplam yaş bağımlılık oranı (%)	Çocuk bağımlılık oranı (%)	Yaşlı bağımlılık oranı (%)	Ortalama hane halkı büyüklüğü
2008	112.242	56,0	42,0	14,0	4,8
2009	108.169	57,3	42,1	15,2	4,6
2010	105.454	57,9	41,7	16,2	4,5
2011	107.455	54,7	39,0	15,6	4,3
2012	106.643	54,2	38,1	16,1	4,2
2013	102.782	55,3	37,8	17,5	3,9
2014	100.809	55,1	36,6	18,5	3,8
2015	99.265	55,1	35,8	19,3	3,6
2016	98.335	53,3	34,5	18,8	3,5
2017	97.096	53,1	34,0	19,1	3,4
2018	98.907	51,4	32,4	19,0	3,3
2019	97.319	51,7	32,1	19,6	3,3
2020	96.161	52,3	31,6	20,7	3,3



Kaynak: TÜİK, 2021a Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçları, 2008-2020'dan derlenmiştir.

Tabloya göre 2008'de Ardahan'da toplam yaş bağımlılık oranı %56 iken 2020'de %52,3'e düşmüştür. Ancak söz konusu dönemde çocuk bağımlılık oranı düşerken yaşlı bağımlılık oranının yükselmesi dikkat çekicidir. Çocuk bağımlılık oranındaki düşüş, ortalama hane halkı büyüklüğünde ve doğurganlık oranında meydana gelen azalışla açıklanabilir. Nitekim 2008'de yaklaşık 5 kişiye tekabül eden hane halkı büyüklüğü 2020'de 3 kişi olarak kaydedilmiştir.

Yaşlı bağımlılık oranının yıllar itibariyle yükselmesinin başka bir nedeni de gerek yaşlıların göç konusunda görece isteksiz oluşları yani Ardahan'da kalmayı tercih etmeleri gerekse Ardahan'a geriye göç edenlerin büyük ölçüde yaşlı kesimden oluşmasıdır. Zira Ardahanlıların da katılımcı olduğu ve TRA2 Bölgesi (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars) illerini kapsayan bir alan çalışmasında yaş düzeyi arttıkça geriye göç etmek isteyenlerin oranında da artış görüldüğü tespit edilmiştir. Buna göre 20 ve altı yaş düzeyindekilerin sadece %7,2'si geriye göç etmek isterken 50 ve üstü yaş düzeyindekilerin % 28,2'sinin geriye göç etmek istedikleri görülmüştür (Özyakışır, 2013:171). Ardahan'da göç hareketlerinin son on yıllık dönemdeki değişimi aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

**Tablo 34. Ardahan'ın Aldığı Göç, Verdiği Göç, Net Göç ve Net Göç Hızı, 2008-2020**

Yıl	Toplam nüfus	Aldığı göç	Verdiği göç	Net göç	Net göç hızı(%)
1995-2000*	119.982	8.791	22.317	- 13 526	-106,7
2008	112.242	4.640	7.447	- 2 807	-24,7
2009	108.169	3.775	7.033	- 3 258	-29,7
2010	105.454	4.586	6.857	- 2 271	-21,3
2011	107.455	4.908	6.673	- 1 765	-16,3
2012	106.643	4.923	5.986	- 1 063	-9,9
2013	102.782	5.254	7.633	- 2 379	-22,9
2014	100.809	5.323	8.033	- 2 710	-26,5
2015	99.265	5.630	7.802	- 2 172	-21,6
2016	98.335	5.164	6.880	- 1 716	-17,3
2017	97.096	5.284	7.154	- 1 870	-19,1
2018	98.907	7.342	6.376	966	9,8
2019	97.319	5.164	7.028	- 1 864	-19,0
2020	96.161	4.085	5.215	-1 130	-11,7

**Kaynak:** TÜİK. \* Genel Nüfus Sayımı Sonuçları, 1980-2000

Genel Nüfus Sayım Sonuçlarına göre Ardahan'ın 1995-2000 dönemindeki toplam nüfusu 119.982 olarak kaydedilmiştir. Bu dönemdeki 106,7'lik net göç hızı her 1000 kişiden yaklaşık 107'sinin göç ettiğini göstermesi açısından oldukça çarpıcıdır.



Tabloya göre 2008’de Ardahan’ın toplam nüfusu 112.242 kişiyken bu tarihten itibaren sürekli bir düşüş eğilimine girmiş ve 2020’de 96.161 kişi olmuştur.

Bu düşüşte özellikle kentin verdiği göçün aldığı göçten fazla olması ve buna bağlı olarak net göç hızının yüksek olması önemli rol oynamıştır. Ancak verilen göçe rağmen alınan göç miktarının da 5 bin civarında seyretmesi dikkat çekicidir. Zira 2008’de Ardahan’da kurulan ve öğrenci sayısı bugün 5 binin üzerinde olan Ardahan Üniversitenin hem kentin aldığı göçte hem de nüfusunda pay sahibi olduğu<sup>2</sup> söylenebilir. Tabloya göre net göç hızının yaklaşık binde 30 (1000 Ardahanlıdan 30’unun göç etmesi) olarak kaydedildiği ve 2009’da yıllık bazda ilin en yüksek net göç hızına ulaştığı görülmektedir. Tabloda dikkat çeken bu önemli ayrıntıya bakıldığında 2013’ten 2018’e gelene kadar her yıl alınan göç miktarının ortalama 5 bin kişiyken 2018’de 7.342’ye yükseldiği ve 2019’da ise eski seviyesine yani 5 binlere indiği görülmektedir. Bu durumun özellikle son dönemlerde Türkiye’de sıkça gündeme gelen seçmen taşınması veya seçmen göçünden kaynaklandığı söylenebilir (Özyakışır, 2020:342). Bununla birlikte TÜİK’in nüfus projeksiyonuna göre Ardahan’ın nüfustaki bu düşüş eğiliminin önümüzdeki yıllarda da süreceği öngörülmektedir.

**Tablo 35. Ardahan Nüfus Projeksiyonu**

Yıl	Toplam nüfus	Türkiye’nin nüfusu
2022	90.499	85.911.035
2023	89.201	86.907.367
2024	87.894	87.885.571
2025	86.591	88.844.934

**Kaynak:**TÜİK, 2021b Nüfus Projeksiyonları, 2018-2025

Tabloya göre Ardahan nüfusunun 2025 yılına gelindiğinde 86 binlere ineceği öngörülmektedir. Kuşkusuz bu düşüşte göçlerin önemli bir payı olduğu söylenebilir.

### 3.2.2. Eğitim

Ardahan’ın eğitim göstergeleri TRA2 Bölgesiyle paralellik gösterirken bu göstergelere ilişkin değerler Türkiye ortalamasının altında kalmaktadır (SERKA, 2013:15). Nüfusun yaklaşık %60’ının köylerde yaşaması ve köylerde de tarım ve hayvancılık faaliyetlerinden dolayı çocukların yeterince eğitim faaliyetlerine katılmamaları eğitimde ciddi başarısızlıklara yol açmaktadır. Bu bağlamda Ardahan’ın çeşitli eğitim göstergelerine yakından bakmakta fayda vardır. Aşağıda yer verilen tabloya göre son yıllarda eğitimde niceliksel bir artış olduğu görülmektedir.

<sup>2</sup> Yerleşim yeri nüfusları kurumsal yerlerde kalan nüfus dikkate alınarak hesaplandığı için üniversite öğrenci yurtları vb. kurumsal yerlerde kalanlar, uluslararası tanım gereği ikamet adreslerinin bulunduğu yerleşim yeri nüfusuna değil, kurumsal yerlerin bulunduğu yerleşim yeri nüfusuna dâhil edilmektedirler (TÜİK, 2020b).

Tablo 36.Ardahan’da Bitirilen Eğitim Durumu, 2009- 2020 (15 +Yaş )

Yıl	Okuma yazma bilmeyen	Okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyen	İlkokul mezunu	İlköğretim mezunu	Ortaokul veya dengi mezunu	Lise veya dengi mezunu	Yüksekokul veya fakülte mezunu	Yüksek lisans mezunu	Doktora mezunu	Bilinmeyen
2009	9.984	7.229	26.835	11.192	2.883	11.287	3.184	161	22	6.419
2010	8.450	5.966	24.244	14.588	3.479	12.105	3.253	196	52	5.237
2011	7.440	5.628	23.711	17.756	3.471	13.551	4.837	251	57	3.579
2012	7.189	5.471	23.437	18.332	3.452	13.249	5.507	259	53	3.248
2013	6.904	5.180	22.876	16.921	3.346	12.826	6.092	307	78	3.020
2014	6.764	4.836	22.399	14.499	5.872	13.273	6.686	351	93	1.993
2015	6.507	4.519	21.964	12.560	7.662	13.663	7.345	388	118	1.332
2016	6.073	4.221	20.141	11.041	10.419	14.539	7.879	392	124	996
2017	5.674	3.937	19.739	11.198	10.495	14.692	7.723	637	183	905
2018	5.373	3.632	18.623	12.156	11.448	15.977	8.450	705	192	850
2019	4.955	3.304	17.357	7.368	16.452	16.340	8.885	753	195	820
2020	4.660	3.170	17.002	7.091	16.461	16.301	9.513	774	203	802

**Kaynak:** TÜİK, 2021c Bölgesel istatistikler

Tabloya göre okuma yazma bilmeyenlerin sayısındaki düşüş kadar okuma yazma bilen fakat bir okul bitirmeyenlerin sayısındaki çarpıcı düşüş dikkat çekmektedir. Aynı şekilde “bilinmeyen” kategorisindeki sayılarda da ciddi bir düşüş görülmektedir. Özellikle son dönemlerde eğitimle ilgili göstergelerin daha fazla kayıt altına alınmasının bu düşüşte etkili olduğu söylenebilir. Tabloda dikkat çeken bir başka gösterge de lisansüstü eğitim düzeyidir. Bu konuda son dönemlerde ciddi anlamda bir artışın olması Ardahan’ın beşeri sermaye düzeyi açısından oldukça önemlidir. Ayrıca ortaokul ve lise dengi meslek lisesi mezun sayısındaki artışın Ardahan ekonomisi için önemli bir işgücü potansiyeli taşıdığı söylenebilir (Özyakışır, 2020).

### 3.2.3. Sağlık

Ardahan, sağlık alt yapısı bakımından TRA2 Bölgesi içinde en zayıf il konumundadır. İl merkezinde Sağlık Bakanlığına bağlı bir devlet hastanesi mevcutken beş ilçesinden sadece ikisinde hastane bulunmaktadır. Göle Devlet Hastanesi 1956, Posof Devlet Hastanesi 1981 ve Ardahan Devlet Hastanesi 1995’te faaliyete geçmiştir. Ardahan Devlet Hastanesi mevcut yatak kapasitesine rağmen bina ve yatak kapasitesi bakımından hizmet basamağının gerektirdiği hizmetleri bile yerine getirememektedir (SERKA, 2011b:27-29). Sağlık hizmetlerinin 3 hastane, 1 ağız ve diş sağlığı merkezi, 5 toplum sağlığı merkezi, 13 aile sağlığı merkezi, 64 sağlık evi, 1 verem savaş

dispanseri ve 6 adet 112 istasyonu tarafından yürütüldüğü Ardahan'da 150 yatak kapasiteli kent merkezindeki devlet hastanesi B Grubu, geriye kalan ilçe hastaneleriyse D grubu hastaneler olarak hizmet vermektedirler (SERKA, 2013:12-13). Kentin sağlık personeli ve hastane/yatak göstergeleri ise aşağıdaki tabloda sunulmaktadır.

**Tablo 37.Ardahan'ın Sağlık Göstergeleri 2009-2019**

Gösterge/Yıl	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hastane Sayısı	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
Hastane Yatak Sayısı	266	256	200	250	250	241	183	175	175	200	210
Uzman hekim	56	52	74	66	72	63	46	56	63	59	53
Pratisyen hekim	56	68	71	73	72	59	76	83	84	75	96
Toplam hekim	112	120	145	139	144	122	122	139	147	134	150
Diş Hekimi	11	17	12	12	23	21	19	19	26	25	27
Hemşire	138	114	186	185	193	194	174	172	206	223	225
Ebe	79	82	79	110	87	84	77	54	92	110	107
Eczacı	18	20	17	19	20	21	19	19	21	24	24
Diğer personel	168	180	152	130	236	240	228	199	280	304	306

**Kaynak:** TÜİK

Tabloya göre 2015'ten itibaren hastane sayısının 4'ten 3'e düşmesine paralel olarak hastane yatak sayısı da azalmıştır. Sağlık personeli sayısında ise on yıllık süreçte uzman hekim sayısının azaldığı buna karşın pratisyen ve asistan hekim sayısının arttığı görülmektedir. Bununla birlikte son yıllarda diş hekimi, ebe, eczacı ve diğer sağlık personeli sayısındaki artış dikkat çekmektedir.

### 3.2.4. Turizm

Ardahan, tarih ve kültür turizmi açısından çok sayıda mimari esere ev sahipliği yaptığı gibi zengin bir doğa turizmi (yaylalar, endemik bitkiler, Damal'daki Atatürk silüeti, Çıldır gölü, Yalnızçam Kayak Merkezi) potansiyeline de sahiptir. Ayrıca Ardahan ve ilçelerinde düzenlenen çok sayıda festival ve şenlik (Ardahan Bal Festivali, Göle Kaşar Festivali, Çıldır Göl Festivali, Çıldır Kar ve Buz Festivali, Bağdeşen-Bülbilan Yayla Şenlikleri, Atatürk'ün İzinde Damal Şenlikleri, Ardahan Âşık Şenlikleri, Posof 19 Mayıs Şenlikleri, Canibek Yayla Şenlikleri, Hoçvan Yayla Şenlikleri, Posof Âşıklar Şöleni, Çıldır Altın At Şöleni ve Posof Âşıklar Bayramı) buralardan göç etmiş gurbetçilerin kente gelmesini sağlamaktadır (Çimen, 2014). Bu bağlamda kentteki konaklama tesislerine geliş sayıları ve tesislerde geceleme sayıları aşağıda sunulmaktadır.

Tablo 38.Ardahan'da Turizm Tesislerinde Konaklama Sayıları

Yıl	Turizm İşletme Belgeli konaklama tesislerinde geliş ve geceleme sayıları		Belediye Belgeli konaklama tesislerinde geliş ve geceleme sayıları	
	Tesise geliş sayısı	Geceleme sayısı	Tesise geliş sayısı	Geceleme sayısı
2009	11.141	13.995	60.640	90.551
2010	10.381	10.421	64.417	82.969
2011	16.039	16.124	49.037	69.294
2012	42.276	42.952	41.777	61.856
2013	36.287	39.060	35.077	57.955
2014	25.313	28.029	36.021	56.416
2015	24.393	36.201	40.578	59.862
2016	26.173	32.034	39.594	42.661
2017	32.410	78.946	44.778	97.209
2018	26.067	69.525	33.624	64.555
2019	28.288	71.512	31.916	67.962
2020	25.232	74.976	22.305	54.428

**Kaynak:** TÜİK, 2021c Bölgesel istatistikler

Tabloya göre son yıllarda Ardahan'daki turizm işletme belgeli tesislerde hem geliş sayısında hem de geceleme sayısında ciddi bir artış yaşanırken belediye belgeli konaklama tesislerinde tersi bir durum söz konusudur. Buna göre 2009'da belediye belgeli konaklama tesislerinde tesise geliş sayısı 60 binlerin, geceleme sayısı da 90 binlerin üzerindeyken 2020'de tesise geliş sayısı 22 binlere, geceleme sayısı da 54 binlere kadar gerilemiştir.



### 3.2.5. GSYH ve Kişi Başı GSYH

Ardahan'da tarım sanayi ve hizmet gibi ana sektörlerin on yıllık süreçteki genel seyri cari fiyatlarla aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 39. Ardahan'da Sektörlere Göre GSYH ve Kişi Başı GSYH Gelişimi, 2009-2020 (Bin TL)

Yıl	Tarım	Sanayi	Hizmetler	Tarım / GSYH (%)	Sanayi / GSYH (%)	Hizmetler / GSYH (%)	Gayrisafi Yurtiçi Hâsıla	Kişi başı GSYH (\$)
2009	262.709	38.592	398.843	33,5	4,9	50,8	784.409	4.608
2010	463.951	78.977	441.025	41,5	7,1	39,4	1.118.111	6.970
2011	519.961	81.986	500.445	41,5	6,5	40,0	1.251.898	7.014
2012	539.304	136.816	558.279	38,6	9,8	40,0	1.397.187	7.243
2013	426.317	155.885	651.200	30,3	11,1	46,3	1.406.481	7.058
2014	398.821	189.802	757.929	26,2	12,5	49,8	1.521.496	6.837
2015	620.623	182.715	854.353	33,0	9,7	45,4	1.879.931	6.931
2016	656.141	227.410	1.007.619	30,6	10,6	47,0	2.143.902	7.181
2017	898.748	392.194	1.077.239	33,7	14,7	40,4	2.669.672	7.490
2018	804.908	572.565	1.316.355	26,8	19,1	43,8	3.004.953	6.503
2019	1.078.865	478.656	1.505.535	31,7	14,1	44,3	3.401.717	6.106
2020	1.666.523	533.361	1.789.334	37,1	11,9	39,9	4.487.333	6.589

**Kaynak:** TÜİK, 2021c Bölgesel istatistiklerden derlenmiştir.

Tabloya göre Ardahan ili GSYİH miktarı 2009'da 1 milyar TL'nin altında (784.409 TL) iken 2010 yılı itibariyle 1 milyar TL'nin üzerine çıkmış ve 2020'de yaklaşık 4.5 milyar TL'ye kadar yükselmiştir. Bununla birlikte Ardahan'da kişi başı gelir 2009'daki 4.608 dolar haricinde on yıllık süreçte 6-7 bin dolar civarına seyretmiştir. Yaratılan gelirin sektörel dağılımına bakıldığında en büyük payın hizmetler sektöründe olduğu görülmektedir. Gelirdeki payda tarım ikinci, sanayi ise üçüncü sırada yer almaktadır. Hizmetler sektörünün son dönemlerdeki payı düşerken tarımın payındaki yükseliş dikkat çekmektedir. Nitekim son iki yılda her iki sektördeki çarpıcı değişimin etkisiyle 2020'de tarım ve sanayinin paylarının nerdeyse eşitlenmiş olduğu söylenebilir.

### 3.2.6. Dış Ticaret

Ardahan bulunduğu coğrafi konum itibariyle sınır ticaretine oldukça elverişli bir ildir. Ayrıca buradan geçecek olan Kars-Tiflis Bakü demiryolunun ileri-geri bağlantıları hesaba katıldığında hattın Azerbaycan'dan sonra Türkmenistan'a, devamında Çine kadar ulaşabileceği görülmektedir. Ardahan'ın gerisinde kalan hat ise İstanbul üzerinden İngiltere'ye kadar uzanabilmektedir. Böylece Londra-Pekin de-



mir yolu hattı ortaya çıkmış olmaktadır (SERKA, 2013:50-51). Ancak böyle stratejik bir konumda olan ve coğrafi konumu itibariyle sınır ticaretine oldukça elverişli olan Ardahan, dış ticaret açısından oldukça zayıf durumdadır. Bu durum aşağıdaki tablodan da açıkça görülmektedir.

**Tablo 40. Ardahan Dış Ticaret Göstergeleri (Bin \$)**

Yıl	İhracat Miktarı	İthalat Miktarı
2013	510	189
2014	1.208	-
2015	1.054	156
2016	1.835	337
2017	2.055	96
2018	1.315	-
2019	1.893	-
2020	3.583	158

**Kaynak:** TÜİK

Tabloya göre Ardahan’da 2013’te sadece yarım milyon dolarlık (510 bin \$) ihracat gerçekleştirilirken 2014’ten itibaren 1 milyon doların üzerine çıkan ihracat miktarı 2020’de 3,5 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalat miktarına bakıldığında ise bazı yıllara ait veri bulunmamakla birlikte 2013’de 189 bin dolarlık ithalat değeri 2020’de 158 bin dolara gerilemiştir.

### 3.2.7. Tarım ve Hayvancılık

Tarım ve hayvancılık temel geçim kaynağı olmasına rağmen gerek tarımın genç nüfus gerektirmesi gerekse büyük ölçüde iklim şartlarına bağlı olması tarımsal üretimi ve verimliliği olumsuz etkilemektedir. Ayrıca girdi maliyetleri tarımsal üretimden yüksek olunca yeterli verimi alamayan insanlar sektöre karşı ilgisiz davranabilmektedir (SERKA, 2013:26). Ardahan’da tarımın sektörel payındaki azalış bu faaliyeti yürütebilecek genç nüfusun göç etmesiyle açıklanabilir. Nitekim Ardahan’da özellikle genç nüfusun göç etmesi, temel geçim kaynağı tarım ve hayvancılık olan il için ciddi bir tehdittir. Tarım ve hayvancılık faaliyetlerini yürütecek genç nüfusunu göçle birlikte kaybeden Ardahan, son yıllarda bu açığı başka göç hareketleriyle kapatmaya çalışmaktadır. Halk arasında kısaca “Afganlar” ve “İğdırlılar” olarak bilinen çok sayıda kişinin başta çobanlık olmak üzere pek çok işte çalıştırıldığı görülmektedir. Afganlar “kaçak göçle” gelirken İğdırlılar “mevsimlik göç” kapsamında sadece yaz mevsiminde çobanlık yapmaya gelmektedirler.

Ayrıca köylerde tarım ve hayvancılığın artık gençler tarafından cazip görülme-



mesi ve kızlarla evlilik şartının kente göç etmeye bağlanması bu faaliyet alanında ciddi bir işgücü açığı yaratmaktadır. Dolayısıyla ortaya çıkan bu tablonun tarım ve hayvancılığın geleceği açısından ciddi bir tehdit oluşturduğu söylenebilir (Özyakışır, 2020:338). Bununla birlikte Ardahan'daki tarım alanlarının zaman içindeki değişimi de bu konuda önemli ipuçları barındırmaktadır.

**Tablo 41. Ardahan'daki Tarım Alanları Varlığı\*, 2008-2020 (Dekar)**

Yıl	Toplam Alan	Ekilen alan	Nadas	Sebze bahçeleri alanı	Meyveler, içecek ve baharat bitkileri alanı
2008	697.425	591.874	103.679	280	1.592
2009	712.615	609.231	102.412	250	722
2010	398.893	383.675	14.427	99	692
2011	573.165	569.081	3.385	27	672
2012	723.061	665.103	57.179	140	639
2013	588.632	542.204	45.631	110	687
2014	329.525	237.154	91.481	120	770
2015	315.675	225.414	89.631	92	538
2016	281.824	240.991	40.224	81	528
2017	360.805	270.929	89.124	160	592
2018	389.493	338.456	50.333	111	593
2019	409.122	367.013	41.526	111	472
2020	427.984	413.683	13.709	900	502

**Kaynak:** TÜİK. \*Çayır ve mera alanları hariç

Tabloya göre Ardahan'da 2008'de çayır ve mera alanı hariç yaklaşık 700 bin dekarlık toplam tarım alanı varken 2020'de 428 bin civarında bir tarım alanının olduğu görülmektedir. Yıllara göre ekilen alan açısından bakıldığında ise 2008'de yaklaşık 592 bin dekar ekilen alan varken 2020'de 413 bin dekara kadar gerilemiştir. Bununla birlikte 2020 itibariyle bakıldığında 2008'e göre nadasa bırakılan tarım alanının çarpıcı bir biçimde azalması dikkat çekicidir. Ayrıca 2020'de sebze bahçeleri alanında da gözle görülür bir artış kaydedilmiştir.

**Tablo 42.Ardahan’da Büyükbaş Hayvan Varlığı (Baş)**

Yıl	Dana ve buzağı: erkek	Dana ve buzağı: dişi	Tosun: 1-2 yaş	Düve: 1-2 yaş	İnek: 2 yaş ve üzeri	Boğa ve öküz: 2 yaş ve üzeri	Manda	Toplam Büyükbaş
2010	36.892	49.183	26.517	33.558	99.195	16.112	24	261.481
2011	35.769	49.339	24.585	31.004	101.634	15.170	14	257.515
2012	27.868	33.679	51.828	42.617	144.758	14.467	21	315.238
2013	29.775	36.385	59.165	43.561	147.465	15.108	10	331.469
2014	26.971	30.939	46.503	37.635	135.977	10.082	11	288.118
2015	30.023	32.708	41.415	32.953	150.368	9.097	-	296.564
2016	42.292	47.359	28.753	69.916	100.826	14.434	39	303.619
2017	39.376	41.590	23.108	34.601	141.287	9.831	22	289.815
2018	42.638	43.507	20.207	35.214	149.936	15.406	17	306.925
2019	51.062	51.987	19.697	37.443	173.641	15.048	17	348.895
2020	42.035	41.998	21.487	40.123	165.076	19.432	17	330.168

Kaynak: TÜİK.

Tabloya göre Ardahan’da büyükbaş hayvan sayısının son on yılda 250 bin-350 bin aralığında bir seyir izlediği görülmektedir. Buna göre en düşük olduğu yıl 257.515 baş ile 2011 olurken en yüksek olduğu yıl ise 348.895 baş ile 2019 yılı olmuştur. Bununla birlikte 2019’da yaklaşık 350 bin olan toplam büyükbaş hayvan sayısının 2020’de 330 binlere kadar gerilediği görülmektedir.

**Tablo 43.Ardahan’da Küçükbaş Hayvan Varlığı**

Yıl	Koyun (baş)	Keçi (baş)	Toplam Küçükbaş
2009	31.116	1.205	32.321
2010	29.483	1.858	31.341
2011	24.563	1.560	26.123
2012	39.925	2.648	42.573
2013	42.593	2.054	44.647
2014	46.072	1.941	48.013
2015	50.121	1.851	51.972
2016	69.084	3.652	72.736
2017	59.218	1.696	60.914
2018	71.476	2.762	74.238
2019	95.468	3.772	99.240
2020	90.766	4.041	94.807

Kaynak: TÜİK

Tabloya göre Ardahan’da küçükbaş hayvan varlığının son on yılda yaklaşık 3 kat arttığı görülmektedir. Özellikle 2019’da nerdeyse 100 bine ulaşan küçükbaş hayvan sayısı 2020’de tamamen koyun sayısındaki yaklaşık 5 bin başlık bir düşüşten kaynaklı olarak 95 binin altına gerilemiştir. Çünkü bu dönemde koyun sayısı ciddi anlamda düşerken keçi sayısında artış olduğu görülmektedir. Genel olarak bakıldığında büyük daha çok büyük baş hayvancılık faaliyetleriyle bilinen Ardahan’da on yıllık süreçte koyun sayısındaki 3 katlık artış ve keçi sayısındaki 4 katlık artış dikkat çekicidir.

**Tablo 44.Ardahan’da Üretilen Hayvansal Ürünler (Ton)**

Yıl	İnek sütü	Manda sütü	Koyun sütü	Keçi sütü	Toplam süt
2009	185.228	8	990	29	186.255
2010	224.883	8	921	55	225.867
2011	224.761	5	776	52	225.594
2012	334.488	8	1.340	90	335.926
2013	338.939	2	1.478	60	340.479
2014	318.399	3	1.541	54	319.997
2015	354.798	-	1.815	59	356.672
2016	231.794	12	1.656	169	233.631
2017	340.379	9	2.440	74	342.902
2018	360.010	6	2.775	141	362.932
2019	420.864	-	3.978	192	425.034

**Kaynak:** TÜİK.

Tabloya göre Ardahan’da son on yıllık süreçte toplam süt miktarında iki kattan fazla bir artış yaşandığı görülmektedir. Buna göre 2009’da 185 bin tonun üstünde olan süt miktarında 2015’e kadar düzenli bir artış kaydedilirken yalnızca 2016’da düşüş yaşanmış ancak son üç yıllık süreçte tekrar düzenli bir artış eğilimi yakalanmıştır. Sütün kaynağı açısından bakıldığında özellikle küçükbaş hayvancılıktan gelen süt miktarındaki artış dikkat çekicidir. Nitekim 2009’da bin tonun altında (990 ton) olan koyun sütü 2019’da yaklaşık 4 bin tona yükselmiştir. Ayrıca 2009’da 29 ton olan keçi sütü 2019’a gelindiğinde 192 ton olarak kaydedilmiştir. Bu göstergeler son yıllarda Ardahan’daki toplam süt miktarında küçükbaş hayvancılığın artan payını göstermesi açısından son derece önemlidir.

### 3.2.8. Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik ve Rekabetçilik

Ardahan’ın sosyal ve ekonomik göstergeleri bağlamında hazırlanan sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi, kentin Türkiye’deki diğer illerle kıyaslandığında kaçınıcı sırada olduğunu göstermesi açısından önemli bir veridir. Bu yüzden kentin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamalarına bakılmasında fayda vardır.

Tablo 45.Ardahan'ın Sosyoekonomik Gelişmişlik (SEGE) Sıralaması

Yıl	SEGE Sırası	Endeks Değeri	Gelişmişlik Kademesi*
1996	72	-0,980	5
2003	74	-1,073	5
2011	71	-1,138	6
2017	67	-0,983	6

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından ilgili yıllara ait Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı derlenerek oluşturulmuştur.\*2003 ve öncesinde, iller 5 kademelik gruplara ayrılırken sonraki dönemlerde 6 kademelik gruplara ayrılmıştır.

Tabloya göre 1996'da 79 il içinde 72'nci sırada yer alan Ardahan, 2003'ten itibaren 81 içerisinde sıralanmış ve 2003'te 74'üncü sıradayken 2011'de 71'inci sıraya 2017'de ise 67'nci sıraya yükselmiştir. Ardahan'ın 2011'deki sırasından 4 sıra üste çıkmasına rağmen en düşük gelişmişlik kademesinden çıkamadığı görülmektedir. Zira 2017'deki sıralamaya alt boyutlar açısından bakıldığında 67 olan SEGE sırasından hayli geride kalan sıraların olduğu görülmektedir.

Ayrıca tarımsal faaliyetlerde düşük verimlilik, çiftçinin yoksulluğu ve kentte yaşanan ciddi göç hareketleri mevcut sosyoekonomik geri kalmışlığın boyutlarını açıkça ortaya koymaktadır (Üzümcü ve Özyakışır, 2013: 168-169).





Tablo 46. Ardahan'ın Yaşam Endeksi İl Sıralaması (En İyi İlk 5 İl ve Ardahan)

Gösterge/İl	Isparta	Sakarya	Bolu	Kütahya	İstanbul	Ardahan
Genel endeks	1	2	3	4	5	74
Konut	4	1	3	15	28	81
Çalışma hayatı	13	28	26	3	33	40
Gelir ve servet	19	33	9	16	1	79
Sağlık	1	14	2	24	29	72
Eğitim	2	38	14	20	56	74
Çevre	20	14	18	19	37	73
Güvenlik	13	26	28	6	73	47
Sivil katılım	46	1	59	39	12	65
Altyapı hizmetlerine erişim	24	20	35	42	1	79
Sosyal yaşam	7	6	3	5	1	73
Yaşam memnuniyeti	13	15	14	5	50	39

**Kaynak:** TÜİK, 2016. İllerde yaşam endeksi il sıralamaları ve endeks değerleri, 2015

Tabloya göre Ardahan, genel endeks bakımından Türkiye’de 81 il içinde 74’üncü sırada yer almaktadır. Yaşam endeksinin diğer bileşenleri açısından bakıldığında ise en iyi sıralamaya sahip olduğu ilk üç göstergenin; yaşam memnuniyeti (39), çalışma hayatı (40) ve güvenlik (47) olduğu görülmektedir. En kötü sıralama ise konut (81), altyapı hizmetlerine erişim (79) ile Gelir ve servet (79) alanlarında görülmektedir. Ardahan özellikle konut göstergesindeki kötü performansı ile Türkiye’de en son sırada yer alan bir il olarak dikkat çekmektedir.











## 4. Bölüm

**Kars ve Ardahan'daki  
Peynir İşletmelerinin  
Analizi: Saha Araştırması**

## 4. KARS VE ARDAHAN'DAKİ KAŞAR PEYNİRİ İŞLETMELERİNİN ANALİZİ: SAHA ARAŞTIRMASI

Bu bölümde öncelikle saha araştırmasının bulguları, nitel görüşmeler bağlamında sorun ve çözüm önerileri, paydaş kurumlarla yapılan görüşme notları, işletmelere yönelik hazırlanan SWOT analizi ve kapsamlı bir eylem planı yer almaktadır.

### 4.1. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu bölümünde saha araştırmasından elde edilen bulgular çeşitli başlıklar altında detaylı olarak tablola halinde sunulmuştur.

#### 4.1.1. Demografik ve Tanımlayıcı (İşletmelere Ait) Bulgular

Bu kısımda öncelikle araştırmaya katılan işletme sahipleri ve/veya yöneticilerinin demografik bilgilerine yer verilmiştir. Devamında ise işletmelerin ortaklık durumları, tarihsel geçmişleri, hukuki yapıları ve sınai mülkiyet hakları ile kalite belgeleri gibi tanımlayıcı bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 47. İşletme Sahiplerinin Eğitim ve Yaş Düzeyi

Eğitim düzeyi	N	%
Okur-yazar değil	1	1,4
İlkokul mezunu	9	12,9
Ortaokul mezunu	8	11,4
Lise mezunu	32	45,7
Üniversite mezunu	20	28,6
Yaş düzeyi		
26-35 arası	12	17,1
36-45 arası	19	27,1
46-60 arası	26	37,1
61 ve üstü	13	18,6
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya bakıldığında katılımcıların yüksek çoğunluğu lise öğrenim düzeyinde bir eğitime sahiptir (%45,7). İkinci sırada eğitim düzeyindekileri %28,6 ile üniversite mezunları oluşturmakta, takiben %12,9 ilkokul mezunu, %11,4 oranında ortaokul mezunu bulunmaktadır. Önemsenmeyecek düzeyde orana sahip okur-yazar olmayan katılımcıların oranı ise %1,4'tür.

Tablodaki yaş oranlarına bakıldığında katılımcıların yaklaşık üçte biri (%37'si) 46-60 yaşları arasında, yaklaşık dörtte biri (%27,1) ise 36-45 yaş aralığında olduğunu belirtmiştir. 61 yaş ve üstü ile 26-35 yaş aralığında olanların oranlarının ise sırasıyla %18,6 ve %17,1 düzeyinde olduğu belirlenmiştir.



**Tablo 48.İşletmelere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular**

İşletmede ortaklık durumu	N	%
Ortak yok	51	72,9
2 Ortak	13	18,6
3 Ortak	5	7,1
4 Ortak	1	1,4
<b>İşletmenin geçmişi</b>		
1. Nesil	11	15,7
2. Nesil	17	24,3
3. Nesil	38	54,3
4. Nesil	3	4,3
5. Nesil	1	1,4
<b>İşletmenin hukuki yapısı</b>		
Şahıs İşletmesi	35	50,0
Limited Şirket	29	41,4
Anonim Şirket	6	8,6
<b>İşletmenin sahip olduğu sınai mülkiyet hakları</b>		
Marka	69	98,6
Patent	1	1,4
<b>İşletmenin sahip olduğu sertifika ve kalite belgeleri</b>		
Var	56	80,0
Yok	14	20,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların yaklaşık %73'ü (51 kişi) işletmelerinin herhangi bir ortağı olmadığını, %18,6'sı (13 kişi) 2 ortaklı, %7,1'i (5 kişi) 3 ortaklı ve %1,4'ü (1 kişi) 4 ortaklı olduğunu ifade etmiştir. Tabloya göre işletmelerin %15,7'si 1.Nesil işletme, %24,3'ü 2. Nesil işletme, %54,3'ü 3.Nesil işletme ve %4,3'ü 4. Nesil işletme iken yalnızca 1 işletme (%1,4) 5. Nesil işletmedir. İşletmelerin hukuki yapısına bakıldığında 70 işletmenin yarısının (%50) yani 35 işletmenin Şahıs işletmesi, 29 işletmenin (%41,4) Limited şirket ve geriye kalan 6 işletmenin (%8,6) ise Anonim şirket olduğu görülmektedir. Katılımcılardan yalnızca 1 tanesinin (%1,4) patent için başvurduğu ve almak üzere olduğu belirtilirken geri kalan 69 kişinin (%98,6) marka sahibi olduğu belirtilmektedir. Tabloya göre katılımcıların %80'inin (56 kişi) işletmelerinin standart sertifika ve kalite belgelerine sahip olduğu görülürken %20'sinin (14 kişi) bu belgelere sahip olmadığı görülmektedir.

#### 4.1.2. Hammade Temini İle İlgili Bulgular

Araştırmanın bu alt başlığında işletmelerin topladıkları günlük süt miktarı, uyguladıkları yöntemler, karşılaştıkları en önemli problemler gibi hammadde temini konusundaki durumlarıyla ilgili bulgulara yer verilmiştir.



**Tablo 49. Toplanan Ortalama Günlük Süt Miktarı (Ton)**

Günlük toplanan süt miktarı (ton)	Sezon dışında		Sezon içinde	
	N	%	N	%
1 tondan az	35	50	1	1,4
1-3 ton arası	26	37,1	19	27,1
4-7 ton arası	5	7,1	17	24,4
8-11 ton arası	1	1,4	11	15,7
12-15 ton arası	1	1,4	11	15,7
16 ton ve üstü	2	3	11	15,7
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloda görüldüğü üzere katılımcılara üretim sezonu içinde ve dışındaki topladıkları günlük süt miktarları sorulmuştur. Sezon dışındaki süt toplama miktarı açısından yarısı (%50) günde 1 tondan az, yaklaşık üçte biri (37,1) 1-3 ton arası, %7,1'i 4-7 ton arası, %3'ü ise 16 ton ve üstü süt topladıklarını belirtmiştir. Günlük 8-11 ve 12-15 ton süt topladıklarını belirten katılımcıların oranları ise aynıdır (%1,4). Sezon içinde toplanan günlük süt miktarları ise %27,1 oranında 1-3 ton arası, %24,4 oranında 4-7 ton arasındadır. Günlük 8-11 ton, 12-15 ton ve 16 ton ve üstü süt topladıklarını belirten katılımcıların oranları ise aynıdır (%15,7). Bir katılımcı ise (%1,4) günlük 1 tondan az süt topladığını belirtmiştir.

**Tablo 50. İşletmeler İçin Süt Tedarikinde Uygulanan Yöntemlerin Önem Derecesi**

Sıra	Süt tedarik yöntemi	N	%
1	Süt üreticilerine avans vermek	26	37,1
2	Kalitesi yüksek süte ekstra prim ödemek	24	34,3
3	Belli bir fiyattan uzun süreli anlaşma yapmak	15	21,5
4	Sütün litresine daha yüksek ücret ödemek	5	7,1
	<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılardan süt tedarikinde uygulanan yöntemleri önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Tabloya bakıldığında verilen cevaplarda işletme sahiplerinin %37,1'inin süt üreticilerine avans vermeyi tercih ettiği, %34,3'ünün kalitesi yüksek süte ekstra prim vermeye istekli olduğu, %21,5'inin belli bir fiyattan uzun süreli anlaşmayı tercih ettiği ve %7,1'inin ise sütün litresine daha yüksek ücret ödemeye razı olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 51. İşletmelerin Süt Temininde Karşılaştıkları En Önemli Problemler**

Sıra	Süt temininde karşılaştıkları en önemli problemler	N	%
1	Avans miktarından daha az süt temin edilmesi	44	62,9
2	Köylerin sürekli göç vermesi	11	15,7
3	Temin edilen süt miktarında dalgalanmalar	9	12,8
4	Süt fiyatlarındaki dalgalanmalar	3	4,3
5	Süt üretim yerlerinin işletmeye uzaklığı	2	2,9
6	Sütte hile yapılması	1	1,4
	<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılardan süt temininde karşılaştıkları problemleri önem derecesine göre sıralamaları istenmiştir. Yarısından fazlası (%62,9) en büyük problemin avans miktarından daha az süt temin edilmesi olduğunu belirtmiştir. %15,7'si ikinci sıradaki problemin köylerin sürekli göç vermesi olduğunu, %12,8'i ise temin edilen süt miktarındaki dalgalanmaların üçüncü sırada problem olduğunu belirtmişlerdir. Sütün fiyatındaki dalgalanmalar %4,3 oranıyla dördüncü sırada, %2,9 oranıyla süt üretim yerlerinin işletmeye uzaklığı beşinci sırada ve %1,4 oranıyla sütte hile yapılması altıncı sırada problem olarak görülmektedir.

**Tablo 52. İşletmelerin Süt Temininde Uyguladıkları Yöntem**

Yöntemi	N	%
Üreticiden topluyorum	69	98,6
Diğer (Süt toplayıcıları)	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara kaşar peyniri üretimi için temel hammadde olan sütün temininde hangi yöntemi kullandıkları sorusu yöneltilmiş tamamına yakını (%98,6) üreticiden topladığını belirtmiştir. Bir katılımcı ise bağımsız süt toplayıcılarından ve bakkallardan aldığını belirterek diğer seçeneğini işaretlemiştir.

#### **4.1.3. Üretim, Ürün Çeşitliliği ve Verimlilik ile İlgili Bulgular**

Araştırmanın bu kısmında işletmelerin aktif faaliyet süreleri, ürün çeşitlilikleri, üretim miktarları, fire oranları ve üretimde yaşadıkları genel sorunlara dair bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 53.İşletmelerin Aktif Faaliyet Dönemi**

Aktif faaliyet dönemi	N	%
2	2	2,9
3	7	10,0
4	19	27,1
5	3	4,3
6	3	4,3
7	1	1,4
8	4	5,7
9	4	5,7
10	6	8,6
11	5	7,1
12	16	22,9
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloda görüldüğü üzere katılımcıların yıl içindeki aktif üretim zamanlarını anlamak amacıyla yılın kaç ayında faaliyette buldukları sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık dörtte biri (%27,1) aktif çalışma süresini yılda dört ay olarak belirtmiştir. Yine yaklaşık dörtte biri (%22,9) yılın on iki ayında aktif üretim yaptığını, takiben %10'u yılın üç ayında, %8,6'sı yılın on ayında, %7,1'i yılın on bir ayında üretim yaptıklarını ifade etmişlerdir. En az aktif üretim yapan bir işletme %1,4 oranıyla yılda sadece iki ay aktif üretim yaptığını belirtmiştir. Kısacası katılımcıların nerdeyse yarısı (34 kişi) 2 ile 6 ay arasında aktif olarak üretim faaliyeti gerçekleştirdiğini belirtirken %51,4'ü (36 kişi) 7 ile 12 ay arasında faaliyette bulunduğunu ifade etmiştir.

Bölgede, kış sezonunda elde edilen süt ancak hanelerin ihtiyacını karşılamakta ve bu durum gelir getirici bir faaliyet olmaktan çıkmaktadır. Bu durum işletmelerin sadece yılın birkaç ayında aktif faaliyette bulunmalarına imkân vermektedir. Dolayısıyla işletmelerin sezonluk çalışması süt fiyatlarının yükselmesini ve üreticilerin daha yüksek gelir elde etmesinin önüne geçmektedir (SERKA, 2011a:33).

**Tablo 54.Müşterilerden Ürün Çeşitliliğine İlişkin Talep Alınması**

Ürün çeşitliliği talebi	N	%
Hayır	37	52,9
Evet	33	47,1
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara müşterilerden ürün çeşitliliğine ilişkin talep olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%52,9) ürün çeşitliliğine ilişkin bir talep almadıklarını ancak yaklaşık diğer yarısı ise (%47,1) kaşar peynirinin çeşitlendirilmesi gerektiğine ilişkin müşteri talepleri olduğunu belirtmiştir.

Tablo 55.İşletmelerin Kaşar Peyniri Dışında Üretim Faaliyeti

Kaşar peyniri dışında üretim	N	%
Var	42	60,0
Yok	28	40,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara kaşar peyniri dışında herhangi bir ürün üretip üretmedikleri sorulmuştur. Yarısından fazlası (%60) kaşar dışında bir ürün ürettiğini, %40'ı ise başka bir ürün üretmediğini belirtmiştir. Yapılan görüşmelerde kaşar peyniri dışında en fazla üretilen ürünlere aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 56.İşletmelerin Kaşar Peyniri Dışında Ürettikleri Ürünler

Ürün adı	Adet
Tereyağı	34
Gravyer	9
Beyaz Peynir	6
Çeçil Peyniri	3
Tulum Peyniri	3
Lor Peyniri	2
Tel peyniri	2
Kaymak	2
Yoğurt	1
Ayran	1
Dil peyniri	1
Krema	1

Tabloya göre işletmelerin kaşar peyniri dışında en çok üretmiş oldukları ilk üç ürününün sırasıyla; tereyağı, gravyer ve beyaz peynir olduğu görülmektedir. Aşağıdaki tabloda da katılımcılara son iki yıldaki kaşar üretim miktarları sorulmuştur. Yaz ve kış dönemi olarak üretim miktarları ayrılmıştır. Bilindiği üzere kış aylarında üretim düşmektedir. Dönemsel miktarların ayırt edilebilmesi için yaz ve kış ayrımına gidilmiştir. Katılımcılar tarafından belirtilen cevaplar aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir.

Tablo 57.İşletmelerin 2020 Yaz Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton)

Üretim miktarı (ton)	N	%
700	1	1,4
450	1	1,4
300	2	3
280	1	1,4
260	1	1,4
250	1	1,4
240	1	1,4
200	4	6
150	4	6
100	4	6
85	1	1,4
80	1	1,4
70	1	1,4
60	5	7
50	3	4
40	5	7
35	1	1,4
30	6	8,6
25	3	4
20	7	10
15	2	3
11	1	1,4
10	6	8,6
8	1	1,4
7	1	1,4
5	6	8,6
<b>Toplam: 3.481</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara 2020 yılının yaz ayında ton olarak ne miktarda kaşar peyniri üretimi yaptıkları sorulduğunda işletmelerin %10'u (7 işletme) 20'şer ton üretim yaptığını belirtmiştir. Takiben toplamda yaklaşık işletmelerin dörtte biri ise aynı oranla (%8,6 oranında) üç farklı tonaj belirtmiştir. Belirtilen miktarlar sırasıyla 30'ar ton, 10'ar ton ve 5'er tondur. %7 oranındaki beş işletme 60'ar ton, yine aynı oranla beş işletme bu sezonda 40'ar ton ürettiğini belirtmiştir. %6 oranlarına sahip farklı üç grup ise sırasıyla 200'er ton, 150'şer ton ve 100'er ton üretim yapmıştır. Katılımcılar arasında yüzdelik oranları düşük ancak üretim tonajları yüksek işletmeler de bulunmaktadır. Bir işletme ilgili sezonda 700 ton, yine bir diğer işletme 450 ton, üç işletme ise 300'er tondan toplam 900 ton kaşar üretimi yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu sezonda



toplamda 3481 ton kaşar peyniri üretildiği belirlenmiştir. Ancak İl Tarım ve Orman Müdürlükleriyle yapılan görüşmelerde bu miktarların çok üstünde kaşar üretiminin gerçekleştiği tespit edilmiştir. Kars ve Ardahan'da üretilen kaşar miktarıyla ilgili güncel verilere *Kars ve Ardahan'da Peynir Üretimi* başlığında yer verilmiştir.

**Tablo 58. İşletmelerin 2021 Yaz Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton)**

Üretim miktarı (ton)	N	%
500	1	1,4
450	1	1,4
220	1	1,4
200	3	4,3
180	2	2,9
160	1	1,4
150	4	5,7
135	1	1,4
120	1	1,4
110	1	1,4
100	1	1,4
80	4	5,7
70	2	2,9
60	1	1,4
45	1	1,4
40	5	7,1
35	2	2,9
30	4	5,7
25	2	2,9
20	6	8,8
19	1	1,4
18	3	4,3
17	1	1,4
15	2	2,9
14	1	1,4
13	1	1,4
10	4	5,7
8	2	2,9
7	1	1,4
6	1	1,4
5	2	2,9
4	2	2,9
3	4	5,7
2	1	1,4
<b>Toplam: 2.871</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara 2021 yılının yaz ayında ne miktarda kaşar peyniri üretimi yaptıkları sorulmuş, bir önceki yıla oranla üretim miktarlarının düştüğü belirlenmiştir. İşletmelerin %8,8'i (6 işletme) 20'şer ton üretim yaptığını belirtmiştir. %7,1 oranıyla 5 işletme 40'ar ton üretim yapmışlardır. Takiben toplamda yaklaşık işletmelerin dörtte biri ise aynı %5,7 oranında beş farklı tonaj belirtmiştir. Belirtilen miktarlar sırasıyla 150'şer ton (4 işletme), 80'er ton (4 işletme), 30'ar ton (4 işletme), 10'ar ton (4 işletme) ve 3'er tondur. %4,3 oranındaki üç işletme 200'er ton, yine aynı oranla üç işletme bu sezonda 18'er ton ürettiğini belirtmiştir. Katılımcılar arasında yüzdelik oranları düşük ancak tonajları yüksek işletmeler de bulunmaktadır. Bir işletme ilgili sezonda 500 ton, yine bir diğer işletme 450 ton, bir işletme ise 220 ton kaşar üretimi yaptıklarını belirtmişlerdir. Ancak bu oranlar yüksek görünse de bir önceki yıl ile kıyaslandığında hatırı sayılır miktarda düşük olduğu açıktır. Bu sezonda toplamda 2871 ton kaşar peyniri üretildiği belirlenmiştir.

**Tablo 59. İşletmelerin 2020 Kış Döneminde Ürettikleri Kaşar Peyniri Miktarı (Ton)**

Üretim miktarı (ton)	N	%
150	1	1,4
50	4	5,7
40	3	4,3
35	1	1,4
30	4	5,7
25	1	1,4
20	7	10
15	2	2,9
12	1	1,4
10	3	4,3
8	1	1,4
5	5	7,1
4	2	2,9
3	8	11,4
2	3	4,3
1	1	1,4
0	23	33
<b>Toplam: 410</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara 2020 yılının kış ayında ne miktarda kaşar peyniri üretimi yaptıkları sorulmuş, aynı yılın ve sonraki yılın yaz aylarına oranla üretim miktarlarının oldukça düştüğü belirlenmiştir. İşletmelerin üçte biri (%33'ü) hiç üretim yapmadıklarını belirtmiştir. İşletmelerin %11,1'i (8 işletme) 8'şer ton üretim yaptığını belirtmiştir. %10 oranıyla 7 işletme 20'şer ton üretim yapmışlardır. Takiben aynı %5,7 oranında iki

farklı tonaj belirtilmiştir. Belirtilen miktarlar sırasıyla 50'şer ton (4 işletme) ve 30'ar tondur (4 işletme). Bir işletme ilgili sezonda 150 ton kaşar üretimi yaptığını belirtmiştir. Bu sezonda toplamda 410 ton kaşar peyniri üretildiği belirlenmiştir.

**Tablo 60.İşletmelerde Süt Taşıma Sırasında Meydana Gelen Fire Oranları**

Fire oranı %	N	%
Fire yok	8	11,4
% 5'in altında	51	72,9
%5-%10 arasında	11	15,7
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların %11,4'ünün (8 kişi) sütün taşınması sırasında herhangi bir fire ile karşılaşmadığı görülmektedir. Buna karşılık %72,9'u (51 kişi) %5'in altında bir fire verdiğini ifade ederken, %15,7'si (11 kişi) %5 ile %10 arasında bir fire verdiğini ifade etmiştir.

**Tablo 61.İşletmelerde Üretim Sırasında Meydana Gelen Fire Oranları**

Fire oranı %	N	%
Fire yok	3	4,3
% 5'in altında	46	65,8
%5-%10 arasında	19	27,1
%10'un üstünde	2	2,8
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların %4,3'ünün (3 kişi) üretim sırasında herhangi bir fire ile karşılaşmadığı görülmektedir. Buna karşılık %65,8'i (46 kişi) %5'in altında bir fire verdiğini ifade ederken, %27,1'i (19 kişi) %5 ile %10 arasında, %2,8'i (2 kişi) ise %10'un üstünde bir fire verdiğini ifade etmiştir.

**Tablo 62.İşletmelerde Üretim Sonrasında Meydana Gelen Fire Oranları**

Fire oranı %	N	%
Fire yok	2	2,9
% 5'in altında	32	45,7
%5-%10 arasında	33	47,1
%10'un üstünde	3	4,3
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların %2,9'unun (2 kişi) üretim sonrasında herhangi bir fire ile karşılaşmadığı görülmektedir. Buna karşılık %45,7'si (32 kişi) %5'in altında bir fire verdiğini ifade ederken, %47,1'i (33 kişi) %5 ile %10 arasında, %4,3'ü (3 kişi) ise %10'un üstünde bir fire verdiğini ifade etmiştir.

**Tablo 63.İşletmelerde Üretim Faaliyetlerini Olumsuz Etkileyen Faktörler**

Sıra	Faktörler	N	%
1	Ulaşım ve Hammadde giderleri (süt)	25	35,7
2	Finansman sorunu (Vergiler, Kredi faizleri vb.)	20	28,6
3	Öz sermaye yetersizliği	9	12,9
4	İşgücü maliyeti	6	8,5
5	Makine ve ekipman yetersizliği	4	5,7
6	Nitelikli eleman eksikliği	3	4,3
7	Depolama sorunu	3	4,3
	<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre üretimi olumsuz etkileyen faktörlerin başında %35,7'lik oranla (25 kişi) *Ulaşım ve Hammadde giderleri (süt)* yer almaktadır. İkinci sırada *Finansman sorunu (Vergiler, Kredi faizleri vb.)* %28,6 (20 kişi), üçüncü sırada *Öz sermaye yetersizliği* %12,9 (9 kişi), dördüncü sırada *İşgücü maliyeti* %8,5 (6 kişi), beşinci sırada ise *Makine ve ekipman yetersizliği* %5,7 (4 kişi) yer almaktadır. *Nitelikli eleman eksikliği* ve *Depolama sorunu* ise %4,3 ile (3 kişi) üretimi olumsuz etkileyen faktörler olarak son sıralardaki yerlerini almışlardır.

#### 4.1.4. Rekabet Potansiyeli ile İlgili Bulgular

Bu başlık altında işletmelerin araştırma ve geliştirmeye yönelik son üç yılda gerçekleştirdikleri faaliyetlerin yanı sıra kendilerini diğer işletmelere kıyasla nasıl nitelendirdiklerine dair bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 64.İşletmelerin Son 3 Yıldaki Ar-Ge Faaliyetleri**

Ar-Ge faaliyeti	N	%
Ar-Ge gerçekleştirmedik	50	71,4
Ürün geliştirme	10	14,3
Yeni ürün ekleme	5	7,1
Teknoloji transferi	1	1,4
Pazar araştırmaları	4	5,7
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara araştırma ve geliştirme faaliyetlere yönelik faaliyetlerden hangilerini gerçekleştirdikleri sorulmuş, yaklaşık dörtte üçü (70 işletmeden 50'si) herhangi bir ar-ge faaliyetinde bulunmadığını belirtmiştir. Ar-ge yaptığını belirten işletmelerin %14,3'ü ürün geliştirdiğini, %7,1'i mevcut ürün hatlarına yeni ürün eklediğini, %5,7'si pazar araştırması yaptığını ve 1 işletme ise teknoloji transferinde bulunduğunu belirtmiştir.

Tablo 65.İşletmeleri Rakiplerine Göre Üstün Kılan Nitelikler

Diğer firmalara göre üstün nitelik	N	%
Katkısız, doğal, geleneksel üretim ve kaliteli ürün	31	44,3
Tarihimiz	10	14,3
Nitelikli ve tecrübeli işgücü	7	10
Markamızın imajı ve ürüne olan güven	4	5,7
Yerinde üretim	3	4,3
Ürün çeşitliliği, reklam ve kurumsallaşma ve pazar araştırması	3	4,3
Aile işletmesi olmamız	2	2,9
Cevap yok	10	14,3
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Bu soruda katılımcılara İşletmenizi diğer işletmelere göre üstün kılan nitelikleri belirtiniz şeklinde açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. Tabloya göre üstün nitelik olarak sırasıyla; **kaliteli üretim, tarihi geçmiş, nitelikli işgücü** ve **marka imajını** ilk dört sırada ön plana çıkmaktadır. Buna göre *Katkısız, doğal, geleneksel üretim ve kaliteli ürün* diyenlerin (31 kişi) oranı %44,3, *Tarihimiz* diyenlerin (10 kişi) oranı %14,3, *Nitelikli ve tecrübeli işgücü* diyenlerin (7 kişi) oranı %10 ve *Markamızın imajı ve ürüne olan güven* diyenlerin (4 kişi) oranı ise %5,7 olmuştur. Ayrıca sırasıyla *Yerinde üretim* %4,3 (3 kişi), *Ürün çeşitliliği, reklam, kurumsallaşma ve pazar araştırması* %4,3 (3 kişi) ve *Aile işletmesi olmamız* %2,9 (2 kişi) şeklindeki üstün nitelikler dile getirilirken katılımcıların %14,3'ü (10 kişi) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

#### 4.1.5. Kapasite Kullanım Oranları İle İlgili Bulgular

Katılımcılara işletmelerindeki ton bazında **günlük** potansiyel (gerçek) ve fiili (kullanılan) süt işleme kapasiteleri sorulmuştur. Bu soruya katılımcılar tarafından verilen cevaplar potansiyel ve fiili olmak üzere iki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 66.İşletmelerin Günlük Potansiyel Kapasite Kullanımları

Günlük potansiyel süt miktarı (ton)	N	%
100	6	8,6
70	3	4,3
60	1	1,4
50	11	15,7
40	4	5,7
30	6	8,6
25	3	4,3
20	5	7,1
15	2	2,9
10	13	18,6



9	1	1,4
8	4	5,7
7	2	2,9
5	7	10
4	1	1,4
3	1	1,4
<b>Toplam: 456</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcılara potansiyel olarak günlük kaç ton süt işleyebilecekleri sorulmuştur. İşletmelerin %18,6'sı (13 işletme) günlük 10'ar ton süt işleme potansiyellerinin olduğunu belirtmiştir. %15,7'si (11 işletme) günlük 50'şer ton, %8,6'sı (6 işletme) günlük 100'er ton, aynı orana sahip 6 işletme ise 30'ar ton süt işleyebileceğini belirtmiştir. İşletmelerin %7,1'i 20'şer ton potansiyele sahipken %5,7'lik oranlarındaki 4 işletme 40'ar ton diğer 4 işletme ise 8'er tonluk potansiyele sahiptir. En düşük potansiyele sahip işletme bir tane olup günlük süt işleme potansiyelini 3 ton olarak belirtmiştir. Tüm işletmelerin günlük toplam süt işleme kapasiteleri ise 2192 tondur.

**Tablo 67. İşletmelerin Günlük Fiili (Gerçekleşen) Kapasite Kullanımları**

Günlük fiili (gerçekleşen) süt miktarı (ton)	N	%
70	1	1,4
60	1	1,4
40	2	2,9
35	2	2,9
30	2	2,9
25	1	1,4
20	6	8,6
15	5	7,1
10	12	17,1
9	1	1,4
7	2	2,9
6	3	4,3
5	5	7,1
4	7	10
3	6	8,6
2,5	3	4,3
2	5	7,1
1	4	5,7
0,5	2	2,9
<b>Toplam: 345</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara fiili olarak günlük ortalama kaç ton süt işledikleri sorulmuştur. %17,1'i günlük 10'ar ton kapasiteyle çalıştıklarını belirtmiştir. %8,6 oranlarına sahip iki grup ise sırasıyla günlük 20'şer ton (6 işletme) ve 3'er ton (6 işletme) süt işlediklerini belirtmiştir. %7,1'i ise 5'er ton süt işlemektedirler. Fiili olarak yüksek tonajda süt işlediğini belirten iki firmadan biri günlük 70 ton, diğeri ise 60 ton süt işlemektedir.

**Tablo 68. İşletmelerin Günlük Potansiyel ve Fiili Kapasite Kullanımları**

Toplam ve ortalama kapasite (ton)	Potansiyel (gerçek)	Fiili (gerçekleşen)	Açık
70 firmanın toplam kapasitesi (ton)	2.192	814,5	-1.377,5
70 firmanın ortalama kapasite (ton)	31,31	11,64	-19,67

Tabloya göre tüm işletmelerin günlük işledikleri toplam süt miktarı ise 814,5 tondur. İşletmelerin fiili kapasiteleri süt işleme potansiyellerine oranlandığında günlük ortalama 1377 tonluk bir atıl kapasite ile çalıştıkları söylenebilir.

Özellikle Kars'ta bulunan yüksek kapasiteli işletmelerin düşük kapasiteyle çalışmalarının en önemli sebebi bölgede yaşanan süt yetersizliğidir. Bu yüzden işletmeler kapasitelerinin yarısıyla çalışmak zorunda kalmaktadırlar (SERKA, 2012b:31).

**Tablo 69. İşletmelerin Son İki Yılda Ortalama Kapasite Kullanım Oranları**

Kapasite kullanımı (%)	2020		2021	
0-50	33	47	53	76
50-100	37	53	17	24
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara son iki yılda (2020 ve 2021 yılları) kapasitelerini yüzde kaç oranında kullandıkları sorulmuştur. İşletmelerin yaklaşık yarısı (%47) 2020 yılı içinde kapasitelerinin %50'ye kadarlık kısmını kullandıklarını, yine yarıdan biraz fazlası (%53) kapasitelerinin %50 ile %100'lük kısmını kullandıklarını belirtmişlerdir. Aynı soruya 2021 yılı için yaklaşık dörtte üçü (%76) kapasitelerinin %50'ye kadarlık kısmını, işletmelerin yaklaşık dörtte biri (%24) kapasitelerinin %50 ile %100'lük kısmını kullandıklarını belirtmişlerdir.

#### 4.1.6. Destek ve Teşviklerden Yararlanma İle İlgili Bulgular

Bu bölümde işletmelerin yararlandıkları teşvik ve desteklere dair bulguların yanı sıra ne tür teşvik ve destek talep ettiklerine yer verilmiştir.

**Tablo 70. İşletmelerin Mali Destek ve Teşviklerden Yararlanma Durumları**

Mali destek veya teşvikten yararlanma	N	%
Başvurmadım	37	52,9
Başvurdum alamadım (SERKA, TKDK, İl Tarım ve Orm. Müd.)	5	7,1
Başvurup aldım (SERKA, TKDK, İl Tarım ve Orm. Müd. ve KOSGEB)	28	40
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara faaliyetleri süresince ilgili resmi kurumlardan herhangi bir mali destek veya teşvik alıp almadıkları sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%52,9) mali destek veya teşviklerden yararlanmak için herhangi bir başvuruda bulunmadıklarını belirtmiştir. %7,1'i başvurduğunu ancak herhangi bir destek alamadığını belirtmiştir. Katılımcıların %40 ise SERKA, TKDK, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve KOSGEB gibi resmi kurumlardan birine ya da birkaç tanesine başvuru yaptıklarını ve desteklerden yararlandıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte cevap verenlerden iki katılımcı hem SERKA hem de TKDK'ya başvurduğu halde destek alamadığını belirtmiştir. Bir katılımcı sadece SERKA'ya, bir katılımcı hem SERKA hem de İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ne, bir katılımcı da sadece İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ne başvurduğunu ancak destek alamadığını ifade etmiştir. Yapılan görüşmelerde en fazla destek alınan kurumların sırasıyla; TKDK, SERKA, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve KOSGEB olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 71. İşletmelerin Sektör İçin Talep Ettikleri Destek veya Teşvik**

Sektör için talep edilen destek veya teşvik	N	%
Köylüye teşvik verilmeli	35	50
Makine ve ekipman desteği sağlanmalı	14	20
Girdi maliyetleri düşürülmeli	5	7
Avans sistemi kaldırılmalı	4	6
Küçük işletmeler desteklenmeli ve tapu sorunu çözülmeli	4	6
Üretim olgunlaştırma sürecindeki sorunların çözümü için kurumlar kurulmalı	1	1,4
Peynir altı suyu arıtma tesisi kurulmalı	1	1,4
Bölge "organik bölge" ilan edilmeli	1	1,4
Denetleme mekanizması güçlendirilmeli	1	1,4
SERKA mali destek sağlamak yerine ürünleri almalı veya alınmasına aracı olmalı	1	1,4
Cevap yok	3	4
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Bu aşamada katılımcıların içindeki buldukları süt ve süt ürünleri sektörü açısından talep ettikleri destek veya talepler belirlenmeye çalışılmıştır. Katılımcıların yarısı (%50) teşvik ve desteklerin köylülere (süt üreticilerine) verilmesi gerektiğini belirtmiştir. %20 oranında katılımcı ise makine ve ekipman desteği verilmesi-

nin uygun olacağı düşüncesindedir. %7'si girdi maliyetlerinin düşürülmesi yönünde desteklenmek istediklerini ifade etmiştir. Avans kalsın ve küçük işletmeler desteklenerek tapu sorunları çözülsün diyenlerin oranı ise % 6'sıdır. Diğer katılımcılar ise bireysel olarak üretim olgunlaştırma sorunlarının çözümü, peynir altı suyu için arıtma tesisi kurulması, bölgenin organik bölge ilan edilmesi, özellikle fason ürünlere ilişkin denetlemelerin güçlü yapılması ve SERKA'nın ürün satmada aracı olması yönünde fikir beyan etmişlerdir.



#### 4.1.7. İstihdam ile ilgili Bulgular

Bu kısımda işletmelerin hem üretim sezonunda hem de sezon dışındaki çalışan sayılarının yanı sıra temininde günlük çekilen işgücü profiliyle ilgili bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 72.İşletmelerde Sürekli (Daimi) Çalışan Sayısı

Sürekli (daimi) çalışan sayısı	N	%
1-9	60	85,7
10-19	9	12,9
20-29	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılara işletmelerde çalışan sürekliliğinin önemi bakımından daimi çalıştırdıkları çalışan sayıları sorulmuştur. İşletmelerde %85,7 oranında (60 işletme) 1-9 arası daimi çalışan istihdam edildiği belirlenmiştir. %12,9 oranındaki işletmede 10-19 çalışan ve bir işletmede ise 20-29 arasında daimi çalışan istihdam edilmektedir.

**Tablo 73.İşletmelerde Üretim Sezonunda Çalışan Sayısı**

Üretim sezonunda çalışan sayısı	N	%
1-9	44	62,9
10-19	14	20,0
20-29	6	8,6
30'dan fazla	6	8,6
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

İşletmelerin aktif üretim sezonunda istihdam ettikleri çalışan sayıları belirlenmeye çalışılmış, katılımcıların %62,9'u yani yaklaşık beşte üçü 1-9 arası çalışan, beşte biri (%20) 10-19 çalışan istihdam ettiklerini belirtmiştir. %8,6 oranında işletme (6 işletme) 20-29 arası ve yine 6 işletme de 30'dan fazla çalışanın aktif sezonda istihdam edildiğini belirtmiştir.

**Tablo 74.İşletmelerin Temin Etmede En Çok Güçlük Çektiği İşgücü**

Temininde güçlük çekilen işgücü	N	%
Hepsi	7	10
Şoför	2	3
Teknik personel	4	6
Usta	26	37
Vasıflı işçi	4	6
Vasıfsız işçi	7	10
Yok- Aile işletmesi	17	24
Cevap Yok	3	4
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Kaşar peyniri işletmeleri bazı meslek gruplarının temininde güçlük çekmektedirler. İşletmelerin yaklaşık üçte birinin (%37) en fazla gereksinim duyduğu ve temininde güçlük çektiği meslek dalı kaşar ustasıdır. Vasıfsız işçiye ve tüm meslek gruplarına (usta, şoför, teknik personel, vasıflı-vasıfsız işçi) mensup çalışan bulmakta güçlük çekiyoruz diyenlerin oranı ise %10'ar düzeyindedir. Yine %6'şar oranında vasıflı işçi ve şoför gereksinimi duyulduğu belirtilmiştir. Sezonunda çok gereksinim duyulmasına karşılık temininde en az güçlük çekilen meslek grubu ise şoförlüktür (%3). İşletmelerin yaklaşık dörtte biri (%24) aile işletmesi olduklarını, tüm meslek gruplarına yönelik yetkinliğe sahip bir aile ferдинin bulunduğunu ya da ailenin bir üyesinin birden fazla mesleği icra ettiğini belirtmiştir.

#### 4.1.8. Dış Ticaret Potansiyeli ile İlgili Bulgular

Araştırmanın bu kısmında işletmelerin ihracat durumlarıyla ilgili bulguya yer verilmiştir. Bu bağlamda kaşar peynirinin doğrudan işletmeler tarafından yurtdışına gönderilip gönderilmediği anlaşılmaya çalışılmış ve ihracat yapıp yapmadıkları sorulmuştur.



**Tablo 75.İşletmelerin İhracat Faaliyeti**

İhracat gerçekleştirme durumu	N	%
Hayır	70	100
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcıların tamamının yurt dışına kaşar peyniri ihraç etmediği belirlenmiştir. Kısacası Kars ve Ardahan'daki kaşar peyniri üreten işletmelerinin hiçbirinin doğrudan ihracat faaliyeti yürütmedikleri görülmektedir. Bunun sebebi olarak bölgede sanayi üretiminin gelişmemesinin yanı sıra tarım ve hayvancılıktaki verimsizlik, ulaşım imkanlarının yetersizliği, bölge halkının ve işletmecilerin dış ticaret konusunda yeterince bilgi sahibi olmaması sayılabilir (SERKA, 2014, 26-27).

#### 4.1.9. Pazarlama ve Satış Faaliyetleri ile İlgili Bulgular

İşletmelerin tanıtım için kullanmış oldukları sosyal medya kanalları, reklam verme durumları ve satışlarında tercih ettikleri kanallar bu başlık altında tablo haline getirilmiştir.

**Tablo 76.İşletmelerin Tanıtım İçin Kullandıkları Sosyal Medya Kanalı**

Sosyal medya kanalı	N	%
Yok	33	47,1
Facebook	28	40,0
Twitter	3	4,3
Instagram	6	8,6
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Çalışma kapsamının çoğunluğunu oluşturan küçük işletmeler açısından ucuz ve geniş kapsamlı tanıtım faaliyetleri önem arz etmektedir. Sosyal medya bu açıdan fırsatlar sunmaktadır. Ancak katılımcıların yaklaşık yarısı (%47,1) herhangi bir sosyal medya mecrasını kullanmadıklarını belirtmiştir. %40'ı Facebook, %8,6'sı Instagram ve %4,3'ü ise Twitter kullandığını ve tanıtımlarını bu mecraları da kullanarak yaptığını belirtmiştir.

**Tablo 77.İşletmelerin Reklam Verme Durumları**

Reklam verme	N	%
Evet	21	30,0
Hayır	49	70,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Bilgilendirme ve ikna etme amacıyla kullanılan reklamlar ürünlerin tanıtımı açısından ayrıca önemlidir. Katılımcılara ürünlerine ilişkin reklam verip vermedikleri sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık dörtte üçü (%70) reklam vermediklerini, sa-

dece %30'u reklam verdiklerini belirtmişlerdir. Zaten sonraki soruda yer alan satış kanallarına ilişkin soru bu durumu açıklar niteliktedir. Çünkü işletmelerin büyük çoğunluğu kaşar peynirlerini toptancılara sattığını belirtmiştir.

**Tablo 78.İşletmelerin Ürün Satışlarında Tercih Ettikleri Kanallar**

Sıra	Satış kanalı	Satış yapılan	Hiç satış yapılmayan
1	Toptancılar	88,6	11,4
2	İşletmeye ait satış mağazasında	71,4	28,6
3	Perakendeciler	30	70
4	İnternet (web, sosyal medya vb.) ortamında	20	80
5	Zincir marketler	8,6	91,4
6	Restoranlar	4,3	95,7

Katılımcılara ürün satışlarında tercih ettikleri satış kanalları sorulmuş ilk sırada çoğunlukla toptancılara vermeyi ve ikinci sırada ise işletmeye ait satış mağazasında satmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Üçüncü sırada perakendeciler yer almaktadır. Dördüncü sırada internet üzerinden satış gelmekte, beşinci ve altıncı sırada ise zincir marketler ve restoranlar yer almaktadır. Dolayısıyla satış mecrası bağlamında en çok ve en az kullanılan mecralar toptancılar ve restoranlar olarak belirlenmiş olmaktadır.

**Tablo 79.İşletmelerin Pazarlama Sorunları**

Sıra	Pazarlama sorunları	N	%
1	Piyasada haksız rekabet olması	59	84,3
2	İyi bir pazarlama faaliyeti yapılmaması	8	11,4
3	Marka bilinirliğinizin yeterli olmaması	2	2,9
4	Tahsilâtın zamanında yapılamaması	1	1,4
	<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılardan işletmelerde üretilen süt ve süt ürünleri ile ilgili yaşadıkları pazarlama sorunlarına ilişkin bir derecelendirme yapmaları istenmiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (%84,3) piyasadaki haksız rekabetin ürünlerin pazarlanması açısından en önemli sorun olduğunu belirtmiştir. Bu konuyla ilgili detaylar nitel görüşme bulguları başlığında haksız rekabet alt başlığında ayrıntılı olarak açıklanmıştır. İkinci pazarlama sorunu ise iyi bir pazarlama faaliyetinin yapılmadığı görüşüdür. Üçüncü sıradaki sorun ise yeterli olmayan marka bilinirliğidir. Son sırada yer alan ve önemsenmeyecek derecede orana sahip olan sorun ise tahsilâtın zamanında yapılmamasıdır.

#### 4.1.10. Teknolojik Altyapıyla İlgili Bulgular

İşletmeler üretim faaliyetlerini yürütürken makine ve ekipmanlardan yararlanırlar. Bir kısmı hayati öneme sahiptir. Bu aşamada kaşar peyniri üretiminde işletmeler için gerekli olan makine ve ekipmanlar belirlenmiş ve işletmelerin bunlara ne düzeyde sahip oldukları belirlenmeye çalışılmıştır.

Tablo 80. Kaşar Proses Tankı

Adet	N	%
Yok	13	18,6
1	36	51,4
2	11	15,7
3	9	12,9
4	1	1,4
Yaş		
1 ve 5	20	28,6
6 ve 10	20	28,6
11 ve 20	16	22,8
21 ve üstü	1	1,4
Temin Şekli		
Öz sermaye	51	72,9
SERKA	5	7,1
TKDK	1	1,4

Katılımcılara kaşar proses tankı sahiplik durumları sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık yarısı (%51,4) birer adet kaşar proses tankına sahiptir. 13 işletmenin proses tankı bulunmamakta, 11 işletmenin 2'şer adet, 9 işletmenin 3 ve 1 işletmenin de 4'er adet kaşar proses tankı bulunmaktadır.

Kaşar proses tanklarının %28,6'sı 1-5 yaş arasında, %28,6'sı 6-10 yaşları arasında ve %22,8'i ise 11-20 yaşları arasında bir yaşa sahiptir. Bir proses tankı ise 21 yaşından fazla bir ömre sahiptir. Kaşar proses tanklarının teminin büyük çoğunluğu (%72,9) işletmelerin kendi öz sermayeleriyle yapılmıştır. İşletmelerin %7,1'i yani 5 işletme SERKA'dan aldığı destekle, bir işletme ise TKDK desteği ile temin ettiğini belirtmiştir.

**Tablo 81. Kaşar Sulu Haşlama Makinesi**

Adet	N	%
Yok	12	17,1
1	52	74,3
2	6	8,6
Yaş		
1 ve 5	22	31,4
6 ve 10	20	28,6
11 ve 20	15	21,4
Temin Şekli		
KOSGEB	1	1,4
Öz sermaye	52	74,3
SERKA	4	5,7
TKDK	1	1,4

Katılımcılara kaşar sulu haşlama makinesi sahiplik durumları sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık dörtte üçü (%74,3) birer adet kaşar sulu haşlama makinesine sahiptir. 12 işletmenin sulu haşlama makinesi bulunmamakta, 6 işletmenin ise 2'şer adet sulu haşlama makinesi bulunmaktadır. Sulu haşlama makinelerinin yaklaşık üçte biri (%31,4) 1-5 yaşları arasında, %28,6'sı 6-10 yaşları arasında ve %21,4'ü ise 11-20 yaşları arasında bir yaşa sahiptir. Kaşar sulu haşlama makinelerinin teminin büyük çoğunluğu (%74,3) işletmelerin kendi öz sermayeleriyle yapılmıştır. İşletmelerin %5,7'si yani 4 işletme SERKA'dan aldığı destekle, bir işletme KOSGEB, bir diğer işletme ise TKDK desteği ile temin ettiğini belirtmiştir.

**Tablo 82. Kaşar Kuru Haşlama Makinesi**

Adet	N	%
Yok	47	67,1
1	20	28,6
2	2	2,9
3	1	1,4
Yaş		
1 ve 5	6	8,6
6 ve 10	9	12,9
11 ve 20	8	11,4
Temin Şekli		
KOSGEB	1	1,4
Öz sermaye	22	31,4

Katılımcılara kaşar kuru haşlama makinesi sahiplik durumları da sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık beşte üçünden fazlasının (%67,1) kaşar kuru haşlama makinesi bulunmamaktadır. 20 işletmenin birer adet kuru haşlama makinesi bulunmaktadır. 2 işletmenin 2'şer adet ve 1 işletmenin de 3 adet kuru haşlama makinesi olduğu belirlenmiştir.

Kuru haşlama makinelerinin %12,9'u 6-10 yaşları arasında, %11,4'ü 11-20 yaşları arasında ve %8,6'sı ise 1-5 yaşları arasında bir yaşa sahiptir. Kaşar kuru haşlama makinelerinin teminin büyük çoğunluğu (%31,4) işletmelerin kendi öz sermayeleriyle yapılmıştır. Bir işletme ise KOSGEB desteği ile temin ettiğini belirtmiştir.

**Tablo 83. Teleme Süzme Teknesi**

Adet	N	%
Yok	10	14,3
1	31	44,3
2	10	14,3
3	6	8,6
4	6	8,6
5	3	4,3
6	1	1,4
7	1	1,4
8	2	2,9
Yaş		
1 ve 5	23	32,9
6 ve 10	19	27,2
11 ve 20	16	22,8
21 ve üstü	2	2,8
Temin Şekli		
Öz sermaye	56	80,0
SERKA	3	4,3

Katılımcılara teleme süzme teknesi sahiplik durumları da sorulmuştur. Katılımcıların yaklaşık yarısının (%44,3) birer adet teleme süzme teknesi bulunmaktadır. 10 işletmenin teleme süzme teknesi bulunmuyorken, 10 işletmenin de 2'şer adet teleme süzme teknesi bulunmaktadır. 6 işletmenin 3'er ve yine 6 işletmenin de 4'er adet teleme süzme teknesi bulunmaktadır. 3 işletmenin 5'er, 2 işletmenin 8'er teleme süzme teknesi bulunuyorken, bir işletmenin 6, bir diğer işletmenin de işletmenin de 7 adet teleme süzme teknesi olduğu belirlenmiştir.



Teleme süzme teknelerinin yaklaşık üçte biri (%32,9) 1-5 yaşları arasında, %27,2'si 6-10 yaşları arasında, yaklaşık dörtte bir (%22,8) 11-20 yaşları arasında ve 2 tanesi de 21 yaşından fazla bir ömre sahiptir. Teleme süzme teknelerinin teminin büyük çoğunluğu (%80) yani 56 işletmenin kendi öz sermayeleriyle yapılmıştır. Üç işletme ise SERKA desteği ile temin ettiğini belirtmiştir.

**Tablo 84. Teleme Süzme Tamburu**

Adet	N	%
Yok	30	42,9
1,0	32	45,7
2,0	8	11,4
Yaş		
1 ve 5	10	14,3
6 ve 10	16	22,9
11 ve 20	12	17,1
21 ve üstü	2	2,8
Temin Şekli		
Öz sermaye	36	51,4
SERKA	3	4,3
TKDK	1	1,4

Tabloya göre 30 katılımcıda teleme süzme tamburu bulunmazken 32 kişide 1 adet 8 kişide ise 2 adet mevcuttur. Bunlardan 1-5 yaş arasındakilerin oranı %14,3 iken 6-10 yaş arasındakilerin oranı yaklaşık %23 olarak kaydedilmiştir. Ayrıca 11-20 yıllık olanların oranı %17,1 iken 21 yıl ve üstü bir geçmişe sahip olanların payı ise %2,8 olarak tespit edilmiştir. Öte yandan katılımcıların teleme süzme tamburunu temin etme şekline bakıldığında 36 tanesinin öz sermaye, 3 tanesinin SERKA, 1 tanesinin ise TKDK desteğiyle temin edildiği görülmektedir.

**Tablo 85. Kaşar Gramajlama Makinesi**

Adet	N	%
Yok	27	38,6
1,0	40	57,1
2,0	3	4,3
Yaş		
1 ve 5	18	25,7
6 ve 10	15	21,4
11 ve 20	10	14,3
Temin Şekli		
KOSGEP	1	1,4
Öz sermaye	37	52,9
SERKA	3	4,3
TKDK	2	2,9

Tabloya göre katılımcılardan 27 tanesinin kaşar gramajlama makinesi bulunmazken 40 tanesinde 1 adet, 3 tanesinde ise 2 adet gramajlama makinesi bulunmaktadır. Bu makinelerin %25,7'si 1-5 yıllık, %21,4'ü 6-10 yıllık %14,3'ü ise 11-20 yıllıktır. Temin şekline bakıldığında ise 1 tanesi KOSGEB, 2 tanesi TKDK ve 3 tanesi SERKA desteğiyle temin edilirken 37 tanesi (yaklaşık %53'ü) işletmelerin öz sermayeleriyle temin edilmiştir.

**Tablo 86. Teleme Doğrama**

Adet	N	%
Yok	10	14,4
1,0	40	57,1
2,0	15	21,4
3,0	5	7,1
Yaş		
1 ve 5	20	28,6
6 ve 10	19	27,1
11 ve 20	18	25,7
21 ve üstü	3	4,3
Temin Şekli		
Öz sermaye	57	81,4
SERKA	2	2,9
TKDK	1	1,4

Tabloya göre katılımcılardan 10 tanesinde teleme doğrama bulunmazken 40 tanesinde 1 adet, 15 tanesinde 2 adet, 5 tanesinde ise 3 adet bulunmaktadır. Bunlardan %28,6'sı 1-5 yıllık, %27,1'i 6-10 yıllık %25,7'si 11-20 yıllık, % 4,3'ü ise 21 yıl ve üstündedir. Temin şekline bakıldığında ise 1 tanesi KOSGEB, 2 tanesi TKDK ve 3 tanesi SERKA desteğiyle temin edilirken 37 tanesinin de (yaklaşık %53'ü) işletmelerin öz sermayeleriyle temin edildiği görülmektedir.

**Tablo 87. Kaşar Taşıma Arabası**

Adet	N	%
Yok	24	34,4
1,0	11	15,7
2,0	7	10,0
3,0	6	8,6
4,0	8	11,4
5,0	3	4,3
6,0	1	1,4
7,0	1	1,4
8,0	3	4,3
10,0	1	1,4
13,0	1	1,4
15,0	2	2,9
20,0	2	2,9
Yaş		
1 ve 5	16	22,8
6 ve 10	16	22,8
11 ve 20	12	17,1
21 ve üstü	2	2,8
Temin Şekli		
Öz sermaye	42	60,0
SERKA	2	2,9
TKDK	2	2,9

Tabloya göre 70 katılımcıdan 24 tanesinde kaşar taşıma arabası bulunmazken 46 tanesinde 1 ile 20 adet arasında değişik adetlerde mevcuttur. Bunlardan 1-5 yıllık olanların payı (%22,8) ve 6-10 yıllık olanların payı (%22,8) aynı iken 11-20 yıllık olanların oranı % 17,1 ve 21 yıldan daha fazla olanların oranı ise %2,8'dir. Temin şekline bakıldığında 2 tanesinin TKDK, 2 tanesinin SERKA geri kalan 42 tanesinin de öz sermaye ile temin edildiği görülmektedir.

**Tablo 88. Mengene**

Adet	N	%
Yok	50	71,4
1,0	11	15,7
2,0	3	4,3
3,0	2	2,9
4,0	3	4,3
5,0	1	1,4
Yaş		
1 ve 5	5	7,1
6 ve 10	6	8,6
11 ve 20	7	10,0
21 ve üstü	2	2,9
Temin Şekli		
Öz sermaye	20	28,6

Tabloya göre 70 katılımcıdan 50 tanesinde mengene bulunmazken 11 tanesinde 1 adet, 3 tanesinde 2 adet, 2 tanesinde 3 adet, 3 tanesinde 4 adet ve 1 tanesinde 5 adet olmak üzere toplam 20 adet mengene bulunmaktadır. Bunlardan 1-5 yıllık olanların payı %7,1, 6-10 yıllık olanların payı %8,6 iken 11-20 yıllık olanların oranı % 10 ve 21 yıldan daha fazla olanların oranı ise %2,9'dur. Katılımcıların ifadelerine göre bu 20 mengenenin tamamı öz sermaye ile temin edilmiştir.

**Tablo 89. Seperatör**

Adet	N	%
Yok	14	20,0
1,0	35	50,0
2,0	18	25,7
3,0	3	4,3
Yaş		
1 ve 5	14	20,0
6 ve 10	27	38,6
11 ve 20	14	20,0
21 ve üstü	1	1,4
Temin Şekli		
Öz sermaye	51	72,9
SERKA	2	2,9
İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	2	2,9
TKDK	1	1,4

Tabloya göre 70 katılımcıdan 14 tanesinde seperatör bulunmazken 35 tanesinde 1 adet, 18 tanesinde 2 adet ve 3 tanesinde 3 adet olmak üzere toplam 56 adet seperatör bulunmaktadır. Bunlardan 1-5 yıllık olanların payı %20, 6-10 yıllık olanların payı %38,6 iken 11-20 yıllık olanların oranı % 20 ve 21 yıldan daha fazla olanların oranı ise %1,4'tür. Temin şekline bakıldığında 51 tanesinin öz sermaye ile, 2 tanesinin SERKA, 2 tanesinin İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 1 tanesinin de TKDK desteğiyle temin edildiği görülmektedir.

**Tablo 90. İşletmelerin İhtiyaç Duyduğu Makine ve Ekipmanlar**

Makine ekipman adı	N	%
Seperatör	9	13
Gravyer Ünitesi	7	10
Proses Tankı	7	10
Soğuk Hava Deposu	5	7
Krema Makinesi	4	6
Buhar Kazanı	4	6
Tereyağı Ünitesi	3	4
Paketleme	3	4
Süt Soğutma Tankı	3	4
Kaşar Taşıma Arabası	3	4
Teleme Süzme Tamburu	3	4
Gramajlama	2	3
Vakum	2	3
Kuru Haşlama	2	3
Sulu Haşlama	2	3
Mayalama Tankı	2	3
Jeneratör	2	3
Makine ve ekipman ihtiyacım yok	7	10
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre 70 katılımcıdan 7 tanesi herhangi bir makine ve ekipmana ihtiyaç duymadığını belirtirken 63 tanesi ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Buna göre en fazla ihtiyaç duyulan ilk üç makine ve ekipmanın seperatör (9 kişi), gravyer ünitesi (7 kişi) ve proses tankı (7 kişi) olduğu görülmektedir. Bunların yanı sıra 5 kişinin ihtiyaç duyduğu Soğuk hava deposunu, Krema makinesi (4 kişi) ve Buhar kazanı (4 kişi) takip etmektedir. Tereyağı Ünitesi, Paketleme, Süt Soğutma Tankı, Kaşar Taşıma Arabası ve Teleme Süzme Tamburuna ise 3'şer işletme ihtiyaç duyulmaktadır. Son olarak 2'şer işletme tarafından ihtiyaç duyulan makin ve ekipmanın Gramajlama, Vakum, Kuru Haşlama, Sulu Haşlama, Mayalama Tankı ve Jeneratör olduğu görülmektedir.



#### 4.1.11. Finansman ve Maliyet ile İlgili Bulgular

Bu başlık altında öncelikle işletmelerin çiğ sütün fiyatını nasıl belirledikleri, sütün ödeme şekli ve sütün fiyatına yönelik yaklaşımları tablolar halinde sunulmuştur. Sonrasında ise maliyetlere yönelik bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 91. İşletmelerin Çiğ Sütün Fiyatını Belirleme Şekli

Sütün fiyatını belirleme şekli	N	%
Üreticilerle anlaşma yapmak	70	100

Çiğ sütün fiyatı bizzat süt üreticileriyle anlaşma veya pazarlık yapılarak belirlendiği için beklendiği gibi katılımcıların tamamı bu şekilde bir fiyat belirlendiğini dile getirmişlerdir.

Tablo 92. İşletmelerin Temin Ettiği Sütün Ödeme Şekli

Sütün ödeme şekli	N	%
Avans	67	95,7
Aylık ödeme	3	4,3
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcıların 67 tanesi (%95,7) sütün ödeme şekli olarak avans sistemini ifade eder yalnızca 3 tanesi aylık ödeme yaptığını ifade etmiştir.

Tablo 93. İşletmelerin Çiğ Sütün Fiyatına Yönelik Yaklaşımı

Çiğ sütün fiyatı	N	%
Yüksek	35	50,0
Düşük	7	10,0
Uygun	28	40,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre 70 katılımcıdan 35'i (%50) çiğ sütün fiyatını yüksek bulurken, 7 tanesi (%10) düşük, 28 tanesi ise (%40) uygun bulunduğunu ifade etmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde çiğ süt fiyatının toplu alımlarda 2,5 TL-3 TL arasında değiştiği görülmüştür.

Tablo 94. İşletmelerde İşgücü Maliyetlerinin Genel Giderler İçindeki Payı

İşgücü maliyetlerinin payı (%)	N	%
%10'un altında	1	1,4
%10 - %20	22	31,4
%25 - %35	22	31,4
%40 - %50	18	25,7
%60 - %70	7	10,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı sadece 1 işletmede %10'un altındadır. Buna göre 22 tanesinin (%31,4) işgücü maliyeti %10 ve %20 arasında, 22 tanesinin (%31,4) %25 - %35 arasında 18 tanesinin (%25,7) %40 - %50 arasında 7 tanesinin de (%10) %60 - %70 arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 95. İşletmelerde Tanıtım Faaliyetlerinin Yıllık Giderler İçindeki Payı

Tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) payı (%)	N	%
Yok	44	62,9
1,0	4	5,7
2,0	5	7,1
3,0	4	5,7
5,0	6	8,6
10,0	6	8,6
20,0	1	1,4
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Katılımcılardan 44 tanesi tanıtım faaliyetleri (reklam, sponsorluk vb.) için herhangi bir bütçe ayırmadığını belirtmiştir. Geriye kalan 26 kişiden 4 tanesi %1'lik bir bütçe ayırırken, 5 tanesi %2 oranında, 4 tanesi %3 oranında, 6 tanesi %5 oranında, 6 tanesi %10 oranında ve 1 tanesi ise %20 oranında tanıtım faaliyetlerine bütçe ayırdığını belirtmiştir.

Tablo 96. İşletmelerin Paketleme ve Ambalaj Malzemelerine Ödedikleri Yıllık Tutar

Tutar (TL)	N	%
5.000 ve altı	5	7,2
10.000-15.000	8	11,4
20.000-25.000	7	10
30.000-40.000	12	17,1
50.000-60.000	6	8,6
70.000-80.000	7	10
100.000-200.000	18	25,7
250.000-350.000	5	7,2
500.000 ve üstü	2	2,8
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcılardan sadece 5 tanesi paketleme ve ambalaj malzemelerine (çuval, ip, karton, kontrplak, bez çanta vb.) 5.000 TL ve altında bir bütçe ayırmaktadır. Bununla birlikte 8 tanesi 10.000-15.000 TL arası, 7 tanesi 20.000-25.000 TL arası, 12 tanesi ise 30.000-40.000 TL arası bütçe ayırdığını belirtmiştir. Katılımcılardan 6 tanesi 50.000-60.000 TL arası, 7 tanesi 70.000-80.000 TL arası, 18 tanesi 100.000-200.000 TL arası, 5 tanesi 250.000-350.000 TL arası ve 2 tanesi ise 500.000 TL ve üstü bir bütçe ayırdığını belirtmiştir.

#### 4.1.12. Gelecekle İlgili Beklentilere Yönelik Bulgular

Bu bölümde katılımcılara kısa vadede (1 yıl), orta vadede (3 yıl) ve uzun vadede (5 yıl) hedefleri sorulmuştur. Buna göre elde edilen bulgular aşağıdaki tablolarda sunulmuştur.

**Tablo 97. İşletmelerin Kısa Vadeli (1 Yıl) Hedefleri**

Kısa vadeli hedef	N	%
Belirsizlikten dolayı mevcudu korumak	16	22,9
Kapasite ve üretimi arttırmak	8	11,4
Ürün çeşitliği (gravyer- yoğurt) sağlamak	8	11,4
Hammadde temin edilen köyleri çoğaltıp hammaddeyi arttırmak	7	10,0
Makine-ekipman yenilemek	5	7,1
İnternette satış yapmak	4	5,7
Depolama ve soğuk zincir kurmak	4	5,7
Ar-Ge ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmak	2	2,9
Paketleme ünitesi kurmak	2	2,9
Bölgeye ürün dağıtımını sağlamak	2	2,9
Satış mağazalarını çoğaltmak	2	2,9
Firmayı Batıya taşımak	1	1,4
Kaliteyi arttırmak	1	1,4
Toptan satış yapmak	1	1,4
Cevap yok	7	10,0
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların yaklaşık %23'ünün (16 kişi) kısa vadede (1 yıl) belirsizlikten dolayı ancak mevcudu korumaya çalıştıklarını, %11,4'ünün (8 kişi) Kapasite ve üretimi arttırmak istediğini, %11,4'ünün (8 kişi) Ürün çeşitliği (gravyer- yoğurt) yapmak istediğini ifade etmiştir. Kısa vadede süt topladıkları köylerin sayısını arttırmak isteyenlerin oranı %10 (7 kişi) ve makine ekipman yenileyerek teknolojik değişiklik yapmak isteyenlerin oranı ise %7,1 (5 kişi) olmuştur. Diğer hedefler ise sırasıyla; %5,7'lik oranlarla (4'er kişi) İnternette satış, Depolama ve soğuk zincir, %2,9'luk oranlarla (2'şer kişi) AR-GE ve pazarlama, Paketleme ünitesi, Bölgeye ürün dağıtmak ve Satış mağazaları çoğaltmak, %1,4'lük oranlarla (1'er kişi) Firmayı batıya taşımak, Kaliteyi arttırmak ve Toptan satış olmuştur. Öte yandan katılımcıların %10'u (7 kişi) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.



Tablo 98. İşletmelerin Orta Vadeli (3 Yıl) Hedefleri

Orta vadeli hedef	N	%
Kapasite Arttırmak	13	18,6
Makine-ekipman yenilemek	8	11,4
Süt sorununun çözümü için çiftlik kurmak	6	8,6
Belirsizlikten dolayı mevcudu korumak	5	7,1
Ürün çeşitliliği (Gravyer, beyaz peynir) sağlamak	5	7,1
İnternette satış yapmak	3	4,3
Hammadde temin edilen köyleri çoğaltıp hammaddeyi arttırmak	3	4,3
İşletmeyi Batıya taşımak	2	2,9
Paketleme ünitesi kurmak	2	2,9
Markalaşmak	2	2,9
İhracat gerçekleştirmek	1	1,4
İstihdam artışı sağlamak	1	1,4
Öz Sermaye artırımını sağlamak	1	1,4
Zincir mağazalara ürün satışı gerçekleştirmek	1	1,4
Ar-Ge ve pazarlama faaliyetlerinde bulunmak	1	1,4
Cevap yok	16	22,9
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

Tabloya göre katılımcıların %18,6'sının (13 kişi) orta vadede (3 yıl) işletmelerinin kapasitelerini arttırmak istedikleri, %11,4'ünün (8 kişi) makine-ekipman yenilemek istediği, %8,6'sının (6 kişi) Süt sorununun çözümü için çiftlik kurmak istediği, %7,1'inin (5 kişi) ise belirsizlikten dolayı ancak mevcudu korumaya çalıştığı görülmektedir. Orta vadedeki diğer hedefler ise sırasıyla; %7,1 (5 kişi) Ürün çeşitliliği (gravyer-beyaz peynir), %4,3'lük oranlarla (3'er kişi) İnternette satış ve Köyleri çoğaltıp hammaddeyi arttırmak, %2,9'luk oranlarla (2'şer kişi) işletmeyi Batıya taşıma, Paketleme Ünitesi ve Markalaşmak, %1,4'lük oranlarla (1'er kişi) İhracat, İstihdam artışı, Öz Sermaye artırımı, Zincir mağazalara ürün satışı, AR-GE ve pazarlama olmuştur. Öte yandan katılımcıların yaklaşık %23'ü (16 kişi) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.



Tablo 99. İşletmelerin Uzun Vadeli (5 Yıl) Hedefleri

Uzun vadeli hedef	N	%
Bina yenileme ve kapasite artırımı yapmak	12	17,1
Ürün çeşitliliği (ayran-yoğurt-gravyer-krema) sağlamak	8	11,4
Belirsizlikten dolayı mevcudu korumak	6	8,6
Çiftlik kurarak süt sorununu çözmek	5	7,1
Markalaşmak ve pazar ağını geliştirmek	5	7,1
İhracat gerçekleştirmek	4	5,7
Makine ekipman ve teknolojik yenilik	3	4,3
İnternet satışlarını arttırmak	3	4,3
İl dışında üretim yapmak	2	2,9
Kaliteyi arttırmak	2	2,9
Ar-Ge faaliyetlerinde bulunmak	1	1,4
Emeklilik	1	1,4
Kurumsallaşmak	1	1,4
Cevap yok	17	24,3
<b>Toplam</b>	<b>70</b>	<b>100</b>



Tabloya göre katılımcıların %17,1'inin (12 kişi) uzun vadede (5 yıl) bina yenileme ve kapasite artırımı, %11,4'ünün (8 kişi) ise Ürün çeşitliliği (ayran-yoğurt-gravyer-krema) yapmak istedikleri görülmektedir. Belirsizlikten dolayı mevcudu korumaya çalışanların oranı %8,6 (6 kişi) ile üçüncü sıradayken Çiftlik kurarak süt sorununu çözmek ve Markalaşmak ve pazar ağını geliştirmek isteyenler %7,1'lik oranlarla (5'er kişi) dördüncü ve beşinci sırada yer almaktadır. Uzun vadede ihracat yapmak isteyen 4 işletmenin oranı da %5,7'dir. Diğer uzun vade hedefleri ise sırasıyla; %4,3'lük oranlarla (3'er kişi) Makine ekipman ve teknolojik yenilik ve İnternet satışlarını arttırmak, %2,9'luk oranlarla (2'şer kişi) İl dışında üretim yapmak ve Kaliteyi arttırmak, %1,4'lük oranlarla (1'er kişi) Ar-Ge, Emeklilik ve Kurumsallaşmak olmuştur. Öte yandan katılımcıların %24,3'ü (17 kişi) bu soruyu cevapsız bırakmıştır.



#### 4.1.13. İşletmelerle İlgili Genel Bulgular

Bu başlıkta işletme sahiplerinin yabancı dil durumundan işletmelerin kredi kullanım durumlarına, coğrafi işaret kullanım durumlarından sektörde örgütlenme (kooperatif) ihtiyacına kadar oldukça geniş bir yelpazede ele alınan bulgular tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 100. İşletmelerle İlgili Genel Bulgular

İfadeler	Evet	Evet	Hayır	Hayır
	N	%	N	%
Şehir dışında kaşar peyniri imalathaneniz var mı?	11	15,7	59	84,3
İşletmenizdeki yöneticiler yabancı dil biliyor mu?	9	12,9	61	87,1
İşletmenizin kuruluş aşamasında kredi kullandınız mı?	22	31,4	48	68,6
İşletmeniz son beş yıl içerisinde kredi kullandı mı?	32	45,7	38	54,3
İşletmeniz süt temininde zorluk çekiyor mu?	66	94,3	4	5,7
İşletmenize temin ettiğiniz sütün kalitesinden memnun musunuz?	58	82,9	12	17,1
Gıda güvenliği veya hijyen konusunda herhangi bir eğitim aldınız mı?	49	70	21	30
İhracat talebi olması durumunda işletmenizin uygun kapasitesi olduğunu düşünüyor musunuz?	29	41,4	41	58,6
İhracat konusundaki devlet destekleri/teşvikleri konusunda bilginiz var mı?	14	20	56	80
Yurt içinde aynı sektördeki rakiplerinizle (Trakya, Muş kaşarı vb.) rekabet edebiliyor musunuz?	42	60	28	40
Yurt içinde önümüzdeki yıllarda Kars kaşarına olan talebin artacağını düşünüyor musunuz?	58	82,9	12	17,1
Coğrafi işaret amblemini kullanıyor musunuz?	25	35,7	45	64,3
Sizce Coğrafi İşaret Tescili aldıktan sonra Kars kaşarına olan talep arttı mı?	57	81,4	13	18,6
Sektörünüzde kooperatif, birlik vb. örgütlenme olduğunda üyelik düşünür müsünüz?	58	82,9	12	17,1
Ürünlerinizin paketleme-ambalaj malzemeleri (çuval, ip, karton, kontrplak, bez çanta vb.) ilinizde üretilse alır mısınız?	69	98,6	1	1,4
Köylerde yaşanan göçlerle birlikte temin ettiğiniz süt miktarında düşüş var mı?	66	94,3	4	5,7
İşletmenizde laboratuvar var mı?	53	75,7	17	24,3
İşletmenizin web sitesi var mı?	44	62,9	26	37,1
Web sitesi üzerinden satış yapıyor musunuz?	34	48,6	36	51,4

Katılımcılara Kars ve Ardahan illeri dışında kaşar peyniri imalathaneleri olup olmadığı sorulmuş 11 işletme sahibinden evet yanıtı alınmıştır. İşletmelerin %84,3'ünün başka şehirlerde herhangi bir işletmesi bulunmamaktadır. Buradan çı-

karımla kaşar işletmelerinin yaklaşık onda dokuzu sadece buldukları yerde işletmecilik faaliyetlerini yürütmektedir.

İşletme yöneticilerinin yabancı dil düzeylerinin sorulduğu bir diğer soruya yanıt olarak işletmelerin %12,9'unda (9 işletmede) yabancı dil bilen yönetici bulunduğu belirlenmiştir. İşletmelerin beşte dördünden fazlasında yabancı dil bilen yönetici bulunmamaktadır. Bu bağlamda yöneticiler açısından bakıldığında yabancı dil bilme oranı oldukça düşüktür denilebilir.

İşletmelerin kuruluş aşamasında dış finansman kullanımlarını tespit edebilmek için kredi kullanma durumlarına ilişkin yöneltilen soruya katılımcıların %68,6'sı hayır cevabını verirken %22'si işletmelerinin kuruluş aşamasında kredi kullandım cevabını vermiştir. Dolayısıyla işletmelerin büyük bölümünün yatırımcıların kendi öz sermayeleriyle kuruldukları söylenebilir.

İşletmelerin faaliyetlerini yürütürken dış finansman kullanımlarını tespit edebilmek için kredi kullanma durumlarına ilişkin yöneltilen soruya işletmelerin yaklaşık yarısı (%45,7) son beş yıl içinde kredi kullandıklarını belirtirken, yine yaklaşık yarısı (%54,3) son beş yıl içinde herhangi bir kredi kullanmadıklarını belirtmişlerdir.

Bir başka soruda ise işletmelerin ana hammaddesi olan sütün temininde zorluk yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur. Buna göre katılımcıların neredeyse tamamına yakını (%94,3) süt temininde zorluk yaşadığını belirtirken sadece 4 katılımcı (%5,7) zorluk yaşamadığını belirtmiştir. Buradan hareketle işletmelerin büyük çoğunluğunun süt temini konusunda zorluk yaşadığı söylenebilir.

İşletmelerce temin edilen sütün kalitesine ilişkin soruda ise katılımcıların yaklaşık beşte dördü (%82,9) sütün kalitesinden memnun olduğunu, yaklaşık beşte biri ise (%17,1) memnun olmadığını belirtmiştir. Genel olarak bakıldığında süt kalitesine ilişkin memnuniyet düzeyi oldukça yüksektir.

Gıda işletmelerinin hassasiyet göstermesi gereken hijyen konusuyla ilgili soruda gıda güvenliği ya da gıda hijyeni konusunda katılımcılara eğitim alıp almadıkları sorulmuş, %49'undan evet cevabı alınırken %30'u ise herhangi bir eğitim almadığını ifade etmiştir. Her ne kadar katılımcıların çoğunluğu (%70) bu konuda hassasiyet göstermiş ise de diğer işletmelerde eğitim dayalı bir hijyen anlayışından ziyade gelenekten gelen bir hijyen anlayışının varlığı söz konusudur denilebilir.

Özellikli bir ürün olan kaşar peynirinin ihracatına ilişkin olarak talep olması durumunda işletmelerin yeterli kapasitesi olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Verilen cevaplarda işletmelerin yarısından fazlasının (%58,6) yeterli kapasitesi olmadığı, %41,4'ünün ise kapasite uygunluğunun bulunduğu belirlenmiştir. Elbette ki işletme kapasitelerinin yeterliliği kadar gerekli süt miktarının da yeterli olması gerektiği unutulmamalıdır. Bununla birlikte ihracata yönelik devlet teşvikleri konusunda katılımcıların beşte dördünün (%80) bilgi sahibi olmadığı belirlenmiştir. Bilgi sahibi olan katılımcı sayısı 14'tür. Katılımcılarla yapılan görüşmelerde ürünlerin iç pazarın taleplerine ancak cevap verebildiği, dış pazarlardan gelen taleplerin karşılanması için yeterli sütün olmadığı dile getirilmiştir. Dolayısıyla yeterli süt miktarı-

nın elde edilmesiyle birlikte ihracata yönelik eğilimlerin artabileceği öngörülebilir.

Sektördeki rekabetin boyutunun anlaşılmaya çalışıldığı bir diğer soruda ise yerel yani ülke pazarında var olan diğer illerde (Trakya, Muş, Iğdır vb.) üretilen kaşar peynirleriyle rekabet edebiliyor musunuz sorusuna katılımcıların %60'ı evet cevabını vermiştir. Geriye kalan katılımcılar ise (%40) rekabette zorlandıklarını belirtmişlerdir.

İşletmelerin kaşar peynirine yönelik gelecek projeksiyonlarının anlaşılmaya çalışıldığı bir diğer soruda, yurt içinde önümüzdeki yıllarda Kars kaşarına olan talebin artıp artmayacağına ilişkin beklentileri sorulmuştur. Buna göre katılımcıların beşte dördünden (%82,9) "evet talep artacak" cevabı alınmıştır. Artmayacağını düşünen katılımcı oranı ise %17,1'dir. Dolayısıyla gelecekte kaşar talebinin artacağına yönelik beklentinin yüksek olduğu söylenebilir.

İşletmelerin coğrafi işaret amblemini kullanıp kullanmadıklarına yönelik soruda %64,3'ünde bu amblemin kullanılmadığı, sadece %35,7'sinde coğrafi işaretli ürün ambleminin kullanıldığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle coğrafi işaretli ürünün işletmeye sağlayacağı katkıların iyi anlaşılmadığı sonucuna varılabilir. Zira coğrafi işaret, o bölgede yaşayan ve üretim açısından emek veren insanların emeklerinin karşılığını almanın yanı sıra yaşadıkları şehrin imajına da katkı sağlayan çok önemli bir göstergedir.

Bir diğer soruda ise coğrafi işaret tescili alındıktan sonra Kars kaşarına olan talep miktarında artış olup olmadığı sorulmuş, katılımcıların yaklaşık beşte dördünden (%81,4) evet cevabı alınmıştır. Buna karşın "Hayır" cevabı verenlerin oranı ise %18,6 olmuştur. Buradan hareketle coğrafi işaret tescilinin Kars kaşarına olan ilgiyi artırdığı düşünülmeye karşın, coğrafi işaretli ürünlerin satılması konusundaki istekliliğin aynı düzeyde olmadığı söylenebilir.

Süt ve süt ürünleri sektöründe bir örgütlenme (kooperatif, dernek vb.) teşebbüsü olduğunda üyeliği düşünüp düşünmeyeceklerine ilişkin soruya yaklaşık beşte dört oranında (%82,9) evet cevabı alınmıştır. Katılımcıların sadece %17,1'i üyelik düşünmediklerini belirtmişlerdir. Gerek üretim öncesi hammadde tedariki gerekse üretim sonrası satış çabaları açısından işletme sahiplerine avantaj sağlayacak mekanizmalara sahip bu tür birliklere katılımcıların ciddi bir gereksinim duyduğu açıkça görülmektedir.

Ürünlerinizin paketlenme-ambalaj malzemeleri (çuval, ip, karton, kontrplak, bez çanta vb.) kendi ilinizde üretilirse alır mısınız? sorusuna katılımcıların neredeyse tamamı evet cevabını verirken, sadece 1 katılımcı ithalata bağımlılığın yüksek olmasından dolayı Kars'ta üretimin imkansız olduğunu belirterek olumsuz yanıt vermiştir. Bu açıdan bakıldığında ürünlerin taşınması, korunması, ambalajlanması, sunulması gibi birçok aşamada gerekli olan paketlenme ve ambalajlama malzemelerine çok fazla gereksinim duyulmakta, bu gereksinimin karşılanması için yerelde üretim çabalarına işletmeler tarafından destek verileceği öngörülmektedir.

Göç olgusu özellikle son dönemlerde Kars ve Ardahan açısından ciddi bir soru-

na dönüşmüştür. Bu bağlamda köylerde yaşanan göçlerle birlikte temin edilen süt miktarına ilişkin soruya katılımcıların neredeyse tamamı (%94,3) göçlerle birlikte sütün miktarında da azalma olduğunu belirtmiştir. Sütün miktarındaki azalmadan etkilenmeyen işletme sayısı ise 4'tür (%5,7). Dolayısıyla köylerden kentlere doğru gerçekleşen göçlerle birlikte bölgenin temel geçim kaynağı olan hayvancılık sektöründe çalışan kırsal nüfus ciddi anlamda azalırken beraberinde süt miktarı da azalmaktadır.

## 4.2. Araştırmanın Nitel Görüşmeleri: Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Nitel verilerin toplanması esnasında katılımcıların vurguladığı temel konular belirginleşmeye başlamış, bu temel konularla ilgili detaylı bilgi edinme gereksinimi doğmuştur. Bu gereksinimden hareketle avans sistemi, hammadde (süt) yetersizliği, köylerin göç vermesi, insan kaynağı sorunu, yasal düzenlemeler ve denetim sorunları, teşvik/hibe programlarından kaynaklı sorunlar ve kurumların etkinliği, rekabet durumu, peynir altı suyunun değerlendirilememesi, finansman durumu, örgütlenme durumu, üretim durumu, ürün çeşitliliği ve verimlilik durumları, maliyet durumu, pazarlama, satış ve markalaşma durumu, talep ile ilgili beklentiler, teknolojik altyapı ve kapasite kullanım durumu, sosyal yapıyla ilgili durumlar, gelecekle ilgili beklentiler ile ilgili sorunlar ve çözüm önerileri başlıkları bağlamında derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Doğrudan sektörün içindeki katılımcılardan (işletme sahip ve yöneticileri) elde edilen bilgilerden oluşan bu bölümde kaşar işletmelerinin faaliyetleri, yaşanan sorunlar ve çözümleri açısından önem arz eden bir takım bulgulara ulaşılmıştır. Bu bilgiler konu başlıklarıyla aşağıda belirtilmiştir.

### 4.2.1. Avans Sistemi

Avans sisteminin ortaya çıkışıyla ilgili olarak deneyimli bir işletmeci tarafından geçmişten günümüze bir analiz ortaya konulmuştur. Geçmişte yoğun şekilde koyunculuk yapıldığı, göçer yayla sistemi bulunduğu ifade edilmiştir. Yaylacılıktan "zavot" denilen atölye üretimine (bir anlamda endüstriyel üretim) geçiş yapıldığı, o dönemde kaşar ve gravyer üretimi için inek sütüne gereksinim duyulduğu, hayvancılığın yapısal değişimi açısından "avans" adı altında inek parası verilmeye başlandığı belirtilmiştir. Dolayısıyla inek yardımı adı altında avans sistemi başlamış, süt almak amacıyla yapılan bu uygulamalarda bir kısım üreticilere inek, bir kısmına da süt üretimi için gerekli diğer gereksinimlerini karşılamak üzere para dağıtılmıştır. Zamanla özellikle hasat sonrası dönemde, üreticilerin tüm nakit gereksinimlerini karşılama arzularını gerçekleştirmeye olanak tanıyan doğrudan para dağıtım sürecine yönelik dönüşüm yaşanmıştır. Ancak 2005'ten sonra dengeler değişmiş modern mandıraların ve fabrikaların kurulması, sanayide toplanma gibi nedenlerle süt üretiminin üstünde kaşar ve gravyer üretim kapasitesinin oluşmasıyla "süt savaşları" başlamıştır. Sütün birçok yerden toplanması, farklı köylerden ve birden fazla işletmenin aynı köyden süt alma çabaları, köylülerin bu rekabeti kendileri açısından avantaja çevirmelerine neden olmuş, belki de işletmeler geçmişte az sayıdaki mandıracıların köylüden fazla kazanç elde etmiş olmalarının diyetini ödemeye başlamıştır. Sonuçta



günümüzdeki avans sistemi oluşmuştur.

İşletme sahiplerinin hemen hepsi avans sisteminin hem işletme sahiplerine hem de üreticilere zararı olduğunu belirtmektedir. İşletme sahipleri sermayelerinin ortalama %90'ını avansa ayırmak zorunda kaldıklarını, bu nedenle yenilikçi olunamadığını, yeni ürünlere yönelik bütçe ayıramadıklarını ifade etmektedirler. Yeni makine-ekipman alıp rekabetçi olunamamakta çünkü yeni teknolojiye yatırım yapılamamaktadır. Sermaye avansa ipoteklenmiştir. Süt üreticileri açısından da bu durum sorun olarak görülmektedir. Üreticilerin rehavete düştüğü, peşin alınmış para karşılığında süt verme konusunda rahat davrandıkları, vaat ettikleri belli miktardaki sütün üretimi açısından çok büyük çabalar harcamadıkları belirtilmektedir. Dolayısıyla o yıl yapılan anlaşmalara karşılık gelen süt yeterli miktarda üretilmemekte, diğer yıllara devredilmiş olmaktadır. Sonraki yılda da geçmiş yılın ücreti üzerinden süt borçlarını tamamlamak zorunda kalmaktadırlar. Bu da büyük finans kayıplarına yol açmaktadır. Yeterli miktarda süt olmadığından sürekli kısır döngüye girilmektedir. Avans sistemi süt miktarı artışını da engellemektedir. Çünkü üreticiler bir kısmını yavru hayvanlara, bir kısmını da işletmelere ayırma rahatlığına kavuşmuş olmaktadır. Dolayısıyla da bu durum işletmelere verilen sözün yerine getirilmesine engel teşkil etmektedir.

İşletmeciler sürekli olarak süt üreticilerine yüksek meblağlarda ödeme yapmakta ve üreticilerden alacakları kalmaktadır. Dolayısıyla işletmeciler yüksek riskler üstlendiklerini ifade etmektedirler. 2020 yılında 10 ton süt borcu olan bir üretici bu yıl yine avans istemektedir. Köylüye 5 milyon lira para veren bir işletmeci ancak 2.2 milyon liralık süt alabildiğini belirtmektedir. Bir diğer mandıracı ise *"Süt satın aldığım köylere 450 ton süt parası ödedim ancak 180 ton süt alabildim"* demektedir. *"Köylüye bir imza karşılığı 50 bin lira veriyoruz. Oysa aynı köylü bankaya gitse 50 bin lira kredi çekemez"* şeklindeki ifadeyle yine riskin yüksekliği belirtilmiş olmaktadır. *"Süt piyasası 2.5 ile 2.8 lira arasında yer alıyor, 100 kuruşta kendimiz fazladan verdik ancak yine de iki katı avans istediler. Haklarından fazlasını istedikleri halde vermek zorunda kalıyoruz çünkü eğer böyle olmazsa aynı köydeki diğer akrabaları da süt vermiyorlar"* şeklinde beyanlar da bulunmaktadır. Bu durumlardan dolayı bir işletmeci *"Hepimiz batmadıkça avans sistemi kalkmaz gibi görünüyor"* diyerek durumun vahametini ifade etmektedir. Ancak bir diğer işletmeci ise *"herkes avans sisteminin kalkmasını istiyor ancak avans zamanı yarış başlıyor"* diyerek durumun çıkmazını vurgulamaktadır.

İşletme sahipleri faaliyetlerini yürütebilmek için hammaddeye yani süte çok ihtiyaç duyduklarını, en mutlu oldukları günün ise avansları dağıtıp anlaşmaya vardıkları gün olduğunu belirtmektedir. Hatta tedarikçiyi kaçırmamak adına bir önceki yıl/yıllardan kalan süt alacağına rağmen yeniden avans vermek durumunda kaldıklarını, buna rağmen mutlu olduklarını ifade etmektedirler. Diğer yandan katılımcılar üreticilerden alınan süt karşılığı verilen avans sisteminin usandırıcı boyuta ulaştığını, avans alıp süt borcu olan üreticilerin bu borçları önemsemediğini, diğer tüm borçlarını hesaba kattıklarını ancak eledikleri ilk borçların ise verecekleri süt borcu olduğunu belirtmektedir.



Avans alıp söz verdiği sütü karşılamak hassasiyetinde olan bazı tedarikçiler/ üreticiler de bulunmaktadır. Bir katılımcı, üreticilerden bazılarının çocuğunun istediği bir bardak sütü dahi çocuğuna içirmeyebildiğini ifade etmiştir. Aslında üreticiler için söylenen “Babasına kıyar, danasına kıymaz” sözü konuyu iyi ifade etmektedir. Danalar satılıp süt üretimine ağırlık verilebilirse süt miktarı artar ve pazarlık güçlerini daha da artırmış olurlar denilmektedir.

Avans verilen üreticiler açısından yaşanan sorunlardan birisi de ÇKS (Çiftçi Kayıt Sistemi)’deki eksikliklerdir. Sisteme kayıtlarda beyanlar esas alınmakta, hayvan varlığı ve sahipliği aile içinde kolayca kaydırılmakta, sonraki yıl gidildiğinde avans verilen sorumlunun kâğıt üzerinde herhangi bir varlığı görünmediğinden zararın tazmini konusunda yasal yaptırımlar yapılamamaktadır.

İşletmeler avans vererek anlaştıkları üreticilerle uzun süreli çalışmaktadırlar. Şayet bu süreklilik olmazsa üreticilerin batabileceği, işletmelerin de mağdur olabileceği ifade edilmektedir. Çünkü söz verdiği miktarda sütü karşılayamayan üretici diğer bir işletmeye de borçlanınca herkes zarar görmeye başlar denilmektedir. İşletmeciler “*En büyük sorunumuz ‘hayali ticaret’ yapıyor olmamız, köylüye avans adı altında para dağıtılıyor ve bekleniyor*” diyerek avans sisteminin geldiği noktayı ifade etmektedirler. Avans sisteminin kalkmasının önündeki en büyük engelin büyük işletmeler olduğu, yüklü miktarda üretim yapan bu işletmelerin sütsüz kalmaktan çekindikleri ifade edilmektedir.

Avans sistemi görünüşte köylüler için avantajlı gibi görünmekte, üreticiler parayı toptan almakta, tüm gereksinimlerini bu şekilde karşılamaktadır. Ancak verebileceği sütün karşılığını aldığı halde fazladan para isteyebilmektedirler. İşletmeciler üreticilerin ne kadar süt verebileceğini bildiği halde yine de verebilecekleri süt miktarının bedelinin üzerinde istedikleri avansı vermek zorunda kalmaktadır. Çünkü verilmediği takdirde “*Başka mandıracıya giderim*” tehdidi ile karşılaşabilmektedir. Mecburen avansın verildiği, bu durumun ise işletmeleri sürekli sermaye eksiltmeye götürerek bitme noktasına getirdiği ifade edilmektedir.

Avans sistemi ve süt yetersizliği nedeniyle sürekli üretim yapılamadığı da belirtilmektedir. Üretilen ürünün ne kadar çok olursa olsun pazarının olduğu ancak avans sistemi, sütün azlığı ve süt miktarının düzensizliğinin uzun süreli ticari anlaşmaların yapılmasını engellediği ifade edilmektedir. Bu nedenle yani süt yetersizliği ve avans sıkıntısından dolayı bazı işletme sahipleri batı pazarına üretimlerini kaydırmayı düşünmektedir. Avans sisteminin 5-6 yıl daha belki devam edebileceği sonra bu sistemin otomatikman çökeceğini dolayısıyla işletmelerin şimdiden önlem almaları gerektiği vurgulanmaktadır.

Avans sisteminin dini açıdan da uygun olmayan bir sistem olduğu, belki de bundan dolayı bereketin kalktığı, “Uçan kuşa, denizdeki balığa, memedeki süte, tarladaki ürüne para verin” öğretisine uygun olmayan bir sistem olduğu da ifade edilmektedir. Erzurum taraflarında avans sisteminin 2010’lı yıllardan sonra kaldırıldığını, bu tarihten itibaren işletmelerin daha da büyüdükleri belirtilmektedir. Bir işletmeci de “*Avans sistemi kalkmalı, belli olmayan bir şeye para veriyoruz, manen*

sağlıklı olmayan bir işe başlanmış oluyoruz” demektedir.

İşletmecilere göre köylünün bankalara sürekli olarak borçlanması onları devamlı avansa yönlendirmektedir. Güz ayında köylü yapacağı bütün her şeyi avansa endekslemektedir. Düğününü, evinin eşyasını ve benzeri gereksinimlerini hayvanını satmadan karşılama imkânı elde etmiş olmakta, işletmelerden alınan avansla kredi taksitlerini ödemektedir. Ya da her zora düştüklerinde işletmecilere yönelmektedirler. Yakını ölen, hanımı ile tartışan, kızını evlendiren doğrudan mandıracıya koşmakta, avans istemektedir. Fakat kalan süt borçlarını önceki anlaşma fiyatları üzerinden ödeyerek aslında çok da kar etmiş olmamaktadırlar.

Avans sistemi, çoğu Kaşar işletmesinin sermaye alt yapılarının güçlü olmaması nedeniyle işletmelerin zor duruma düşmelerine de neden olmaktadır. Özellikle küçük işletmeler yeterli sermayeye sahip olmadığından dolayı kendi üretim yaptığı köyünden bile süt alamayabilirken, büyük işletmeler avans ile aynı köyden süt alabilmektedirler. Küçük işletme sahiplerinin beyanlarına göre büyük işletmeler küçük mandıraların büyümesine fırsat tanımamakta, yüksek miktarlarda avanslar vererek istedikleri yerlerden sütü alabilmektedirler. Küçük işletmeler ise güvene dayalı, senetsiz olarak sütü almaya çalışmakta, belli dönemlerde ödeme yapmaktadırlar. Üreticilerin işletme sahibine güvenmesi durumunda ince hesaplara girmediği, genelde güveni dayalı olarak ilişkilerini yürüttüklerini belirtilmektedirler. Bir kısım işletmeci ise avans sisteminin uzun vadede küçük işletmelerin kapanmalarına neden olabileceğini, işletmelerin kapanmasıyla üreticilerin büyük işletmelerin insafına kalmış olacağını, bu durumda üreticilerin de yaptıkları işi karlı görmeyince bırakmaya başlayacaklarını, sonuç olarak da büyük işletmelerin de zarar göreceğini iddia etmektedir.

Yukarıda avans sistemine ilişkin eleştiriler farklı işletmeciler tarafından değişik şekilde ifade edilmiştir. Ancak bazı işletme sahipleri de avans sistemine yönelik bir takım çözüm önerileri de getirmişlerdir. Bu öneriler aşağıda belirtilmiştir.

Bir kısım işletmeci süt aldıkları köylerde doğru yönlendirmeler yaparak, süt üreticilerinin elde ettikleri kazançlarını olabildiğince hayvan alımı yapmaları yönündeki tavsiyelerle artırdıklarını beyan etmiştir. Örneğin süt hayvanı sayısı açısından 5 yıl içinde 900 civarı ineği olan yerde üreticileri 1800 rakamlarına ulaştırabildiklerini belirtmektedir. Bazı yerlerde 450 ineği olan köyde sayı 870'e çıkarılabildiği belirtilmiştir. Bu süreçler yaşanırken avans isteyen üreticilere belirli şartlar çerçevesinde (hastası olan, kaza yapan vb.) ödeme yapılmıştır. Köylülerin altından kalkamayacakları ödemeler çıkınca (traktör alımları, üretim dışı alanlarda kullanım gibi) avans yerinde kullanılmamış olmaktadır. İşletmecilere göre ineğin süt geliri besi hayvancılığından daha fazladır.

Bir diğer öneriye göre kaliteli ve yeterli miktarda sütün üretilmesi halinde avansa da gerek kalmayacağı, aylık ödeme sistemine dönüleceği, dolayısıyla sermaye kaybı yaşanmayacağı belirtilmektedir. Süt yetersizliği için yapılan bir öneride her bir mandıracının en az 100 başlık çiftlik kurup kendi sütünü kendisi üretmesi gerektiği ifade edilmiştir. Tüm mandıracıların buna gücünün yetmeyeceği, ancak gücü

yetenlerin bu çiftlikleri kurmasının gerektiği belirtilmiştir. Diğer bir çözüm olarak da köylüye süt ineği hibe verilmesi ve kontrolü yapılması yönündedir. Bazı işletmeciler ise süt karşılığında köylüye avans olarak para yerine vadesiz yem verdiklerini belirtmektedirler.

Bazı işletme sahipleri de “Avansla çalışıyorum ancak hayvan sattırmıyorum” demektedir. Sütün kaynağının azalmaması açısından düvelerin ve ineklerin satılmaması yönünde çaba gösterdiklerini ifade eden işletme sahipleri temelden kaynağı korumaya çalıştıklarını, süt üreticilerinin köylerde hayvan sayılarını arttırmalarına yardımcı olduklarını belirtmektedirler. Asıl çözümün ise kooperatifleşme olduğu vurgulanmaktadır. Mandıracılar özellikle bu sene kuraklıktan dolayı normal şartlar altında 7. ve 8. aylarda başlayan avans vermeyi 6. aya çekerek birçok çiftçinin hayvanın bir kısmını satmak zorunda kalmamasına yardımcı olduklarını ifade etmişlerdir. Az sayıdaki bir kısım işletmeci ise avans sistemiyle çalışmadıklarını, sütü nakit aldıklarını bunun için de kilo başına 30-40 kuruş fazla verdiklerini ancak en azından istediği kadar süt alabildiklerini ifade etmektedir.

Avans sistemi kalkamıyorsa bile avansın yerinde kullanımının sağlanması gerektiği de belirtilmektedir. Avans yerinde kullanılırsa üreticinin lehine olacağı, kooperatifin olmadığı bu pazarda kredi veren bankaya faiz ödeme zorunluluğu ve tefeciye düşme derdinin kalmayacağı ifade edilmektedir. “Devletimiz süte ve köylüye teşvik vererek süt miktarını arttırmanın yollarını göstermelidir” denilmektedir.

Avans sistemine bir diğer çözüm olarak devletin bu sistemin kalkmasını istemesi ve sistemi kendisinin kurup yürütmesi gerektiği belirtilmiştir. İşletmeler kendi aralarında bunu yapamamakta, defalarca toplantı yapılmasına karşın avans sisteme yönelik bir çözüm henüz bulunmadığı ifade edilmektedir. Avans sistemi sorununun çözüm noktası olarak Valilik ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü görülmektedir.

Bazı işletme sahipleri de Batıda küçük girişimleri olduğunu, kendi küçük işletmelerini kurduklarını belirtmiştir. Bu işletmeler özellikle Trakya Bölgesi'nde bulunmaktadır. O bölgelerde üreticilerin işletme sahiplerinin peşinden koştuğunu, Kars ve Ardahan'da ise tam tersi, süt üreticisinin sürekli peşinden koştuğu ifade edilmiştir. Batı pazarında sütün karşılığının yarısı yem olarak kalanı ise 15-20 günlük çeklerle ödenebilmektedir.

İşletme sahipleri avans sisteminden dolayı görünmez ticaretin görünmez satışını verdiklerini belirtmektedirler.

#### **4.2.2. Hammadde (Süt) Yetersizliği**

İşletmecilere göre kaşar üretimi açısından bakıldığında en büyük sorunlardan biri de hammadde eksikliğidir. İşletmeciler “Hammadede savaş var” demektedirler. 60-50 yıla varan köklü bir mandıracılık olmasına karşın yılın 12 ayı süt elde edilememektedir, en büyük korkuları ise üretim yapabilmeleri için gerekli olan sütü bulamamaktır. Eski yıllara oranla süt miktarında 40-35% oranında düşüş olduğu, 1990 yılından beri süt alınan köylerdeki kapasitenin son yıllarda çok azaldığı ifade

edilmektedir.

Bir ay içinde 30 ton süt beklentisi olan bir işletmeci 12 ton elde edebildiğini, süt bulmada çok zorluk çekildiğini ifade etmiştir. Mayıs-Ağustos dışında süt miktarı dibe vurmaktadır. Geçmiş yıllarda akşam ve sabah süt alınabilirken son 2 yıldır sadece akşam sütü alınabilmektedir. Süt miktarı giderek azalmaktadır. Süt üretimi azalmakta ancak işletme sayısı artmaktadır. Bu durum süt miktarı azlığı sorununu giderek artırmaktadır. Özellikle 2021 yılında soğuk, kuraklık, hastalık vb. nedenlerle süt üretimi daha da düşük olmuştur. Geçmiş yıllara oranla ortalama yarı yarıya süt işleme olanağı azalmıştır.

İşletmecilere göre maalesef her geçen yıl köylerdeki koyun varlığı azalmakta dolayısıyla koyunun yağlı sütünden yararlanma olanağı da azalmaktadır. Yakın bir geçmişte koyun sütü de inek sütünün içine katıldığından 8 ya da 9 kilogram süttan 1 kilogram kaşar peyniri elde edilebiliyorken günümüzde ortalama 11 kilogram inek sütünden ancak 1 kilogram kaşar elde edilebilmekte, aksi halde peynirin çıkmadığı ifade edilmektedir.

Hammadde yetersizliği ihracatı da engellemektedir. İşletmeler iç piyasayı doyuramadıklarından dolayı dışarıya henüz ihracat yapmaya imkân bulamadıklarını, yani ellerinde yeterli mal olmadığını belirtmektedirler. Peynir üretimi açısından işletmelerin yeteri kadar kapasitesi bulunmakta ancak yeteri kadar süt bulanamamaktadır. Bazı işletme sahipleri 30-40 yıllık yerel (ülke içinde) müşterilerinin olduğunu, onların taleplerine ancak cevap verebildiklerini ifade etmektedir. Ancak kendilerinden kaşar alıp ihraç edenler olduğunu, hammadde yetersizliğinin yanında kendi altyapılarının olmamasının ve yol yöntem bilmemelerinin de ihracat yapamalarında etkili olduğunu belirtmektedirler.

Süt miktarının her yıl azalması nedeniyle geleceğe yönelik planlar da yapılamamaktadır. Sadece mevcut durumu koruyabilmek için uğraşı verilmektedir. Hammadde olan süt az olduğundan süreli üretim yapılamamakta, zincir mağazalara mal verilememektedir. Çünkü zincir mağazalar yılın 12 ayı mal istemektedirler. "Bu marketler ürünümüzü çok beğeniyorlar ancak sürekli olarak ürün almak istiyorlar" denilmektedir. Süt bulup kaliteli peynir yapıldığı zaman diğer peynirlerle rekabet etmenin kendileri açısından kesinlikle zor olmadığını ifade etmektedirler.

Sütün yetersiz olması hem bir sorun hem de çözüm olarak da görülmektedir. Çünkü büyük firmalar yeterli süt olmadığı için henüz Kars ve Ardahan pazarındaki işletmeler için tehdit değillerdir. Ancak bu durumun ne kadar süreceği henüz net değildir. Aslında süt yetersizliği her ne kadar üretim açısından bir sıkıntı ise de büyük firmaların Kars ve Ardahan'a gelmesini de engelleyen bir konudur. Süt miktarını yeterli görmediklerinden dolayı şu anda Kars ve Ardahan'a yatırım yapmamaktadırlar. Aksi halde ulusal çapta firmaların Kars ve Ardahan pazarına girmesinin mandıracılara çok büyük zarar verebileceği düşünülmektedir.

Sütün eksilmesinin bir nedeni de üreticilerin sütün çok fazla para etmediğini düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Etin daha çok para kazandırdığını düşündük-

lerinden et besiciliğine doğru yönelme olmakta, dana para edince de sütü işletmelere vermeyip buzağıya vermektedirler. Süt üretimi yapan köylüler sattığı sütün karşılığını alamadığını düşünmektedir. Çünkü süt üretimi çok meşakkatli bir ortamda yapılmakta, çok emek verip çok az kazanç elde ettiklerini düşünmektedirler.

Bir kısım işletme sahipleri ise Erzurum, Erzincan ve Sivas'ta sanayi sütü yani endüstriyel sütün (büyük çiftliklerde üretilen süt) bulunduğunu ancak Kars'ta bulunmadığını belirtmiştir. TKDK destekli yapılan büyük ölçekli ahırların bu amaca hizmet edemediğini, Sarıkamış-Kars arasındaki çiftliklerde maalesef ya hayvan olmadığını ya da çok az bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Yukarıda ifade edilen tüm bu sorunlara karşın birtakım çözüm önerileri de sunulmaktadır. İşletme sahipleri tarafından sunulan öneriler aşağıda yer almaktadır.

İşletmecilere göre, madem süt miktarı yetersiz o zaman köylü bu açıdan güçlendirilmelidir. Üreticilerin yaşam şartlarını (ev, ahır vb.) iyileştirici desteklerin sayı ve çeşidi artırılmalı (sıfır faizli krediler gibi) ve takipleri yapılmalıdır. Hane başına 2 ya da 3 süt ineği verilerek her sene 1 tane dana geri alınabilecek şekilde geri dönüşümü olan ve sütçülüğün sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak bu ve benzeri çözümler üretilmelidir.

Bir diğer öneri de ise yem fiyatlarının düşürülmesi, köylerde süt besiciliği yapan üreticilere süt hayvanı desteği verilmesi tavsiye edilmektedir. Yani hammaddeyi çoğaltacak çabalara gereksinim duyulduğu belirtilmektedir. Bir kısım işletme sahipleri de *"Biz devletten para istemiyoruz. Köylüye de doğrudan para verilmesin ancak hayvan ya da makine-teçhizat verilip takibi yapılsın. İstihdam imkânları oluşturulsun, süt olmadıktan sonra ben desteği ne yapabilirim ki!"* demektedirler.

İşletmelerin sürdürülebilirliği açısından işletmelerin kendi sütlerini üretmesinin önemli olduğu, bu yönde çabalar gösterilmesi gerektiği belirtilmektedir. Sadece bununla yetinmeyip hammaddeden pazarlamaya kadar olan sürecin elde tutulmasının işletmelere fayda sağlayacağı ifade edilmektedir. Sütün çok yetersiz kaldığı zamanlarda ise yakın illere müracaat edilip oranın köy ve ilçelerinden de takviye yapıldığı da ifade edilmektedir.

### 4.2.3. Köylerin Göç Vermesi

Genel sorun olan göç hem Kars'ta hem de Ardahan'da önemli bir sorun olarak görülmektedir. Köylerden ciddi bir genç göçü vardır. *"Köylerde gençler durmuyor ve süt üretim işine sahip çıkmıyor"* denilmektedir. Genç iş gücü sürekli azalmakta ve bu durum süt miktarı açısından endişe verici olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla yerinde çözümler geliştirilmesi önemli görülmektedir. Genç erkeklerin çoğu köylerde yaşamayı tercih etmemekte, genç kızlar ise köy koşullarında yaşamak istemediklerinden dolayı köylerden gelen evlenme tekliflerine karşı direnç göstermektedir. Süt üretiminin devamı açısından arkadan gelenler bu işe çok fazla sahip çıkmamaktadır. Yerelde aşiret olarak ifade edilen ve Kürt vatandaşlarımızın ikamet ettiği köylerde göç miktarı görece olarak daha az miktardadır denilmekte ve "mor-

bet” olarak tabir edilen ev halkı ile (kız çocuklar, erkek çocuklar vb.) işler yürütülebilmektedir. Ancak Türk vatandaşlarımızın yaşadığı ve üretim yaptığı köylerde göçün daha fazla olduğu bu nedenle de bu köylerde süt miktarında daha fazla azalma yaşandığı ifade edilmektedir.

Köylerden çok fazla göç olması süt miktarını da çok etkilemektedir. İşletmeciler “Köyler çok fazla göç veriyor, önceden 6 ton süt aldığımız köylerin bazılarında şimdi ancak 600 kilogram süt alabiliyoruz. 77 müstahsil varken bu 42’ye düşmüş, hem hane sayısı azalıyor hem de hayvan sayısı azalıyor. Süt hayvancılığı gerilerken besi hayvancılığına dönülüyor” şeklinde ifadelerde bulunmaktadır. Yaklaşık 400 köy varsa çoğunun mandıracılar ile çalıştığı ancak merkeze uzak olan köylerin daha çok göç verdiği, bunun nedeni ise uzak köylerde yaşayan köylülerin ürünlerini değerlendirmekte daha fazla zorlanması olduğu gösterilmektedir.

Anılan bu sorunlarla birlikte işletmeciler tarafından birtakım öneriler de getirilmiştir. En belirgin öneri ise gençlerin bu işe teşvik edilebilmesi açısından sigortalıların gerektiğidir. Sigortayı gelecek için bir teminat olarak gören ve bu nedenle ilçe ve genellikle de şehirlerde çalışmayı seçen gençlere bu imkân tanındığında ve özellikle de eşleriyle birlikte sigortalandıklarında (İl Tarım ve Orman Müdürlüğü tarafından) sütçülük mesleğine ilginin artacağı öngörülmektedir. Bir diğer öneride ise hayvan sağım ve bakımı açısından alet ve ekipman desteklerinin verilmesi, sağım ve bakım işlemlerinin kolaylaştırılması yönündeki faaliyetlere ağırlık verilmesidir. Meşakkatli her bir işlemi kolaylaştıracak çabaların köyün cazibesini artıracığı belirtilmektedir. Konu ile ilişkili diğer bir takım önerilere ise sosyal yapı ile ilgili kısımda yer verilmiştir.

Her geçen yıl hayvancılık ile uğraşmak isteyen insan ya da aile sayısının azalmasına karşın işletmeciler Kars ve Ardahan’daki mandıracıların ekonominin motivatörü olduğunu, hem köylülerin geçiminin sağlanması hem de göçün artmaması için temel teşkil ettiklerini belirtmektedir.

#### 4.2.4. İnsan Kaynağı Sorunu

İşletme sahiplerinin hemen hepsi bütün iş kollarına yönelik nitelikli eleman sorunu yaşandığını belirtmiştir. İş bilen eleman sıkıntısı, avans sistemi, gelecek neslin bu işi sahiplenmemesi sorunlarından dolayı yatırımlarını Kars ve Ardahan’a yapmakta kararsız olduklarını ifade etmişlerdir. En fazla nitelikli usta bulmakta zorluk yaşanmaktadır. Usta ve vasıflı işçi gereksinimi çok fazla olmakla birlikte özellikle mandırada çalışma deneyimi olan işçiler işletmeler için çok önemli görülmektedir.

Altın yetişen ustanın olmadığı, mevcut ustalarla işler yürütülse de usta sıkıntısının bulunduğu, bu sıkıntının ileriki zamanlarda daha da artacağı düşünülmektedir. Bu duruma çok içerleyen bir işletmeci “Eski ustalara Allah rahmet etmesin, çünkü kendinden sonrakilere ustalığı öğretmediler” demektedir. Usta bulmakta zorlanılmakta, birkaç yıla kadar usta bulabilecek miyiz endişesi yaşanmaktadır. Peynir ustalarının bir kısmının süt sistemine adapte olduğu, avans sistemi gibi çalışmak istedikleri belirtilmektedir. Bir kısım çalışanların maaşlarını avans sistemine ben-



zer şekilde önceden almakta olduğu ama sezon açılınca da türlü bahanelerle işe gelmediği, çünkü parayı harcadıklarını sonra da başka işte çalışıyor oldukları ifade edilmektedir. İşletmeciler kaliteli ustayı kaptırmamak için mecburen önceden peşin ödeme yaptıklarını, 4 aylık ücretini peşin ödediklerini, bazı ustaların ücreti peşin aldığı için devamsızlık konusunda türlü bahaneler ileri sürebildiklerini belirtmişlerdir.

İşletmelerin insan kaynağı açısından yaşadığı en büyük sorunlardan biri de teknik personel bulma zorluğu ve vasıfsız işçi sorunudur. İş-Kur yönlendirmesiyle gelen elemanlar devamlı statüde çalışmak istememekte, işin zorlukları karşısında (ıslak zeminde çalışma, süt kokusu vb.) işi bırakabilmektedir. Zorunlu olarak Afgan vatandaşlarla çalışmak durumunda kalınmaktadır. Afgan çalışanlar olmazsa sanayideki işlerin sekteye uğrayacağı diğer işletme sahiplerince de belirtilmektedir. Dikme, Çakmak ve Boğatepe köylerinden olan çalışanların görece olarak işe daha fazla sahip çıktığı ancak işi öğrenince marjinal mandıralar kurmaya başladıkları ifade edilmektedir.

İnsan kaynağı sorununun giderilebilmesi açısından Afganlar vasıfsız işçi olarak büyük katkı sunmakta, hem çalışkan hem dürüst oldukları belirtilmektedir. Köylerdeki tüm işlerde ahırlarda, pompacıda, fabrikalarda her yerde çalışmaktadırlar. İşletmeciler "Afganlar olmasaydı köylerde üretim çoktan bitmiş olurdu. Afganlar her yerde işimize yarıyor. İşleri temiz ve çok çalışkanlar. Eğer Afganlar olmazsa hayvancılık da yapılmaz. Yöremizdeki çobanların hemen hepsi Afganlardan oluşuyor" demektedirler. Afgan çalışanların ikamet ve yemek gereksinimleri hayvan sahiplerince karşılanmakta, aylık olarak da belirli bir maaş ödenmektedir.

Belirtilen sorunlarla birlikte bir takım işbirlikleri ve geleceğe yönelik öneriler de belirtilmiştir. Personel alımı konusunda mavi yakalı personelin iş yapabilirliğine bakılmaktadır. Yeterli düzeyde eleman bulunamadığından eğitim düzeyi vb. kriterlere bakılmaksızın işe alım gerçekleşmektedir. Beyaz yakalılarda ise daha eğitilmiş bireyler istihdam edilmektedir. Makine ve ekipmanlar için teknik elemana gereksinim duyulmaktadır. Makine ekipman arızalarında (şehir dışından usta gelinceye kadar ürünün bozulacağı, örneğin sütün proses tankında uzun süre bekleyemeyeceği gibi nedenler) teknik açıdan yakın firmalarla dayanışma içine girildiği belirtilmektedir.

Ustaların istikrarlı çalışmalarının sağlanması açısından haklarının korunması çok önemlidir. Bu şekilde bu işin devamlılığı sağlanabilir. Bazı işletmelerde kaliteli ve kilit personel 12 ay boyunca istihdam edilmektedir. Diğer personel sezonluk istihdam edilebilir (özellikle şoförler). Vasıfsız çalışanların kendi köy işi dışında işleri olmasından dolayı süt toplama sezonunda çalışmanın onlar açısından da uygun olduğu belirtilmektedir. Her iki taraf bu durumu kabullenmiş görünmektedir.

Usta yetiştirme konusunda gerekli bazı eğitimlerin düzenlenmesi de önerilmektedir. Usta yetiştirme programı daha önce kâğıt üzerinde tasarlanmış olsa da alaylı ya da geleneksel diye tabir edilen ustalar tarafından uygulamalı eğitimlerin verilmesi beklenmektedir. Belli deneyime sahip ustalar tarafından bu eğitimlerin

verilmesi, ustalık konusunun teşvik edilmesi, günlük ücretlerinin ödenmesi, ustalık belgesi almaya hak kazanan usta adaylarına verilecek sertifikalara eğitim veren ustaların isimlerinin konulması da diğer önerilerdendir.

Çalışan personel ve çalışma potansiyeli olan personel adaylarının belli periyodlarla eğitime tabi tutulması tavsiye edilmektedir. Uygulamalı eğitimlerin üretim tesislerinde, teorik eğitimlerin ise Halk Eğitim Müdürlüğü bünyesinde yapılabileceği belirtilmektedir. Halk Eğitim Merkezi tarafından verilen kurslara “Kaşar Yapım Kursu” da eklenmeli yanı sıra kaşar üretiminin her sürecine yönelik eğitim modülleri de hazırlanmalıdır. Yine ara eleman gereksinimini karşılamak üzere eğitim programları düzenlenmelidir.

#### 4.2.5. Yasal Düzenlemeler ve Denetim Sorunları

İşletme sahipleri İl Tarım ve Orman Müdürlüklerinin daha faal hale getirilmesi ve işleri daha hızlı yürütebilmesi gerektiğini arzu etmektedir. İl Tarım ve Orman Müdürlükleri Kars ve Ardahan’daki işletmelerin ürünlerinin yanı sıra diğer illerden gelen (İğdır, Erzurum, Muş, Ordu, Samsun, Amasya gibi) kaşar peynirlerini de denetlemelidir. Yerel işletmelerin bir kısmı diğer illerden gelen ürünlere kendi etiketlerini basarak Kars Kaşarı adı altında satabilmektedir. İşletme sahiplerinin savundukları bir diğer durum diğer illerden gelen kaşarların denetime tabi tutulmaksızın müşteriye doğrudan satılabilmesidir. *“Fason ürün sözleşmelerine” uyulmak şartıyla bu tür işlemlerin yapılabilmesi ancak “işletme numarasıyla” yapılmayan satışların olumsuzluklarının Kars Kaşarı aleyhine tutumların oluşmasına neden olduğu belirtilmektedir.*

Az sayıda Ardahan işletmecisinin yanında ağırlıklı olarak Kars’taki işletme sahipleri iç piyasanın korunması adına özellikle İğdır kaşarının kayıt dışı satışının kontrol altına alınmasını ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü denetimlerine bu ürünlerin dâhil etmesi gerektiğini belirtmektedir. *“Ordu, Samsun, Amasya, Erzurum ve İğdır’dan ilimize kaşar peyniri gelmektedir. En yüksek miktarda kaşar gelen İl İğdır’dır (ortalama %80). Ancak genelde kuru haşlama yöntemiyle hazırlanan peynirler gerçekte kaşar değil eritme peynirdir. Gerçek kaşar sulu haşlama yöntemiyle yapılır. Gerçek olmayan kaşar peynirlerinin tespiti için haftada bir gün perakende satış işletmelerinden numuneler alınabilir. Üretim yapan işletmeler denetimlere tabi tutulurken perakendeci işletmelerin de denetimleri yapılmalıdır”* şeklinde beyanlarda bulunmaktadır.

Süt toplayıcılarının denetlenmesi konusunda da önerilerde bulunan işletme sahipleri “İlçelerde kaç kişi süt topluyor, kaç kişinin müstahsili var araştırılmalı. Böylece kayıt dışı çalışanlar ortaya çıkarılmalı” demektedirler. Süt toplayıcısı olmayan kişilerin köylerden süt topladığını, işin ehli olmayan bu insanların denetlenmesi gerektiği ve süt toplama sertifikalarına bakılmasının önem arz ettiği savunulmaktadır.

İl Tarım ve Orman Müdürlüğü’nün küçük mandıralarla birlikte kayıt dışı çalışan kişileri de denetlemesi gerektiğini söyleyen küçük işletme sahipleri de fason

ürün satımlarında sonuca götürecek stratejiler izlenmesinin önemli olduğunu yani o markayı satana değil üretene ceza yazılması gerektiğini belirtmektedirler. Bir değer öneri de ise ilçe tarımdan gelen görevlilerin sadece ceza yazmak yerine yönlendirici bilgiler vermeleri, pozitif ayrımcılık bağlamında küçük işletmelerin haklarını koruyucu çabalar içinde bulunmaları gerektiği vurgulanmaktadır.

Hayvan barınaklarının Avrupa Birliği standartları çerçevesinde hatta belki de onun üzerinde iyileştirilmesi, ahır sisteminin iyi düzenlenmesi, ahırın konumundan hayvanın sağlıklı barınma koşullarına kadar her şeyin iyi düşünülmesi gerektiği savunulmaktadır. Bir kısım işletmeciler de bunun yanı sıra Organize Sanayi Bölgesi'nde yer almanın denetime tabi tutulmasını, yani arazi satın alanların üretim yapmaması halinde neden üretim yapmadığının sorulması gerektiğini belirtmektedir. Bu çabaların üretim amaçlı olmayan arazi alımının önüne geçilmesinde etkili olabileceği ifade edilmektedir. Hayvan sayılarının tespitinde beyanların değil yerinde sayımla denetlemenin yapılması gerektiği belirtilirken, hayvan varlığı denetimleriyle ortaya çıkarılan yanlış beyanlara caydırıcı yaptırımlar uygulanması istenmektedir.

Satış ofislerinin rutin ve nitelikli şekilde denetlenmesi gerektiğini belirten işletmeciler denetime tabi tutulacak numunelerin denetleyiciler tarafından rastgele ve bizzat alınmasını, yönlendirici numunelerin yani satışıçıların kendileri tarafından verilen numunelere itibar edilmemesi gerektiğini belirtmektedirler.

İşletme sahipleri lojistik merkezi ve tren olanaklarından da yararlanmak istemektedirler. Ancak et ve süt ürünlerine yönelik mevzuatın buna olanak tanımadığını ifade etmekte, ihracat yapmak istediklerini ancak gerekli prosedürleri bilmediklerini ifade etmektedirler. Süreçlerle ilgili yönlendirmelere gereksinim duymaktadırlar.

Bir kısım işletmeciler ise elektronik ortamlarda (TV, internet, sosyal medya vb.) tereyağına yönelik olumlu beyanların tereyağına olan talebi artırdığını ancak fırsatçılar tarafından sahte ürünlerin de pazara sokulduğunu iddia etmektedir. Bu durumun zamanla tüketicilerin güvenini sarstığını, dürüst çalışan işletmeleri de zan altında bıraktığını dolayısıyla kaşarla birlikte bu ürünleri satan işletmelerin tüm ürünleri açısından olumsuz imaj oluşturduğunu ifade etmektedirler.

İşletmecilerin beyanlarına göre İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün mevzuatından dolayı köylerden süt alımı esnasında teleme yapılamamaktadır. Teleme yapılması ve teleme yapılarak taşınması önemli görülmektedir. Süt çok fazla seyahat ettirildiğinde "yoğun bakım hastası gibi oluyor" denilmekte ve sütün köylerde peynir yapıp taşınmasının kaliteyi ve verimliliği artıracığı ifade edilmektedir. Bazı işletme sahipleri ise İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün yapmış olduğu denetimler sırasında rehberlik hizmeti de almış olduklarını, denetleyicilerin doğru yönlendirmeleriyle yanlışlarını düzelttiklerini ve faaliyetleri açısından faydasını gördüklerini belirtmişlerdir.

#### 4.2.6. Teşvik/Hibe Programlarından Kaynaklı Sorunlar ve Kurumların Etkinliği

Kars ve Ardahan'daki mandıracılığın sürdürülebilirliğinin sağlanması için mandıracılık geçmişi olan ya da mandıracılığı bilen bireylerin desteklenmesi istenmektedir. Teşviklerde önceliğin işletmeleri yürütebilme yeteneği olan bireylere verilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Proje yazabilen ancak üretim deneyimi olmayan işletmecilerin piyasaya girmesinden sonra süt sisteminin dengelerinin bozulduğu, üretim yapılmaya çalışılsa da çoğunun işleri yürütemediği ve bir kısmının işletmelerini elden çıkarmak zorunda kaldıkları ifade edilmektedir.

Bir kısım işletme sahiplerine göre fındık ve benzeri ürünler için sağlanan teşviklerin kaşar peyniri içinde uygulanması ve süt üreticisinin acilen desteklenmesi gerekmektedir. *"Bu bölgedeki hayvan yeterince doymuyor, diyetinde gibiler"* denilmektedir. Her bir ilçeye çiftlik yaptırılması ve bu çiftliklerin büyük çaplı olması gerektiği de belirtilmektedir. Bu çiftliklerde büyük ölçekli süt üretimi yapılması ancak ısrarla hayvancılıktan anlayanların çiftliklerle uğraşması istenilmektedir.

İşletmeler açısından makine-ekipman boyutu ile yeteri kadar teşvikin olduğunu düşünen bir kısım işletme sahipleri bu teşviklerin üreticilere de yansıtılması gerektiğini düşünmektedirler. Teşviklerin özellikle üretim yapan süt üreticilerine, doğrudan köylerde süt besiciliği yapan küçük ve orta ölçekli ahır sahiplerine verilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Devletin teşvik olarak verdiği dana parasının isabetli bir karar olduğunu ancak mazot ve gübre desteği verilmemesi gerektiği düşünülürken gerekçe olarak bu desteklerin gerektiği yerde kullanılmaması gösterilmiştir. Teşvik ve desteklerin özellikle köylüye yönelik olması en önemli konudur.

Bir diğer konu ise çok hisseli ya da küçük parselli arazilerdir. Hayvancılıkla uğraşan ailelerin bir kısmının aileden kalma parçalar halinde arazileri bulunmaktadır. Kendilerine ait olan bu küçük bölümler nispetinde teşvik ya da yardım alabilmektedirler. Toprak tahsisli desteklerin yeterli miktarda olmaması nedeniyle de işlerini sürdürememekte ve ahırlarına kilit vurmaktadırlar. Bu gerekçelerle ete ve süte göre doğrudan destek verilmesi gerektiğini düşünmektedirler. *"Devletin teşvikleri var ama tapu sorunumuz da var. Tapu hisseli olduğundan teşvik alamıyoruz. Mandıramız var ama toprak tapumuz eksik olduğundan mülkiyete, ipoteğe göre teşvik verilmesi gerekiyor"* ifadelerinde bulunmaktadır. Genellikle küçük üreticiler çok hisseli araziler üzerine kurulmuş mandıralarda faaliyetlerini yürütmektedir. Mandıralar ve ikamet edilen evler kendileri tarafından yapılmış ve kendilerine ait olmasına rağmen, sermaye yetersizliği nedeniyle mandıraların, üstünde kurulu olduğu hisseli arazileri satın alamadıklarını belirtmektedirler. Arazi tapuları kendi adlarına olmadığından desteklerden yararlanamadıklarını desteklerin mandıraların binasının, evlerinin ya da kullanılan malzemelerinin ipoteklenerek verilebileceği önerisinde bulunmaktadır. Teşvik sisteminin küçük işletmeleri kalkındıracak şekilde yeniden şekillendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Çünkü öz sermaye çoğunlukla avans için ayrıldığından büyüyebilmek için projelerde öngörülen maliyetlere bütçe ayrılmamaktadır.

Bir kısım işletme sahibi ise hayvan desteği, düşük faizli kredilerin arttırılması ya da doğrudan para vermek yerine traktör, tarım takımları vesaire gibi aletlerin (balya vb. için) düşük ücretlerle temin edilmesi veya kalan borçların devlet tarafından ödenmesinin üreticiler için çok iyi olacağı vurgulanmaktadır. Satın alınması sağlanan malzemelerin satılmaması için de ekonomik ömrü kadar elde tutulmasının zorunlu tutulabileceği tavsiye edilmektedir. Yerinde üretim yapan işletmelere “*yerinde üretim yapmaları şartıyla*” vergi oranlarında kolaylık sağlanması (%2 gibi), mazot desteğini istismar edenlere ağır cezalar verilmesi ve mazot desteğinin üretim amaçlı kullanılmasının sağlanması da öneriler arasında yer almaktadır. “*Hayvanlara yem elde edebilmek adına tarlalar üreticiler tarafından kiralanıyor ancak devlet tarafından verilen teşvikler tarla sahiplerine gidiyor. Dolayısıyla asıl tarlayı kullananlar ya da işleyenler hem tarla kirası veriyor hem de desteklerden yararlanmıyor. Bu konu çözüme kavuşturulmalıdır*” denilmektedir. Özellikle üreticinin süt verimini arttırıcı projelerin hayata geçirilmesinin gerektiği belirtilmektedir.

Diğer bir kısım işletme sahibi ise SERKA ve TKDK desteklerinin küçük üreticiler için uygun olmadığını, uygun bir forma sokulabileceğini ifade etmekte, “*Çok nitelikli projeler hazırlatma imkânımız olmasına karşın maalesef geçmeyeceği ya da yapacağımız masrafların boşa gideceği kaygısıyla TKDK, SERKA ve benzeri kurumlara proje başvurusunda bulunamıyoruz*” demektedirler. İl Tarım ve Orman Müdürlüğü’ne ya da ilgili kurumlara bağlı yerlerden işletmelerin seçilmesi, bu işletmeler seçilirken de faaliyet sürelerine, iş yapabilirliklerine, işi sürdürebilme yeteneklerine ve benzeri kriterlere bakılarak teşvikler verilmesi önerilmektedir. SERKA, TKDK ve KOSGEB gibi kurumların büyümeye istekli küçük işletmeler için ayrı bir çağrıya çıkmaları gerektiği belirtilmektedir.

Bir kısım işletme sahibi de TKDK tarafından verilen desteklerin önemli ve doğru destekler olduğunu ancak günün gereklerine uygun şekilde revize edilmesini gerektiğini belirtmiştir. Yem eksikliği olan bir ilde çoğunlukla ahır desteği verilmesi tek başına yeterli değildir. Küçük işletme sahiplerinden bazıları KOSGEB’den destek aldıklarını ancak 3 yıl Bağ-Kur’lu kalma zorunluluğunun şart koşulduğunu, kışın çok fazla kaşar üretimi olmadığından şehirde başka işlerde çalışmak zorunda kaldıklarını ve maliyetlerini kısmak adına Bağ-Kurlarını askıya almak zorunda olduklarını, KOSGEB desteğinde vergi kesintilerinin büyük sorun olduğunu belirtmektedirler.

Diğer bir kısım işletme sahibi de süt müstahsilliği sisteminin yeniden revize edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Müstahsil onaylarının süt birliğine onaylatılmasının yük getirdiği bununla birlikte üreticiye yönelik süt teşviklerinin artırılması gerektiği belirtilmektedir. Süt teşviklerinin artması süt üreticilerine avantaj sağlayacaktır. Üreticiler bu avantajdan yararlanmak için müstahsillerin doğru kayıt tutmaları yönünde takipçi olacaklardır. Bu tür önlemlerle yapılan beyanlara göre teşvik alınabileceği, yüksek vergi ödememek için de müstahsillerin yüksek miktar beyanlarında bulunamayacakları (örneğin 120 kg alınan süt 122 olarak kaydedilmemiş olacaktır), sistemin kendini kontrol edebileceği iddia edilmektedir. Son olarak teşvik veren kurumlarda çalışan uzmanların nitelikli ve tatmin edici bilgi vermesi gerektiği, yanlış veya eksik bilgilerle işletmelerin maalesef mağdur olabildikleri belirtilmektedir.

#### 4.2.7. Rekabet Durumu

İşletme sahipleri hem sütte hem de peynirde kendi içlerinde çok fazla rekabet bulunduğunu ifade etmektedirler. İşletmeler arası rekabetin günümüzde geldiği boyutta yerelden birinin iş yapması ve büyümesi konusunda isteklilik bulunmadığı da belirtilmektedir. Bir işletme sahibi bu durumu “ *Farklı bir rekabet ortamımız var. Mandıracılar kendi aralarında birbirlerine açık olmadıklarından dolayı (çünkü üretim için gerekli sütü bulmak için köylülerle olan görüşmeler gizli yapılıyor) köylüler aynı ürün için farklı mandıracılarla görüşmeler yapabiliyor*” şeklinde ifade etmektedir. Köylülerle yaşanan bu durumun benzeri diğer illerden gelen kaşar peynirleri açısından da yaşanmaktadır. Birkaç işletmeci, işletmelerin kaşara gereksinim duydukları zamanlarda lğdır›dan pahalıya kaşar almasına karşın, fiyat açısından daha uygun olsa da Kars’ta üretim yapan işletmelerden ürün almadığını iddia etmektedir. Aynı söylemlere Ardahan’daki bir kısım işletme sahiplerinde de rastlanılmıştır. İşletmeciler ildeki kaşar yeterli miktarda olmadığından diğer illerden pahalıya ürün alınmasına rağmen, Ardahan’daki kaşar işletmelerinden ürün almayan Ardahan işletmecileri olduğu belirtilmiştir.

Özellikle Kars’taki eski kaşar işletmelerinin temel sorunlarından bir tanesinin de büyük balıkların küçük balıkları yeme arzusu olduğunu söylemektedirler. İstanbul piyasasına yönelmiş büyük işletmelerin tüm sütü kendilerine bağlamaya çalıştığını, dolayısıyla süt tedariki için neredeyse yarış yapıldığını ve bu nedenle de avans sistemine katlanıldığını belirten küçük işletme sahipleri büyük hacimli iş yapan fabrika sahipleri ile rekabet edemediklerini, büyük işletmelerin sermayelerinin güçlü olduğunu, köylülerin avans sisteminde onları tercih ettiklerini belirtmektedir. İşletmelerin süt alırken birbirlerinin köyüne girdiklerini ve dolayısıyla rekabet oluştuğunu, süt fiyatının da arttığını ifade etmektedirler. Köylerden tek mandıra süt aldığı anda uygun fiyata alınabildiğini ancak bir köye birden fazla mandıra girdiğinde rekabetten dolayı süt fiyatının artmaya başladığı ifade edilmektedir. Küçük işletmeler ya da mandıralar varlığını sürdürülemede çok zorlanmaktadır. Perakende mağazaları açarak sıcak para girişi sağlamaya çalışmaktadırlar. Toptan satışın yarısını perakendeye kaydırarak ödemelerini kolaylaştırmaya ve rekabet etmeye çalıştıklarını belirtmektedirler.

Bazı işletme sahipleri birçok yerde “Boğatepe” ismi kullanıldığı için bu ismin altının boşalmaya başladığını, Boğatepe Köyü’nün ismini kullanarak fason ürünler satan işletmelerin hem Boğatepe’nin hem de Kars Kaşarının ismine ve kalite algısına zarar verdiğini belirtmektedir. Diğer bir konu da marjinal mandıralarla ilgilidir. Bir kısım işletmeci köylerdeki mandıraların diğer ismi ile marjinal mandıraların fabrika oluşumuna ve fabrikaların gelişimine engel olduklarını dolayısıyla da sektörel gelişimi engellendiğini düşünmektedir. Marjinal mandıraların maliyet avantajı bulunduğunu, girdi maliyetlerinin düşük olduğunu (örneğin; ev tipi elektrik kullanmaları, kayıt dışı istihdam sağlamaları, vergilerden muaf kalmış olmaları gibi) bu nedenle rekabet avantajı elde etmiş olduklarını belirtmektedir. Bu durum kayıtlı işletmelerin aleyhine bir durum oluşturmaktadır.

lğdır›ın taze ürünlerde (taze kaşar vb.) ve paketlemede Kars ve Ardahan paza-



rını zorladığı, Iğdır'dan gelen ürünlere Iğdır markaları vurulması gerektiği de belirtilmektedir. Böylece tüketicinin Kars kaşarı ve Iğdır kaşarı ayırımını yapabileceği önerilmektedir. Iğdır kaşarından dolayı sön dönemlerde üretimden satışa doğru bir kaymanın söz konusu olduğu yani taze kaşarın Iğdır'dan getirilip Kars ve Ardahan'da satılmaya başlandığı ifade edilmektedir. Iğdır'dan gelen ürünlerin renk, ambalaj ve fiyat konusunda albenisinin olduğunu, bu yüzden tüketiciler tarafından tercih edildiği belirtilmektedir.

Kars ve Ardahan'daki bir kısım işletmelerin katkılı ve ucuz fiyatlı ürünler satarak piyasayı düşürdükleri de iddia edilmektedir. Standartlara uygun kaşar yerine toptancıların ucuz kaşar siparişi verdikleri, *"Ben de nasılsa börekçiye satacağım"* dedikleri belirtilmektedir. Dışarıdan gelen ürünlerin işletme sahiplerini çok yorduğu, bu hileli ürünlerin bazı üreticileri de hile yapmaya yönlendirdiği de ifade edilmektedir.

Coğrafi işaretle kaliteyi koruyarak (sınırlı yapılan üretimler, 40 gün beklemek, kotalı üretim ve benzeri gibi çabalarla) kaşar peynirin getirisini arttırmak gerektiğini düşünen bir kısım işletmeci de, bunun yaygınlaşması ile değer zinciri oluşacağı, işletmelerin korunacağı ve rekabet güçlerinin artacağını belirtmektedir. Bir işletmecinin ifadesiyle *"Kaliteyi yükseltmeye yönelik çabalar gerekli. Ulusal ve uluslararası rekabet için çalışanlarımız, makinelerimiz ve vizyonumuzu düzeltmemiz gerekli"* denilmektedir.

Diğer bir kısım işletme sahibi olaya farklı bakmakta Samsun, Iğdır, Erzurum gibi farklı illerden gelen peynirlerin piyasadaki peynirlerin neredeyse %35-40'ını oluşturduğunu, bu tür ürünlerin varlığının kaliteli ürünlere olan yönelimi arttırmış olduğunu belirtmektedir. Bilinçli tüketicilerin kaliteli mala yöneldiğini, bilinçli olmayan tüketici gözüyle bakıldığında ise ucuz satın almak isteyen bireylerin maalesef bu ürünlerin varlığını sürdürmesine neden olduğunu savunmaktadırlar. Büyük firmaların bazılarının eski kaşar ürettiği ve tezgâhlarının boş kalmaması için de taze kaşarı da Iğdır veya Erzurum'dan getirip tezgâhlarına koyduğu da iddia edilmektedir.

Kars'taki bir kısım işletme sahibi ise Iğdır, Ardahan gibi yakın illerin rakip olarak görülmemesi gerektiğini, aynı coğrafyada bulduklarını, asıl konuşulması gereken illerin Ordu, Samsun gibi iller olduğunu belirtmektedir. Ardahan'daki bazı işletme sahipleri de aynı şeyi Kars için söylemektedirler. Bir kısmı da farklı illerin peynirleri ile rekabet edebildiklerini çünkü kaliteli ürünler ürettiklerini ifade etmektedir. *"Çevre illerden getirilen ürünlere karşı değilim ancak ürün analize açık olmalı ve müşteri memnun kalmalı, o zaman sorun yaşanmayabilir"* demektedirler.

Bir kısım işletmeci ise sektörün biraz başıboş olduğunu, sektörde liderlik ve tekelleşme sorunu bulunduğunu, şehir dışındaki fuarların çoğunda başka illere ait peynirlerin Kars kaşarı diye satıldığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, sütün fiyatına kota konulması ve köylünün düzene oturması gerektiğini belirtirken rekabet edebilmek için "hepsiburada" ve "gittigidiyor" gibi online alışveriş sitelerine girmeye çalıştıklarını ancak bu sitelerin neredeyse karlarının yarısını istediklerini, bu durumda da fiyatlarını artırmak zorunda kaldıklarını da ifade etmektedirler.

Bir kısım işletme sahibi de diğer illerden gelen peynirlerle rekabet edebildiklerini ancak bu peynirlerin piyasadaki peynir miktarını arttırmasıyla peynirin fiyatının düştüğünü, özellikli ve kısıtlı ürün olan kaşarın ucuz fiyattan satıldığını ifade etmektedir. Paketleme ve çuvallamada kullanılan ürünlerin Kars ya da Ardahan'da üretilebilmesinin önemli olduğunu belirten işletmeciler *"Yan sektörler oluşmuyor. Her ürün için olmasa da (çünkü rekabet edebilirliği olmayabilir) bazı ambalaj ürünlerinin yöresel ya da bölgesel üretimi mümkün olabilir"* demektedirler.

Bazı işletmeciler de aslında Göle'ye haksızlık yapıldığını, Iğdır ve Kars'taki bazı işletmelerin bazı çabalarla maliyeti aşağıya çektiğini, bu nedenle rekabette zorlandıklarını belirtmektedir. İsviçre Alplerine özgü bitki örtüsü ve doğa yapısı bulunan Göle yöresindeki sütlerle Avrupa tipi peynirler üretilerek daha yüksek fiyatlarla satılabileceğini ve rekabet ortamı oluşturulabileceğini önermektedirler. Bir kısım işletmeci ise Göle dışından gelen bazı kaşar işletmelerinin Göle'deki bazı işletme sahipleriyle anlaşıp yörenin peynirlerini kendileri adına satın aldıklarını, Göle'deki bu işletmelerin de Iğdır'dan ürün alıp Göle kaşarı adı altında satmaya başladıklarını, aslında bindikleri dalı kestiklerini iddia etmektedir.

#### **4.2.8. Peynir Altı Suyunun Değerlendirilememesi**

İşletme sahipleri yöredeki işletmecilerin peynir altı suyunu arıtma imkânlarının olmadığını belirtmektedirler. Dahası peynir altı suyunu işleme tesisi kurulması halinde sürdürülebilirliğinin sağlanamayacağı savunulmaktadır. Ortalama 4 ay boyunca yoğun üretim yaptıklarını belirten işletme sahipleri 8. Ayın ortalarından itibaren üretim miktarının süte bağlı olarak düştüğünü ve işleme tesisinin bu açıdan rantabl olmayacağını söylemektedirler. Erzurum'da kurulmuş olan peynir altı suyu işleme tesisinin yeterli hammaddeyi bulmadığından bu bölgeye gelip peynir altı suyu toplamaya çalıştığını iddia etmektedirler.

İşletmecilerin çoğu *"Şu anda yaşadığımız en büyük sorunlardan bir de peynir altı suyu sorunu. Atık peynir altı suları için Erzurum'a yönlendiriliyoruz ancak uygulanabilirliği neredeyse yok. Peynir altı suyunun işlenmesi konusu bir sorun, çözülmeli"* demektedirler. Peynir altı sularını işlemek için işletme kurulduğunu ancak işletmenin yanlış yönlendirildiğini belirten bir kısım işletme sahibi *"Protein üretilen bu işletmede süttozuna yönelik üretim yapılsaydı daha karlı olurdu"* demektedirler. Bu sözleri destekler nitelikte, söz konusu işletme büyük heyecanla giriştikleri peynir altı suyu tesisi yapımı aşamasında fikir vericiler tarafından yanlış yönlendirildiklerini, sonucun istedikleri şekilde gerçekleşmediğini belirtmektedir. *"Peynir altı suları arıtma tesislerinin maliyeti çok çok yüksek (20-25 milyon civarında), bunu kurabilmeye işletmelerin gücü yetmez"* diyen bazı işletmeciler ise işletmelerin bir kısmının kendi yöntemleriyle üretim yaptığını, öğrendikleri yöntemin eksikliklerini göremediğini, yeni ve verimli, günün gereklerine uygun üretim yöntemlerine önyargı ile baktıklarını ifade etmektedir. Atık şıratlar (peynir altı suları) için uygun fosseptik çukurlar yapılabileceği de öneriler arasında yer almaktadır.

#### 4.2.9. Finansman Durumu

İşletmecilerden edinilen bilgilere göre imalatçı işletmeler genelde peynirlerini erken satmak zorunda kalmaktadırlar. Çoğu işletmenin sermayesi yetersizdir. Peynirler bekletilmeden satılınca da aracılardan bu ürünleri stokladığı, beklettikten sonra daha yüksek fiyatlara satabildikleri ifade edilmektedir. Kaşar peynirlerinin erken satılırken ucuza satıldığını ancak bekletip vadeli satıldığında daha pahalıya satılabildiğini ifade eden çoğu işletmeci köylüde çok fazla miktarda paraları kaldığını bu durumun da kendilerini finansal açıdan aşırı derecede zora soktuğunu belirtmektedir. Finansman sorunu nedeniyle de ürünleri bekletme olanaklarının olmadığını ifade etmektedirler.

Kuru haşlamaya girmeksizin geleneksel ve organik ürünler üretmek istediklerini belirten bir kısım işletmeci ise sermaye yetersizliğinden dolayı desteklenmeye ihtiyaçları olduğunu belirtmektedir. Diğer bir kısım işletme sahibi ise mesleğini devam ettirmek ve bu işi yürütebilecek iyi ustalara bu işi öğretmek için makine-ekipmana ve sermaye desteğine gereksinim duyduğunu ifade etmektedir. Sadece sermayenin olmasının da yeterli olmadığını belirten bazı işletmeciler de *“10 lira paran varsa 10 lira da hatırın olmalı çünkü burası küçük yer cenazeye, düğüne, hasta ziyaretine gitmezsen fazla para bile versen bazen sütü alamazsın”* demektedir.

#### 4.2.10. Örgütlenme Durumu

İşletmeciler “Her sektör kendi temel ve çatısını oluşturmalı, Kars ve Ardahan için kaptan köşkündeki sektör hayvancılık, süt ve süt ürünleri sektörüdür. Diğer sektörlerin motivatörü olan bu sektör maalesef örgütlü değil” diyerek sektörün örgütlenmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu illerde kooperatif olmaması, kredilendirme sistemlerinin nakit gereksinimlerine hitap etmemesi gibi yerel sorunların varlığıyla avans sisteminin boyutunun farklılaştığını belirten işletme sahipleri, özellikle mandıraları bir araya toplayacak bir birlik ya da kooperatif gereksinimi duyduklarını belirtmektedirler.

Kooperatif sisteminin işletme sahiplerine nasıl değer katacağı ve sistematik bir üretim olanağı kazandıracağı konusuna ilişkin detaylı bilgilendirmeler yapılması gerektiğini düşünen işletme sahipleri, herkesin imza atıp kooperatife üye olması halinde bile el altından avans verecek bireylerin var olacağına ilişkin endişeler de yaşamaktadırlar. *“Kooperatifçilik sistemi çok çok önemli, zorunlu olarak gelmesi gerekiyor ancak yönetim kademesinin adaletli iş yapacağına ilişkin birçok kişide endişeler var”* denilmektedir.

Kooperatiflerin kurulması fiyatın belirlenmesi, gerekli olan sütün kolay temini açısından çok önemli görülürken kooperatifçilikle birlikte sütlerin daha sistematik satılacağı belirtilmektedir. Ancak kooperatif sisteminin yürütülmesi çok zor olduğunu düşünen işletmecilerin bir kısmı *“Ben kooperatifle muhatap olmak istiyorum, köylülerle veya muhtarlarla değil”* demektedirler. Ancak kooperatif konusunda *“Bu millet bir araya gelmez gelenin de nazı çekilmez”* diye düşünen çoğu işletmeci peynir işletmelerinin üretim sorunlarının çözülmesi ya da faaliyetlerinin kolaylaştırılması yönünde örgütler ya da kurumların özveri olması gerektiğini, ancak devlet

eliyle bu sistemin yürütülebileceğini, kendi aralarında anlaşamadıklarını ifade etmektedirler. Valiliklerin desteği ile kooperatifleşme sağlanabileceği düşünülmektedir. Birlik oluşturmanın zor olduğuna vurgu yapan bazı işletmeciler de çok üretim yapan işletme sahiplerinin az üretim yapan işletme sahipleri ile birlikte hareket etmek istemeyebileceğini belirtmektedirler. Diğer yandan köylerdeki mandıracılara mirastan düşen parsel paylarının çok küçük oranlarda (2-3 dönüm gibi) olmasına rağmen köylülerin bir araya gelip birlikte hareket etme çabalarının çok az olduğu ifade edilmektedir. Bir araya gelip birlikte hareket etme konusunda isteksizlik bulunmaktadır. Büyük firmaların da küçük firmaları benimsemediğini düşünen bir kısım küçük işletme sahibi ise büyük işletmelerin kooperatife bu yüzden yanaşmadığını, oysa pastadan kendilerinin de pay almak istediğini belirtmektedir.

Ambalaj ve paketleme malzemelerinin (kaşar peynirinin paketlenmesine ilişkin ne varsa yani çuval, tahta, kâğıt, yağlı kâğıt, ip vb.) kooperatif satış mağazası yoluyla daha ucuza alınabileceği, kooperatifleşme gerçekleştirilebilirse daha uygun fiyatlarla satın alımlar yapılabileceği, toplu siparişlerde pazarlık gücüne kavuşabilecekleri işletmecilerin çoğu tarafından ifade edilmektedir. Yanı sıra Ardahan'ın Göle ilçesindeki bir kısım işletmeci ise *"Göle'nin adını gerektiği düzeyde kullanamıyoruz, kooperatif olmak istiyoruz ama kooperatifin ne işe yaradığını bile tam olarak bilemiyoruz"* demiştir. Kooperatifçiliğin olması için çiftliklerin olması ve toplama merkezlerinin süt toplamaya çalışması gerektiğini düşünen işletmeciler de *"Süt üreticileri birlik oluşturulmalı"* demektedirler. Ancak 2014 yılından bu güne kadar peynir üreticilerini bir dernek, kooperatif veya birlik altında toplamak için başta SERKA olmak üzere İl Tarım ve Orman Müdürlüklerinin desteği ile farklı zamanlarda çeşitli toplantılar yapılmasına rağmen katılımın oldukça sınırlı olmasından dolayı somut bir sonuç elde edilememiştir. Bu durumun temel nedeni işletme sahiplerinin birbirine olan güven eksikliği, sosyal sermaye eksikliği, bireysel iş yapma eğilimleri ve sektörün süt temininde yaşadığı acımasız rekabettir.

#### 4.2.11. Üretim Durumu

İşletme sahiplerinin üretim açısından değerlendirmelerine göre iptidai yöntemlerle üretim yapıldığında ürün kalitesi ya bozulmakta ya da standardize edilmemiş olmaktadır. Standardizasyon olmayınca da tüketici memnun olmamaktadır. Böylece Kars Kaşarı ismi lekelenmiş olmakta ve fabrikaların nitelikli üretim çabaları tek başına yetersiz kalmaktadır. Fabrikaların gereksinim duyduğu süt tedariki de azaltılmış olmaktadır. Üretilen ürünün aynı kalitede olması çok önem arz etmekte, tüketicinin beklentisi de bu yönde gerçekleşmektedir.

Hayvan ırklarının değişmesiyle birlikte yılın çoğu ayında kaşar üretimi yapılabilmeye başlandığı belirtilirken sektöre sürekli ürün verme olasılığının artmaya başladığı da ifade edilmektedir. Bazı işletmeciler ise Kars kaşarının üretimini 12 aya yayan sürecin coğrafi işaretle başladığını söylemektedir. Diğer taraftan bazı süt üreticilerinin yanlış hayvan ırkını getirmesinden dolayı süt verimleri düşük olmakta, çok emekle az verim almaktadırlar. Köylüler mallarına (hayvanlarına) çok önem vermektedir. Ancak süt açısından verimsiz hayvan ırkları nedeniyle hayvanlara ye-

terli yem verilmesine karşın olması gerekenden az süt elde edilmektedir. Dolayısıyla bakım maliyetleri artmaktadır. İyi yem (yağlı ot gibi) ve uygun ırkta hayvandan kaliteli süt elde edilebilmekte, ortalama 17 kilogram süttten 1 kilogram gravyer çıkarılabildiği belirtilmektedir. Aroma ve kıvam açısından bakıldığında her süttün peynirinin yapılamadığı, kirli kap, ekşi süt, ağız süttü yani yeni doğum yapan hayvanın süttünden gravyerin olmayacağı da bir kısım işletmeciler tarafından ifade edilmiştir. İşlenen süt miktarı ve elde edilen kaşar ürünü konusunda fikir ayrılıkları da oluşmaktadır. Ortalama 11,5-12 kg süttten 1 kg kaşar elde edileceği kanaati yaygın iken 8-9 kg ya da 15 kg'dan 1 kg kaşar elde edildiğine ilişkin kanaatler de bulunmaktadır. Bu duruma hayvanların beslendiği yerlerdeki otların, yükseltelerin, güneye bakan kısımlarda olmasının vb. neden olabildiği ifade edilmektedir.

Başka il ve ilçelerden süt teminine sıcak bakılmamaktadır. Zorunlu durumlarda satın alınsa bile özellikle eski kaşar yapabilmek için Kars ve Ardahan'daki meralarda otlanmış hayvanların süttüne gereksinim duyulduğu belirtilmektedir. Süt 50-60 km'den fazla mesafelerden taşındığında istenilen kaşar kıvamını ve dayanıklılığını elde etmek zorlaşmaktadır. Süttün temininin uzakta olduğu yerlere küçük mandıralar kurulmaya çalışılmakta ve yerinde üretim yapılmaktadır. Bu sonuca deneyimlerle ulaşılmış, kıvam ve dayanıklılık açısından sorunlar yaşanınca böyle bir yöntem tercih edilmiştir. Kars kaşar peynirinin lezzetini öldüren şeyin çok tuz kullanımı olduğu ifade edilirken tuz ne kadar az kullanılabilirse (olması gerekenden de az değil), mayasında işlenebilirse tuz tadı yerine süt ve krema tadı geleceği belirtilmektedir.

Üretim öncesi, esnası ve sonrasında yaşanan durumlardan fire ya da kayıplar önemli bir konudur. Süttler taşınırken mesafe uzadıkça kayıplar (fireler) artmaktadır. Ortalama %8-9'luk bir kayıp meydana gelmektedir. Yakın mesafelerden gelen süttler sıcaklığını çok kaybetmediğinden dolayı ph değeri yüksek çıkarken süttün uzak mesafelerden gelmesiyle soğuma oluşmaktadır. Bu ise ph derecesini düşürmektedir. Fire ya da kayıplar sadece alım ve taşıma esnasında değil mayalama, kurutma, tıraşlama gibi aşamalarda da yaşanmaktadır. Konu ile diğer bir sorun ise kuruma esnasında ortaya çıkan kayıplardır. 50 ton ürün kurumaya bırakıldığında 46-47 tona düşünce ortaya çıkan kayıptan dolayı maliye ile sıkıntılar yaşanmaktadır. Çözüm olarak tarafımızca üretim öncesi, esnası ve sonrasında ortaya çıkan firelerin vergiden düşülebileceği önerilmiştir. Süttün toplanmasından son hali olan tüketiciye ulaşmaya kadar oluşan fireler Ticaret Odası'ndaki ilgili meslek komitesi tarafından karara bağlanarak işletmelerin vergiden düşmesi sağlanabilmektedir. Bu durum büyük maliyet kazançları oluşturabilir. Elbette ki bu imkân tüm meslek komiteleri için de geçerlidir (halı, bal vb. işletmeler vb.).

Bazı işletme sahiplerine göre geleneksel üretim şeklinden Avrupa Birliği kriterlerine uygun üretim şekillerine dönüldüğünden bu yana süttler uzun mesafelerden getirilmekte, asitlenme olmakta ve tadı bozulmaktadır. Çözüm olarak eskiden yapıldığı gibi süttlerin köylerin belirli yerlerinde toplanması ve ara mamule dönüştürülmesi gerektiği önerilmektedir. Uzak mesafelerden süttün getirilmesine ilişkin diğer bir kısım işletme sahibi de *"Üretim bizzat köyde olursa sıcağı sıcağına daha güzel olur. Firmalar süt topladığı köyde üretimi yapmalıdır. Telemenin köylerde*



olabileceğine yönelik duruşlar olmasına karşılık çok bir anlam ifade etmemektedir. Kapı kapı dolaşım süt toplanmakta ve geriye sadece sütün mandıraya taşınması aşaması kalmaktadır. Eskiden köylerde 'süt toplama merkezleri' bulunmaktaydı. Ancak günümüzde her bir evden sütler toplanmakta, köylüler bu sistemin kendileri açısından kolaylığını yaşamaktadırlar. Belki en azından sadece uzak mesafelerden getirilen sütler için teleme işlemi yapılabilir" demektedirler. Konuya Organize Sanayi Bölgesi açısından bakan bir kısım işletme sahibi de işletmelerin sanayiye gelmesi ile üreticiden uzaklaşıldığını ve süte erişim ve kontrolünün zorlaştığını iddia etmektedirler. Uzak mesafelerden getirilen sütün modern tesislerde işlenmekte olduğunu ancak kaşarın eski lezzetinin özlenmeye başladığı ifade edilmektedir. Yine önerilen çözüm ise köylerde küçük mandıraların kurulması ve sütün soğumadan üretime alınmasıdır.

Üretim esnasındaki hijyen kuralları açısından temel standartlara zaten uyulduğu ancak üst düzey hijyenin her zaman mümkün olmadığı da belirtilmektedir. Sütün kokusunu hissetmek için veya buhar karşısında maskenin yapışmaması için maskenin çıkarılmasının gerekebileceği, gravyer yapılırken kıvam için çıplak el ile ölçüm yapılabilmesi ifade edilmektedir. Üst düzey hijyenin "gelenekselliğin" dışına sürüldüğü, geleneksel üretimi bozmadan üretim yapmanın temel amaç olduğu beyan edilmektedir. Taze kaşarın yapımında dışarıdan gelen sütlerden yana bir problem yaşanmadığı ancak eski kaşarın kıvamının tutturulabilmesi için dışarıdan gelen sütlerin istenilen niteliği taşımadığı, yağı alınmamış, su katılmamış ve ekşimemiş süt olmasının önemli olduğu da ayrıca ifade edilmiştir.

Üretim sonrasında ürünlerin çuvallanması konusunda hazır bir ekip bulunmaktadır. Dışarıdan hizmet satın alımı yapılarak (bu işi yapan hazır bir çuvallama ekibi bu hizmeti vermektedir) ürünler çuvallatılmaktadır. Bunun karşılığında çuval başına ücret ödenmektedir. Çuvallar (genel olarak beşerli şekilde kaşar tekerlerini oluşturmak), tahtalar (kaşar peynirlerinin alt ve üstlerine konmak üzere) ve ipler ağırlıklı olarak İzmir ve İstanbul'daki ilgili işletmelerden temin edilmektedir. Alternatif olarak yerel girişimciler tarafından küçük ölçekli de olsa tahta üretimi başlamış durumdadır. Yerelde üretildiğinde işletmelerin taşıma maliyetlerine katlanmak istememeleri adına bu ürünlere (çuval, ip, tahta) yönelik potansiyel bir pazar bulunmaktadır.

Kaşar peynirleri çuvallanırken gerek finans kaygıları, gerek maliyeti azaltma, gerekse siparişlerin karşılanması gibi nedenlerle çuvallamacılar (bagacılar) çuvallama yaparken bazen bir haftalık ürünler ile 1 aylık ürünü aynı çuvala koyabilmektedirler. Bu ürünler de bekletilmek üzere soğuk hava depolarına konulunca bakteri çalışmamakta ve yeterli miktarda olgunlaşma gerçekleşmemektedir. Bu durumda da tat ve aroma olumsuz etkilenmektedir. Çuvallama konusu bu kadar önem arz ederken kelle kaşarların nakliyesi için gerekli çuvallar ve tahtaların Kars ya da Ardahan'daki bir girişimci tarafından imal edilmesinin yerinde bir karar olacağı ifade edilmektedir. Ancak bu işi yapmayı planlayan işletmecinin sadece bu işi yapması gerektiği, mümkünse süt ürünleri sektöründen birinin olmamasının önemli olduğu da yine beyanlar arasında yer almaktadır.



## 4.2.12. Ürün Çeşitliliği ve Verimlilik Durumları

Kars kaşarının kıvam tutması ve nitelikli aromaya sahip olması açısından doğal klima özelliği denilen Kuzey rüzgârlarının varlığı ve havanın kuruluğu ürün açısından çok önemli görülmektedir. Elbette ki Kars ve Ardahan illerindeki yükselti ve endemik bitki zenginliği de yine bu açıdan önem arz etmektedir. Tüm şartlarla bakıldığında yapılan kaşar kaliteli ve uzun süre dayanabilen bir ürüne dönüşmüş olmaktadır. Başka illerde taze kaşar üretimi mümkün olabilmekte ancak eski kaşarın nitelikli şekilde ancak Kars ve Ardahan bölgesinde olacağı savunulmaktadır. Kaşarın aroma ve tadının tutturulabilmesi için yöreden elde edilen sütlerle yapılması gerektiği, yöre dışından gelen sütlerle bu istenilen aroma ve kıvamın olmayacağı işletme sahiplerince ısrarla vurgulanmaktadır.

Sütün kalitesini hayvanın ırkı, otladığı mera, meranın sulak olması, soğuk zincir (bakteri, enfeksiyon ve benzeri gibi unsurlar) rüzgar ve endemik bitkilerin etkilediğini belirten bazı işletmeciler soğuk zincirde özellikle köylü usulü sağımda sıkıntılar yaşandığını, el değmeden sağıma gereksinim duyulduğu ifade edilmektedir. Sütün kalitesinin artırılması çok önemlidir bunun için de yem kalitesinin artırılması gerekmektedir. Yer sorunları ve ekonomik kaygılar nedeni ile peynirin 40 günlük bekleme süresini yaşamadan maalesef piyasaya sürülmek zorunda kaldığını, bu 40 günlük süre içerisinde bekletilen peynirlerin 4 aylık bir süreye ulaştığında bile çok lezzetli olabildiği ancak daha az bekletildiğinde kaşarların 6 aylık bile olsa istenilen aroma ve lezzette olmayabileceği savunulmaktadır.

Kars ve Ardahan yöresindeki bitkilerin %60 oranında protein değeri bulunduğunu belirten bir kısım işletme sahibi yükseltinin arttıkça da sütün kalite, lezzet ve aromasının da arttığını, yakın köyler arasında bile yükselti nedeniyle kalitede farklılıklar bulunduğunu ifade etmektedir. Diğer illerden getirilen samanların istenilen kıvamda süt üretilmesine olanak tanımadığını belirten işletmeciler kaşarın olgunlaşması için ısı ve nem gibi faktörlerin bilinçli takibinin yapılmasının önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Diğer yandan süt ineğin memesinden çıkar çıkmaz kendi ısıyla işlendiğinde kaşarın tam nitelikli halini almış olacağı, sütün nasıl sağılacağı ve temiz sütün nasıl elde edilebileceğine ilişkin üreticilere yani köylülere eğitimler verilmesi gerektiği de ayrıca belirtilmiştir.

İşletmecilere göre 365 gün aynı kalitede süt bulunamamaktadır. Ortalama 6 ay boyunca hayvanlar tamamen doğal meralarda kalmakta ancak geri kalan zamanda ahırlara alınmaktadır. Bu dönemlerde ortalama %30-40 oranında sütün özelliğinde düşme yaşanmaktadır (yağ, aroma, ph vb.). Sürekli aynı kalitede ve miktarda süt elde edilemediğinden ürün çeşitliliğine gidilememektedir. Kaşar dışındaki ürün çeşitliliğine girmek riskli kabul edilmekte, bu durumun ise ar-ge için ayrıca çaba göstermemeye neden olduğu belirtilmektedir.

Bazı firmalar tek üründe uzmanlaşırken (örneğin eski kaşar gibi) bazı firmalar da farklı kaşar çeşitlerini ürettiklerini belirtmektedir. Yaklaşık on farklı çeşitte kaşar çeşidi üretebilen işletmeler de bulunmaktadır. Kekikli, sarımsaklı, cevizli, domatesli, biberli, otlu kaşar peyniri isteyenler olduğu ancak sipariş usulü çalışılabildiği

belirtilmektedir. Özellikle taze kaşarı farklı ebatlarda isteyen müşterilerin olduğu da beyanlar arasında yer almaktadır. Ürünün tekdüze gittiği, ürün geliştirmeye gidilmesi gerektiği, yöredeki sütün çok değerli olduğu, kaşar peyniri kadar değerli olan bir diğer ürünün ise gravyer olduğu ve gravyerin yaygınlaşması için de çaba gösterilmesi gerektiği de beyanlar arasında yer almaktadır.

İşletmeler tarafından süte hile karıştırılıp karıştırılmadığı konusuna yönelik sürekli ve düzenli ölçümler yapılmamaktadır. Verimlilik düşüşü yaşandığında yani rutin gelen tonajlı sütten çıkan nihai mamul oranında düşüş yaşandığında süt üreticilerine geri dönüş yapılmaktadır. Üreticilerden yani köylüden toplanan sütte çok nadiren hile olduğu (%3 oranında gibi) ancak daha çok araçların yani süt toplayıcıların hile yapabildiği iddia edilmektedir.

#### 4.2.13. Maliyet Durumu

İşletme sahipleri işgücü maliyetlerini büyük sorun olarak görmektedir. Ancak yeteri kadar süt bulup işleyip satabilirlerse işgücü maliyetlerini karşılamanın kesinlikle sorun olmayacağını belirtmektedirler. Sütün fiyatı üreticilere göre düşük ancak işletme sahiplerine göre yüksektir. İşletmelerin penceresinden bakıldığında toplam maliyetlere ekstra yük binmektedir (şoför, araç vb.). Bir kısım işletmeciye göre rekabet nedeniyle sütü alabilmek için güçlü firmalar bazı köylerde fiyat artırımını yapmaktadırlar. Maliyet artışı olmasına, küçük işletmelerin zarar görmesine rağmen bu işlem yapılmaktadır. İşletmeciler "Süt az, peynirin üretim maliyeti yüksek ancak üretim yapmak zorundayız. Taze kaşar olmazsa ürün satamıyoruz, eski kaşarın devamı için zararını da olsa üretim yapmak zorunda kalıyoruz" demektedirler.

Kışın kaşarın maliyeti artmakta çünkü hayvan ahıra girmektedir. Küçük işletmeler küçük ölçekli üretim yaptığından birim başına maliyetler yükselmekte dolayısıyla kaşar peynirinin maliyeti de artmaktadır. Hayvancılıkta girdi maliyetleri çok yüksek görülmekte, hayvan 5-6 ay merada kalabilmekte, geri kalan sürede içerden yemektedir. Süt hayvancılığı çok bilinçli yapılamadığından bölgede süt yerine besi hayvancılığı daha karlı görülebilmektedir. Sütte hilenin çok az olduğu belirtilmektedir. Hile yapıldığında da çok büyük oranda değilse tedarikçiyi kaybetmemek için çoğunlukla göz yumulmaktadır. Süte su katıldığında 14 ya da 15 kg sütten bir kg peynir elde edilebilmekte, dolayısıyla maliyet artmaktadır. Diğer bir konu ise peynir altı suyudur. Önümüzdeki dönemde peynir altı sularının Erzurum'a taşınması istendiği belirtilmekte, gidiş-geliş olmak üzere iki seferden 800 kilometre yolun maliyetinin karşılanmasının olanaksız olduğu ifade edilmektedir. Bu iş için ayrı eleman, ayrı araç istihdam edilmesi gerektiği, peynir altı suyu sorununun ilgili kurumların ceza keserek değil, kendisinin yatırım yaparak çözmesi gerektiği düşünülmektedir.

Mandıraların kurulu olduğu arazilerin çok ortaklı olması teşviklerden yararlanma açısından küçük işletmeleri zor duruma sokmakta, yararlanılamayan her bir teşvik dolayısıyla bir maliyet unsuru olarak işletmelere yansımaktadır. Miraslarla topraklar çok bölünmekte, farklı parsellerin işlenmesi zor hale gelmekte, maliyetler artmakta ve kontrolü güçleşmektedir. Elllerinde küçük parseller kalan, üretim

yapmayan ve herhangi bir şekilde kullanmayan şahıslar bile bu parselleri satmayı tercih etmeyebilmektedir. Dolayısıyla da parsel sorunundan dolayı teşviklerden yararlanma sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu durumlarla birlikte bankaların köylüyü doğrudan üretime yönelik desteklemesi arzu edilmekte, traktör kredisinin en az 300 dönüm toprağı olan bireylere verilmesi gerektiğı savunulmaktadır. Hasat için gerekli makine-ekipmanın ortak kullanımının sağlanması (bazı makineler, biçer, balya yapma vb.) önemli görölmektedir.

Ürün ambalajlarının uzak şehirlerden getirilme zorunluluğı da bir diğer maliyet unsurudur. Ürünün satış aşamasında konulduğu ambalajlar ağırlıklı olarak İstanbul, İzmir, Ordu ve Sivas gibi illerde üretilmektedir. Bu materyallerin kullanımıyla ekstra maliyet ortaya çıkmaktadır. Her 1 kilo kaşar için ortalama 3-7 lira arasında ambalaj maliyeti oluşmaktadır. Bu ambalajları yapacak yerel işletmelerin desteklenmesi, bu alanda kadın istihdamı açısından eğitimlerin verilmesi önerilmektedir. Kurumsal imaj oluşturabilmek için katlanılması gereken maliyetlere işletmecilerin gücü yetmemekte ayrıca bu konuyla ilgili yönlendirilmeye gereksinim duymakta olduklarını belirtmektedirler. Bir kısım işletmeciler ürünlerini genel olarak yerel işletmelere sattığından dolayı çok fazla kargo maliyeti oluşmamakta iken, perakende satışlar ve şehir dışından gelen talepler için de ambalaj maliyetlerine katlanılmak zorunda kalmaktadır.

#### **4.2.14. Pazarlama, Satış ve Markalaşma Durumu**

Bir kısım işletme sahibi ürünün satılması kadar pazarlanmasının çok önemli olduğunu belirtirken üretime odaklanınca farklı firmaları deneyimleyen müşterilerin kaybedilme tehlikesinin ortaya çıktığını ifade etmektedir. Pazar sağlamanın, mandıralar açısından üretimden bir adım daha öne çıktığı vurgulanmaktadır. Bazı işletmeciler de mandırada aile fertleriyle çalıştıklarını, peynir ustalığını kendilerinin yaptığını ancak bu zamanlarını pazar bulmaya ve pazarlama çabalarına ayırabilirlerse daha iyi büyüyeceklerini düşündüklerini ifade etmektedir. Bu kadar yüksek tonajlı üretilen kaşarların Kars ve Ardahan bölgesinde tüketilmesi mümkün değildir, genel pazara satılması gerekmektedir. Bu nedenle pazarda başarı sağlanması pazarın gereksinimlerine uygun ürünlerin üretilmesi ile mümkündür denilmektedir.

İşletmelerin mevcut pazarları korumak ve yeni pazarlar elde etmeleri için kurumsal kimlik çalışmalarına önem vermeleri gerekmektedir. Web siteleri, logolar, analiz sonuçlarını içeren belgeler, etiketler vb. gibi bir dizi eylemin gerçekleştirilmesi ve bu işlemlerin sistematik yürütülmesi gerekmektedir. Dış pazarlardaki potansiyel müşterilerin kolay erişim sağlaması ve güven duyarak alması açısından bu konu önemlidir. Pazarın büyüme hızı, işletmelerin artış hızından daha düşük olduğundan bugün var olan mevcut pazarların ilanihaye var olacağına garanti verilemez. Bununla birlikte sektördeki ilgili fuarlara katılarak (özellikle İstanbul ve İzmir fuarları) yeni pazar alanları oluşturmak, bu fuarlardaki kurumsal firmalarla tanışarak kurumsal bir kimlik oluşturmaya çalışmak yerinde adımlar olacaktır.

Ürünün kalitesini bilen ve kaliteli ürün isteyen geniş bir müşteri kitlesi var

olduğunu belirten bazı işletmeciler “Ben gelenekçiyim, müşteri güveni var. Doğru ürünü gönderdiğimden eminim. Ürünü bilen insana satmak istiyorum zaten” şeklinde beyanlarda bulunmaktadır. İşletmelerin çoğu tarafından tanıtım faaliyetleri için bütçe ayrılmamaktadır. “İyi peynir yap müşteri zaten gelir” düşüncesi hâkimdir. Üretilen peynirin pazar sorunu olmadığı düşüncesi yaygın olduğundan tanıtımlara gerek duyulmamaktadır. Ancak bu durumun pazar koşullarında ne kadar devam edeceğini kestirememektedir. Ürün pazarlanırken zorlanılmamakta ancak hak ettiği değerden de satılmadığı düşünülmektedir.

Doğu Ekspresi ile birlikte kaşar pazarının çok genişlediği ancak hileli ürün miktarının da o düzeyde arttığını belirten bazı işletmeciler de pazar cazip hale gelince komşu illerden özellikle Iğdır, Erzurum, Ordu ve Samsun gibi illerden fason ürünlerin fazlaca Kars ve Ardahan piyasasına girmeye başladığı belirtilmektedir. Bir diğer eleştiride ise Boğatepe Köyünün destinasyon olarak marka imajına sahip olduğu ve bu ismin kaşar alırken tüketicilere güven verdiği ancak “Kaliteli peynirin üretildiği yer” imajı bulunmasına karşılık köyün ismini kullanan ancak peynirleri köyün dışından fason imalatla getiren işletmelerin bu imajı zedeledikleri ifade edilmektedir.

Satış yapılan, aralıksız olarak 40 yıldır çalışılan firmalar var olduğunu belirten bazı işletmeciler bu firmalarla yola devam edildiğini, tanıtım için çok fazla bütçe ayrılmadığını, “50 yıllık işletmeyiz, tanıyan tanıyor ve geliyor” düşüncesiyle hareket ettiklerini belirtmektedir. Ancak bazı işletme sahipleri ise ileriye yönelik pazar payını kaybetmemek için büyük ölçekli kaşar alımı yapan firmalara (zincir mağazalar) ürün satılırken aynı zamanda küçük ölçekli firmalarla da bağlantıların koparılmakta, onlara da mal verildiği söylenmektedir.

İşletmecilere göre yerel değerlerin ön plana çıktığı bu pazar ortamında yerel ürünlerin değeri her geçen gün giderek artmaktadır. İşte kaşar peyniri de bu açıdan gelecek vadetmektedir. Pazarda tutunmanın temel şartı dürüst çalışmaktır. Dürüst firmaların etiketini gören tüketicilerin ürün hakkında kaygı duymadıkları ifade edilmektedir. Bir kısım işletmeci ise doğal ürün olan kaşarın üretim şeklini ve tadını hiçbir şekilde bozmaya cüret edemediklerini ancak piyasada da çok fazla tanıtıma ihtiyaç duymadıklarını belirtmektedir.

İnternette satışlarda her açıdan tasarruf sağlandığı düşünülmektedir. Müşteri siparişi kendisi sisteme girdiğinden hatalı ürün gönderme olasılığı neredeyse ortadan kalkmış olmaktadır. Bazı işletmeciler içeriğini tam olarak bilmediği ürünleri satmak istemediğini ancak taklit ürünler ya da katkılı ürünlerin görsel açıdan daha albenili olduğunu ya da tüketici farkı bilmediğinden daha ucuza satılabildiğinden firma olarak arada satmak zorunda kaldığını belirtmektedir.

Birçok işletmeci toptan satış yanında perakende satış yerinin de olduğunu, perakende ile hızlı nakit girdisi sağlamaya çalıştıklarını, sosyal medyada da reklam verdiklerini, çok az bir kısmı ise internet üzerinden satışları kapattığını çünkü ambalaj, etiket ve benzeri maliyetlerinin çok arttığını, maliyetlerden kaçınmak üzere böyle bir karar vermek zorunda kaldıklarını belirtmektedir. Bazı işletmeciler ise avansa finans karşılamak çabasıyla, süt alınan köyü elden kaçırmamak adına bazen maliyetin altında satışlar yapıldığını belirtmektedir. Çok az sayıdaki işletme sahibi

ise pazarlama işlemlerini profesyonel firmalar üzerinden yaptıklarını, özellikle internetten satış ile ilgili olarak destek aldıklarını ifade etmektedir.

Bazı işletme sahipleri Kars ve Ardahan'daki kaşar işletmelerinin kurumsallaşmak zorunda olduğunu, bunun için kar limitini az tutup kurumsallaşma konusuna önem verilmesi gerektiğini, son yıllarda satış yerlerinin görsel açıdan yenilenip iyileştirildiğini ancak bu iyileştirmelerin ve niteliğin kaşar ürünlerinde de sağlanması gerektiğini belirtmektedir. Satış sonrası ürün takibi yapıp, özellikle alca renkli, sert, aroması yerinde olmayan ürünler olduğunda geri alınması gerektiğini ifade etmektedir.

Bir öneride ise üretici işletmelerin "franchising" yöntemi ile bayilikler verebileceği, ürün kontrolü, güven sağlama, marka imajı oluşturma vb. gibi getiriler açısından bu sistemin uygulamaya konulabileceği belirtilmektedir. Bu yolla ana işletme kendi kontrolünü sağlama olanağına kavuşacaktır. Yine fuarlara ve benzeri tanıtım yerlerine katılım için temel kriterler belirlenmesi, bu kriterleri taşıyan herkese duyuru yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Nitelikli fuarlara katılımın belli firmalara özgü kaldığı, katılım için temel bazı kriterlerin belirlenmesi ve bu kriterleri taşıyan herkese duyuru yapılmasının önem arz ettiği belirtilmektedir.

Kaşarda farklı fiyat uygulamalarının tüketicileri rahatsız ettiği, memnuniyetsizlik oluşturduğu, aynı ürünün 3-4 farklı fiyattan satılınca müşteri güveninin kaybedildiği de vurgulanmaktadır. Kaşar peyniri satışında ortalama standart bir fiyat oluşturmak gerektiği düşünülmektedir. Bunu yapabilmek için şehrin görünür yerlerine ışıklı tabelalar konulması, illerde fiyatlar "şu aralıklarda" şeklinde bir duyuru yapılması, keyfi fiyatlandırmaya fırsat tanınmaması gerektiği belirtilmektedir. Fahiş ve tutarsız fiyatlandırma tüketicinin maalesef güvenini zedelemektedir. Bazı işletmeciler kaşarın yapılış aşamaları ve uyulması gereken standartlar, iyi kaşarın nasıl anlaşılacağı, kaşarın nasıl tüketilmesi gerektiği gibi bilgileri içeren ve tüketicinin güvenini sağlamaya yönelik eylemlere geçilmesi gerektiğini belirtmektedir. Önerilere göre ilgili görseller ve metinler konularak hazırlanan her ebattaki bu görseller gerek işletmelerin görünür yerlerine gerekse satılan ürünlerin üzerine yerleştirilmelidir. Coğrafi işaretli ürün satan işletmelerin ayırt edici olabilmesi için coğrafi işaret logolarını işletmelerin görünür yerlerine koymaları önemlidir. Gelen müşterilerin iş yerine girmeden önce bu logoları görmeleri ve buna göre tercihte bulunmaları işletmelere avantaj sağlayacaktır. Bu durum diğer işletmeleri de teşvik edici niteliktedir.

#### 4.2.15. Talep ile ilgili Beklentiler

"Yeterli sütümüz olsa pazar sorunumuz yok, ürün verdiğimiz perakendeciler fazla ürün istemekte ancak tarafımızca bu talepleri karşılanamamaktadır" beyanında bulunan çoğu işletme sahibi yereldeki perakendecilerin de farklı firmalardan kaşar alıp satmak zorunda kaldıklarını ifade etmektedirler. Mandıra sahipleri gelen talepler karşısında satış ofislerini artırarak süt alımlarını artırabilmekte ve sıcak para girişi sağlayabilmektedirler. Bu durum üretim artışını da beraberinde getirmektedir.

Peynir çeşitliliği artınca talep artışı yaşandığı ancak süt eksikliğinden dolayı özellikle de kışın üretim yapılamadığı için bu açığın bazı işletmeciler tarafından Erzurum ve Iğdır'dan gelen ürünle kapatılmaya çalışıldığı ifade edilmektedir. Kaşarın da gravyer gibi değerli bir ürün olduğu, doğru üretilirse fiyatının da yüksek olacağı ancak ürün kalitesinin bozulmaya başladığı, dışarıdan gelen ürünlerin ve fazla talebin bu hızlanmayı arttırdığı da beyanlar arasında yer almaktadır.

Batıdaki araçların (memurlar, kapıcılar vb.) ürün isterken özellikle etiket yaptırılmasını istemediklerini çünkü kendilerinin aradan çıkarılacağını düşündüklerini belirten bazı işletmeciler, yaşadıkları binadaki komşularına veya iş arkadaşlarına satmak amacıyla özellikle etiketsiz ürün talep edildiğini ifade etmektedirler. Bir kısım tüketiciler ise ürünü açtığı anda tümünden tüketmek istediği, uğraşmak istemediği için 200 gramlık gramajlı ürünlere çok talep olduğu da belirtilmektedir.

Tüketicilerin de gerçek ürünü talep etmesinin de yollarının aranması gerektiğinden hareketle coğrafi işaretli ürünlerin bu bağlamda önemli olduğu belirtilmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin yapılış süreçleri, tat ve aroma nitelikleri açısından gelen talepleri karşılama da kaşarın geleceğini garanti altına almada önemli bir konu olduğu da beyanlar arasında yer almaktadır.

#### **4.2.16. Teknolojik Altyapı ve Kapasite Kullanım Durumu**

Makine-ekipmanların çeşitlendirilmesine çok gereksinim duyulmamaktadır. İhtiyaç duyulan şey makine ekleme ve makine çeşitlendirmesi yapmaktır. Ekipmanların uzun süreli dayandığı belirtilmektedir (15-20 yıl). Üretim ağırlıklı olarak insan gücü ile yapıldığından ekipmanlarda hızlı bir eskime olmamaktadır. Makine-ekipman desteklerinden önce kaşarların ahır koktuğu, makineleşmeyle birlikte kaşarın niteliğinin arttığı (cam gibi peynir ve ahır kokusuz), bu nedenle modernleşmenin gerekli olduğu ancak gelenekle birlikte yürütülmesinin gerektiği belirtilmektedir. Kaşar peynirinde özellikle de gravyerde peynirin kıvamını tutturmanın sadece teknolojik cihazların yardımı ile olmayacağı, yılların verdiği deneyimin de çok önemli olduğu vurgulanmaktadır.

Sütlere yapılan hilelerin ölçümlerini yapmak için ilgili kurumlarda gerekli altyapı bulunmadığı belirtilmektedir. Kars ilindeki İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ndeki mevcut laboratuvar da sadece süt içindeki yağ ölçümü yapılabildiği iddia edilmektedir. Ancak bazı üreticilerin süütün yağını alma, su ekleme, süt tozu koyma gibi hilelere başvurduğu belirtilmekte ancak İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nde bu hile ölçümlerinin yapılamadığı ifade edilmektedir. Süt üreticileri bu durumu bildiklerinden işletmelerden gelen süt toplayıcılarının ölçüm cihazlarının ölçümlerinin hatalı olduğunu iddia edebilmektedirler. Bu durum bazı süt üreticilerinin hile konusunda rahat davranmalarına neden olabilmektedir. Benzer bir durumun üniversitede de yaşandığı iddia edilmektedir. Ardahan Üniversitesi'nde süt ve süt ürünlerinin analizini yapabilecek herhangi bir birim olmadığı, işletmelerin kendi peynirlerinin analizi konusunda üniversitelere müracaat edemedikleri de ayrıca belirtilmektedir. Elbette ki her iki durumun ilgili birimlerden teyit edilmesi önemlidir.



İşletme sahiplerinin beyanlarına göre süt temininde genel olarak Kars ve Ardahan'ın ilçe ve köyleriyle işbirliği yapılmaktadır. Sütler toplanırken araçlara takılı olan elektronik dijital tartılar kullanılmaktadır. Önceki dönemlerde ölçek olarak ortalama 940-960 gramlık ölçeklerle süt teslim alınırken günümüzde artık kilogram bazında alındığı, bunun da tam olarak 1000 grama tekabül ettiği belirtilmektedir. Bu durum kaşar işletmelerinin lehine bir gelişme olmuştur.

Bazı işletme sahiplerine göre makineleşmenin artması işgücünü azaltmadı, aslında bilinenin tersine işgücünün azalması makineleşmeyi artırdı. Ancak makineleşmede de optimal çözümler üretmek yerine duygusal rekabete dayalı adımlar atılmaya başlandı. Bazı köylerde 2 ile 4 adet arasında (her ev için) traktör olduğu, bu durumun büyük ölçekli toprak sahipleri için zorunlu görülebileceği ancak küçük toprak sahipleri için bu kadar satın alımın yükten başka bir şey olmadığı belirtilmiştir. Birbirinde görüp traktör vb. alımı yapma ve bu değerlendirmeleri yapamama nedeniyle teknoloji elde edilmekte ancak bu durum üreticileri borç yükü altına sokmaktadır. Makineler çoğu zaman atıl kalmakla birlikte, bu makinelerin finansmanı için üreticilerin borçlanması gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Bazı işletmeciler de Kaşar ve gravyer üretiminde modern makineler kullanmak çabasında olduklarını, bu makineleri yapan firmaları davet edip geleneksel yöntemlerdeki süreçleri makinelere adapte edip, olabildiğince fazla ürünü olması gereken kalitede üretmeyi planladıklarını belirtmektedir. Eski kaşar üretiminde kromun uygun olmadığını belirten işletmeciler tahta üzerinde kaşar yapımının geleneksel kaşar yapımı açısından daha uygun olduğunu ifade etmektedir. Yanı sıra peynirciliğin devamı için makinelerin bakım onarımları için gerekli makine-ekipman atölyelerinin de kurulması gerektiği ifade edilmektedir. Çok fazla yapısal sorunların var olduğunu belirten işletmeciler taşıma tanklarının hijyenine dikkat edilmesi gerektiğini belirtmekte, sütün fermente olmaması ve asitlenmemesinin önemli olduğu, tankların her süt alımından sonra temizlenmesi ya da yedek kaplar alınarak dönüşümlü kullanılması gerektiğini de ifade etmektedirler. Bazı işletmeciler ise hayvancılık altyapısının düzeltilmesinin, süt sağım koşullarının iyileştirilmesinin, destek olarak da KDV'siz en az %50 makine-ekipman desteği sağlanmasının işletmecilerin faaliyetlerini kolaylaştıracağını belirtmişlerdir.

#### **4.2.17. Sosyal Yapıyla İlgili Durumlar**

İşletmecilerin beyanlarına göre köylerde yaşanan göçler ya da köylerde yaşamayı istememe konusu çok ciddi bir soruna dönüşmüş durumdadır. Gençler tarım ve hayvancılık yapmak istememekte, evlenmek isteyen genç erkekler şehre gitme koşulu öne sürüldüğü için evlenecek kız bulamadıklarını belirtmektedirler. Köylerde yaşayan gençlerin beyaz yakalı olmak telaşında oldukları, süt besiciliğine çok sahip çıkmadıkları, köylerde yaşayan genç kızların köyden çıkmak için köyde yaşayan bir erkekle ile evlenmek istemedikleri ifade edilmektedir.

Sosyal yaşam açısından köy yaşamındaki kadının yükü çok fazladır. Aidiyet duygusu yoksunluğu, sosyalleşememe sorunları bu durumu daha da tetiklemekte-

dir. Köylerdeki genç kız ve erkeklerin demokratik paylaşımlarla onore edilmesi gerekmektedir. *“Göçü tetikleyen temel nedenlerden biri de ekonomik faktörlerdir. Evin reisi kazandığını ailesiyle paylaşmalı, işin yükünü çeken gençlerin ekonomik endişeleri azaltılmalı, nasıl olsa tüm mal varlığım sana kalacak deyip çocuklar sömürülmemeli”* önerileri getirilmektedir. Gençlere yetki verilmesi, projelerine ve fikirlerine değer verilmesi, kendilerini değerli hissetmelerinin sağlanmasının önemli konular olduğu belirtilirken *“Sütün üretimi 12 aya yayılmalı, köylerde gençlerin geleceğe umutla bakmaları sağlanmalıdır”* denilmektedir. Köylülerimize doğru yaklaşımlarda bulununca doğru sonuçlar elde edilebileceği savunulmaktadır.

İnek sağımı konusunda en özverili bireyler köylerdeki kadınlarımızdır. Kadınlarımızın bu işe daha fazla sahip çıkmaları ve işi sürdürebilmeleri açısından bu kadınlarımızın sigortalanıp, alet ve ekipman yardımı almalarının yerinde bir karar olacağı ifade edilmektedir. Hayvanlara genelde kadınlar bakmaktadır. Bazı işletme sahipleri süt ücretlerini doğrudan kadınlara vermektedir. Doğrudan para kazancı kadınları hayvanlara daha iyi bakmaları konusunda motive etmektedir. 25-30 arası bir sayıda inek bakımı olabilirse kadın için çok yük olmayacağı, sütlerini işlemek için kooperatif sisteminin geliştirilmesinin belirsizlikleri azaltacağı (15-20 aileden oluşan, 600-700 ineğin sütü toplanabilir) ifade edilmektedir. Bu durumun önemini açıklar nitelikte bir işletme sahibi *“Köylerde artık parayı kadınlara vermeye çalışıyoruz. Kadınlar parayı alınca işine daha çok sahip çıkıyor. Zaten sağım ve bakım işlerinin çoğu kadınlar üzerinden yürütülüyor. Kadınlara ilk olarak para verdiğimizde kendilerine kontör, bornoz ve bardak-çanak aldıklarını gördük”* beyanında bulunmuştur.

Sosyal yaşam açısından köylere özgü bazı zorlukların da yaşandığını belirten işletme sahipleri ailelerin göç etmesinde kavgaların, cinayetlerin ve benzeri nedenlerin de belirleyici olduğunu, bu gibi nedenlerle köylerden birçok ailenin ayrılmak zorunda kaldığını, bu durumun da süt üretim miktarında azalmalara neden olduğunu ifade etmektedir.

Yapılan bazı genel değerlendirmelerde ise süt alımında etnisite ayrımı yaşanmadığı, herkesin arasında bir dostluk olduğu, ilişkilerin tamamen ticari geliştiği ifade edilmektedir. Kars'ın Kafkasya'nın lider kenti olduğu, Kafkasya'daki durulmanın getirdiği avantajlar (Karabağ vs.) ve çevre ülkelere yakınlık açısından bu bölgenin önemli bir ticaret, lojistik, sağlık vb. merkezi olabileceği (10-15 yıl içinde) belirtilmektedir. Bu durumun yetişmiş personel (sosyal sermaye açısından) gereksinimi oluşturacağı, şimdiden bunun önleminin alınması gerektiği hatırlatılmaktadır.

#### **4.2.18. Gelecekle İlgili Beklentiler**

İşletme sahiplerinin çoğu geleceğe ilişkin çok belirsizlik olduğunu belirtmektedir. Özellikle süt miktarındaki azalma, avans sistemi gibi temel sorunlar işletmecileri belirsizliğe sürüklemektedir. Bir kısım işletmeci *“Böyle giderse işletmemizi kapatmak zorunda kalacağız”* veya *“Seneye acaba bu köyün sütünü alabilecek miyim endişesiyle yaşıyoruz. Geleceğe yönelik varlığımızı sürdürmek adına hedefler koyamıyoruz, sadece varlığımızı koruyabilmek asıl hedefimiz”* demektedirler. “Trak-

ya Lüleburgaz'da işletmemiz var. Böyle giderse buradaki işlemleri tamamen bitirip işletmeyi kapatıp oraya gideceğiz. Çünkü orada süt bulma olanağımız çok fazla ve avans sistemi ile çalışmıyorlar” şeklinde beyanlar da bulunmaktadır. Durum böyle görülmesine rağmen işletmeler faaliyetlerini sürdürmek zorunda olduklarını, bazı iyileştirmelerin faaliyetlerini kolaylaştırabileceğini ifade etmektedirler.

Gelecek açısından bakıldığında süt ve süt ürünleri işletmelerinin bilimsel yöntemlere açık olması ve bu bilgileri kullanarak üretim yapılması gerekli görülmektedir. “*Bilimle yereli yoğurmak gerekir*” denilmekte, yerel işletmelerin bilimsel veri ve bilgileri alıp deneyimleriyle birlikte kullanmaları gerektiği belirtilmektedir. Üniversitelerdeki akademisyenlerin hayvancılığın gelişmesi için sahaya çok fazla inmesi gerektiği özellikle Ardahan bölgesinde çok daha elzem görülmektedir. Süt sığırının nasıl besleneceği, nasıl bakılması gerektiği vb. konuların köylüye iyi öğretilmesi gerektiği, çok emekle az verim elde ettiklerinden dolayı motivasyonlarının kırıldığı, güncel yöntemleri öğretmek (köylünün kendi bildiğini doğru zannetmesi gibi önyargılarına ve bilgiye dirençlerine rağmen) verimliliklerini artırabilecek çabalar içine girilmesi gerektiği de ayrıca vurgulanmaktadır.

Hayvancılıkla uğraşanların ister 1 ister 1000 tane de hayvanı olsa kaba yemini (yonca, korunga, silaj vb.) kendisi üretebilmesi gerektiğini belirten işletmeciler büyük ölçekli üretim yapan işletmelerin (SÜTAŞ vb.) de bu yöntemi kullanmakta olduğunu ifade etmektedirler. Sulu tarıma yönelmek gerektiğini, Avrupa'nın mısır üretimini bıraktığını (çünkü proteini az) yemlik şalgam üretmeye başladığını (-25 dereceye kadar dayanıklı bir bitki ve proteini daha fazla) ifade eden işletmeciler de bulunmaktadır. Yakın gelecekte canlı hayvan borsası kurulması gerektiği, Göle bölgesinin organik bölge ilan edilmesinin önemli olduğu, işletmeler ve süt üreticilerinin bilinçlendirilmesinin şart olduğu da ifadeler arasında yer almaktadır.

Yakın gelecekte avans sistemine alternatif olarak şeffaflık sağlanmak şartıyla süt üreticilerinin mandıraya “peyniri kadar” ortak edilebileceği, kendi peynirlerini alıp kendilerinin satabileceği, süttten 4 lira kazanacağına peynirden 8 lira kazanma olanağına kavuşmuş olabileceklerine ilişkin öneriler bulunmaktadır. Öneriler arasında toprak analizlerinin yapılması, toprak yapısına uygun ve hayvancılık yapanların işine yarayacak kaba yem üretiminin teşvik edilmesi, 70-90 ya da 110 günde yetişen silajların ekiminin sağlanması veya bu coğrafyaya uygun senede iki ürün alınabilecek alternatiflerin aranması gerektiği de yer almaktadır.

İrili ufaklı birçok mandıranın var olduğu kaşar işletmeleri sektörünün gereksinimlerini karşılamak üzere yakın gelecekte yan sektörlerin kurulması gerektiği de belirtilmektedir. Süt dışındaki diğer ürünler yani ip, çuval, tahta, kâğıt ve benzeri yardımcı ürünler tamamen dışarıdan gelmektedir. Bu ara elemanlar Kars ya da Ardahan'da üretildiğinde neredeyse 1000 kişilik istihdam oluşabileceği vurgulanmaktadır. Ayrıca ilçelerin merkeze uzaklıklarının farklılığı nedeniyle süt fiyatının ilçelere göre belirlenme olanağının yakın bir zamanda sağlanması önemli görülmektedir.

### 4.3. Araştırmanın Konusuyla İlgili Paydaş Görüşleri

İşletme sahipleriyle yapılan nitel görüşmelerde çeşitli başlıklar altında bir takım bulgulara yer verilmiştir. Söz konusu bulgular arasında sektör açısından son derece önem arz eden kurumlara yönelik çeşitli açıklamalar yer aldığı için doğrudan bu kurumlarla görüşme ihtiyacı doğmuştur. Dolayısıyla hem Kars'ta hem de Ardahan'daki paydaş kurumlarla 15 Aralık-30 Aralık 2021 tarihleri arasında çeşitli görüşmeler yapılmıştır. Görüşülen kurumlar: Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası, Kars TKDK Koordinatörlüğü, Ardahan TKDK Koordinatörlüğü, Kafkas Üniversitesi Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği (KÜSİ) Temsilciliği, Ardahan Üniversitesi Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği (KÜSİ) Temsilciliğidir. Paydaşların görüşleri aşağıda detaylı olarak yer almaktadır.

#### Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü

Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ile yapılan görüşmede süt üreticilerinin yararına olan bir takım veriler elde edilmiştir. Bunlardan birisi üreticilerin işletmecilere verdikleri çiğ süt ile ilgilidir. Üreticilerin, verdikleri sütü tam kayıt altına alılabilmeleri halinde Tarım Bakanlığı'ndan çiğ süt desteği alabildikleri belirtilmiştir. Çiğ süt miktarı ve dolayısıyla da üretilen kaşarın tam net miktarının bilinmesi için de müstahsillik sisteminin iyi çalışması gerekmektedir. Diğer bir öneri de ise sütün sağıldığı andan itibaren iki saat içinde işlenmesi gerektiğidir. İki saatten sonra soğuk taşıma yapılması gerektiği ancak telemeye gereksinim duyulması halinde, teleme yapılacak işletmenin kurulması için İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nden onay alınması gerektiği ifade edilmiştir.

Önemli konulardan biri de marjinal mandıralardır. Bakanlık tarafından marjinal mandıralara özgü özendirmeler yapılabildiği, ayrıcalık sağlanması şeklinde algılanması yerine, işletmelerin varlıklarını sürdürebilmelerine yardımcı olunması şeklinde algılanması gerektiği belirtilmiştir. Hibelerle ilgili olarak da %40 hibe alım desteklerinde belli standartlarda hayvan alımının şart koşulduğu, bu desteğin amacının ise hayvan ırkını ıslah etmek olduğu, standart oluşturulması için bu çabaların önemli kabul edildiği ifade edilmektedir.

Tarafımızca işletmelerle yapılan mülakatlar sonucunda HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point - Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları) belgesine sahip olduklarını belirten birçok işletmenin yanı sıra bu belgeye sahip olmadığını belirten işletmecilerle de karşılaşmış ve bu duruma ilişkin ne düşündükleri sorulmuştur. İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün verdiği bilgilere göre işletmelerin üretim anında ortaya çıkan uygunsuzluklarını belirleyen ve işletmeye özel kurgulanan ölçütler olarak ifade edilebilen HACCP Belgesi konusunda bu belgenin zorunlu bir belge olduğu, ancak bu belge alındıktan sonra işletmelerin tutmaları gereken kayıtları çok düzenli tutmadıkları ifade edilmiştir. Yetkili yönetici tarafından verilen bilgilere göre işletmelerin bir kısmının bu belgeye sahip olmadığını söylemesine karşın bu belge olmadan faaliyette bulunamayacakları belirtilmiştir. İl müdürlüğün-

den alınan bilgilere göre işletmelerden kapasite raporu istendiği, istenen bu raporun Ticaret ve Sanayi Odası ile Esnaf ve Sanatkarlar Derneği tarafından verildiği ancak işletmelerin ÇED'e (Çevresel Etki Değerlendirme) takılmamak için kapasitelerini düşük gösterebildikleri beyan edilmiştir.

Müdürlüğün kooperatifleşmeye yönelik herhangi bir girişimleri olup olmadığına ilişkin sorulan soruya müdürlüğün işletmelere dernek kurdurma çabalarının olduğu, ancak işletme sahiplerinin bir araya gelmekte isteksiz davranmaları nedeniyle kurulamadığı belirtilmektedir. Avans sistemine yönelik ne düşündüklerine ilişkin yöneltilen soruya ise avans sisteminin aslında işletmelerin çıkarına olduğu, üreticiyi sürekli borçlandırarak ucuz fiyattan süt alınmış olduğu, köydeki pazarın elden kaçırılmaması için avans sistemini yürüttükleri belirtilmektedir.

Müdürlükçe yapılan genel değerlendirmelerde ise şu sonuçlar çıkmıştır. Kaşar peynirinde ortalama %4 tuz kullanıldığı, bu orana karşılık gelen parasal değerin kaşar peynirinin fiyatına dâhil edildiği, peynir altı suyundan krema çıkarılabildiği ifade edilmektedir. Bu ek kazançlarla işletmelerin giderlerini karşılama olanağına kavuştuğu belirtilmektedir. İşletmelerin faaliyetlerini kolaylaştırmak adına İlde depolama, olgunlaştırma ve paketleme ünitelerinin olması ve mandıracılarda sermaye birikimi anlayışının yaygınlaşması gerektiği belirtilmiştir.

### **Kars Ticaret ve Sanayi Odası**

Oda başkanıyla yapılan görüşmede Kaşar peyniri üretiminin Kars ili ekonomisinde hayvancılıktan sonra ikinci sırada yer aldığı belirlenmiştir. Tahminlere göre yıllık üretimin 50-60 bin ton civarında olduğu düşünülmektedir. Ne yazık ki üretim miktarını tam olarak belirleme imkânlarının olmadığı ifade edilmiştir. Bu miktarlar tesislerin üretim kapasitesi, satışlar ve ilde üretilen süt miktarı baz alınarak tahmin edilmektedir. Sektördeki en büyük sorunların hammadde azlığı, üreticilerin kolektif hareketten yoksunluğu, süt kooperatiflerinin olmayışı, girdi fiyatlarının artması olarak sıralanmış tüm bu faktörlerin sektörü sıkıntıya soktuğu belirtilmiştir. *"Üyelerimiz süt bulamamaktan şikâyet etmektedir. Bu durumda tesislerini tam kapasite çalıştıramamaktadırlar"* beyanında bulunmaktadır.

Kars kaşarının en önemli özelliğinin sütünün doğal ortamdan elde edilmesi ve kalitesi olduğunu belirten oda başkanı Kars'ın bu yönü ile diğer yörelerden ayrıldığını beyan etmiştir. Dolayısıyla Kars kaşarının markalaşması gerektiği, markalaşırsa ürünün kendini koruyacağı, endüstriyel hale gelirse kalitenin devam ettirilmeyeceği ifade edilmiştir. Kars kaşarının doğal ortamında ve doğal şartlarda üretimine devam edilmeli denilmiş, Kars kaşarı ve diğer süt ürünlerinin Kars ilinde turizmin gelişmesine de katkı sağladığı beyan edilmiştir. Oda başkanı Kars ili dışında üretilen ve Kars pazarına sokulan kaşarların Kars ürünü gibi pazarlanmasının ürünün prestijine zarar verdiğini de ayrıca vurgulamıştır. Başkana göre Kars kaşarının ihracat potansiyeli bulunmaktadır ancak ürünün iç piyasanın talebini karşılamakta zorlandığı, şehir esnafında ihracat kültürü bulunmadığı ve ihracat kültürü olmadan ihracat olamayacağı belirtilmiştir. Süt işleme ve diğer aşamalarda oluşan firelerin vergiden

düşülme olanağının bulunduğu ancak bu konuda işletme sahiplerinin fire oranlarını muhasebeleştirmeleri gerektiği hatırlatılmıştır.

### **Kafkas Üniversitesi Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği (KÜSi) Temsilciliği**

Kafkas Üniversitesi KÜSi temsilcisi ile yapılan görüşmelerde bir takım bulgular elde edilmiştir. Temsilci ilk olarak Kaşar üreticilerinin üniversite ile iş birliğine kapalı olduğunu ve kendi öz sermayeleri ile iş yapma eğiliminde olduklarını belirtmiştir. Bununla birlikte kendi aralarında da iş birliği yapamadıklarını ve bağımsız hareket ettiklerini ifade etmiştir.

Temsilci tarafından yapılan bir diğer tespit kaşar peyniri işletmesi sahiplerinde proje kültürünün yeterli düzeyde olmadığı, yenilik ve inovasyon konusunda gereken çabayı göstermedikleri, ürün geliştirme ve çeşitliliği artırma yönünde çok gayret göstermedikleri ifade edilmiştir. İşletmelerin kendi pazarlarıyla yetindikleri, ulusal marketlere taşınmadıkları, üretimlerinde standardizasyonu çok sağlayamadıkları ve aynı yerden farklı zamanlarda alınan ürünlerin farklı özelliklerde olabildiği de beyanlar arasında yer almaktadır. Yapılan tespitlerde paketleme ve ambalajlama sorunu olduğu, bu konuda kendilerini geliştirmeleri gerektiği de belirtilmiştir.

Temsilciye göre pazarlama konusunda zayıf oldukları düşünülen işletmelerin ileriki zamanlarda pazarda sıkıntı yaşayabilecekleri belirtilirken, satış yerlerinde müşteriye göre fiyat politikası uygulandığını, bu durumun da Kars kaşarını pazarın dışına itebileceğini ifade etmektedir. Farklı fiyatlamanın sürdürülebilir müşteri oluşumunu engellediği vurgulanmaktadır. İşletmelerin teknolojiyi kullandıkça gelecekte üretim yöntemlerinden uzaklaştığını, bu durumda başta tat ve aroma olmak üzere ürünün niteliklerinin zarar gördüğü de beyanlar arasında yer almaktadır. Kaşar üreticilerinin SERKA projesiyle yurt dışında peynir üreticilerini ziyaret ettiğini, yurtdışında gittikleri yerlerde gördüklerini bile uygulamaları halinde işletme faaliyetlerinde fayda sağlayacakları belirtilmektedir.

### **Kars TKDK Koordinatörlüğü**

Kars TKDK Koordinatörü ile yapılan görüşmelerde Kaşar işletmelerine yönelik bir takım bulgulara ulaşılmıştır. İlk olarak kurumun varlık sebebi açıklanırken kurumun kırsal kalkınmayı desteklemekte olduğu, bu bağlamda birçok projeye destek verildiği belirtilmiştir. Desteklerde hibe oranı %65'tir ancak bu durum bazı çağrılarda değişiklik gösterebilmektedir. Projelerde KDV iadesi yapılmakta veya KDV istisnaları fatura kesilebileceği belirtilmektedir.

Kurumdan alınan bilgiye göre 2012 yılından 2021 yılı sonuna kadar peynircilik sektöründe 12 adet farklı işletmenin projesine destek verildiği, bu alanda bugüne değin yapılan destek miktarının 46 milyon TL'ye ulaştığı ifade edilmiştir. Destek verilen mandıraların tamamının aktif olarak üretim yapmakta olduğu beyan edilmiştir.

İşletme sahipleriyle yapılan mülakatlar sonucunda en çok eleştirilen konu olan TKDK desteği ile yapılan ahırların çoğunun boş olduğu ve üretim yapmadığı konusu-



na ilişkin tarafımızca soru yöneltilmiştir. Bu konuda verilen cevapta “Biz ahırları en az üç yıllık Hayvan Kayıt Sistemi (HKS) olan ve aktif olan işletmelere veriyoruz. Ahır desteklerimiz en az 10 başlıktan başlar. Üretici ya da işletme sahibi kendi imkânına göre ahır büyüklüğü seçebilir. Genelde büyük ahırların yapılması bizim bir talebimiz değil destek talep eden şahısların kendi inisiyatifleridir” denilmiştir.

### **Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü**

Ardahan’da süt ve süt ürünlerinin çok önemli olduğunu belirten yetkili Ardahan’da üretilen en önemli ürünün kaşar peyniri olduğunu belirtmiştir. Ardahan sınırları içerisinde toplam 30 adet mandıra bulunduğu, bunlardan üç mandıranın şartlı onay aldığı ifade edilmiştir. Geriye Kalan 27 işletmenin ilçelere göre dağılımı şöyledir. Göle’de 17 adet, Çıldır’da 3 adet, Ardahan Merkezde 5 adet, Hanak ‘ta 1, Posof’ta ise 1 adet peynir işletmesi bulunmaktadır.

Yapılan görüşmede Ardahan’da kaşar üretimi için alt yapının geliştiği, tesislerin üretim kapasitesinin arttığı ifade edilmiş ancak yörede süt üretiminin yetersiz kaldığı vurgulanmıştır. Mandıraların teşvik ve desteklerden faydalanmaları için çaba gösterdikleri belirtilirken, proje yapan mandıralara gönüllü destek verildiği beyan edilmiştir. Ardahan’da üretimin sezonluk olduğu, işletmelerin kışın aktif olmadığı belirtilmekle birlikte ürün miktarının artmasındansa kalitesinin korunmasını çok daha önemsediklerini beyan etmişlerdir.

Süt ve süt ürünlerinde endüstrileşmenin önemli olduğunun belirtildiği görüşmede Ardahan’da üretim yapan işletmelerden zaman zaman numune alınıp tahlil ettirildiğini, sonuçların olumlu olduğunu ve kaliteden memnun kaldıklarını beyan etmişlerdir. Pandemi döneminde web ve diğer iletişim araçlarıyla kaşar peyniri satışlarının arttığı belirtilirken, Covid-19 pandemisinin yörenin kaşar pazarına olumlu etkisi olduğu ifade edilmiştir. Ancak Ardahan’a Iğdır’dan kaşar peyniri geldiğini, Ardahan’daki satıcıların Iğdır’a fason üretim yaptırmakta olduğu üzümlerle ifade edilmekle birlikte, ildeki ürünlerin diğer ürünlerden ayırt edilmesi bakımından etiketlerinin üzerine işletme numarası olarak Iğdır’da faaliyet gösteren işletmelerin işletme numaralarının konulmasının takibine dikkat edildiği belirtilmiştir.

### **Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası**

Oda başkanıyla yapılan görüşmede temel sorunlara ilişkin düşünceleri sorulmuştur. Elde edilen bulgulara göre ürüne talep fazla olduğu için yörede üretilen süt miktarı yetersiz kalmaktadır. “Yörede süt inekçiliği yetersiz, bu konuda gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Süt inekçiliği teşvik edilmelidir” denilmektedir. Ham madde olan süt temininde ve miktarında sıkıntı olduğu gibi süt hijyeninde de büyük sıkıntılar olduğu ifade edilmektedir. Ürünün kalitesinin korunması için kaşar üreticileri ürüne sahip çıkmalıdır. İşletmelerin büyüme konusunda isteksiz oldukları, vizyon eksikliklerinin bulunduğu belirtilirken, sektörde bulunan aktörlerin bireysel hareket ettikleri ve sektörün ortak sorunlarına ilgisiz kaldıkları belirtilmektedir.

Avans sitemine yönelik yapılan beyanlarda “Avans sistemi aslında köylünün avantajıdır. Vatandaş ineğini satmıyor, sütünü erkenden satıp ihtiyacını karşılıyor. Avansı köylü kendi isteği ile alıyor ve genelde taahhüt ettiği süt miktarından daha az süt veriyor. Hatta bazen köylülerin mandıraları dolandırdığını da duyuyoruz” denilmektedir. İşletmelerin kendi içlerinde kontrol mekanizması kurmaları, kümelemeye önem vermeleri gerektiği belirtilirken, günümüz işletmecilerinin bu durumdan oldukça uzak oldukları ifade edilmiştir. Üreticinin kaliteyi koruyup, kendi içlerinde bulunan ve aslına uygun üretim yapmayanları dışlamaları gerektiği, bu tür yaptırımların yapılmamasının kaşarı uzun vadede sıkıntıya sokacağı belirtilmiştir.

Ardahan’daki üreticilerin Ardahan dışındaki illerde de kaşar peyniri üretimine başladıklarını ifade eden oda başkanı, il dışında üretilen kaşarların Ardahan’a getirilip satıldığını ve ilin ürünü gibi pazarlandığını, bu durumun uzun vadede ürüne ve şehrin imajına zarar vereceğini belirtmektedir. Diğer taraftan hayvancılık ve üretim sektöründe girdi maliyetlerinin artması sektörü olumsuz etkilemekte ve üreticiyi zora sokmaktadır. Sonuç olarak hayvancılık ve hayvansal ürünlerin doğal ve yüksek kalitede elde edileceği, temiz bir çevre olan Ardahan ve Kars gibi illerimizde çevrenin ve doğallığının koruyarak üretim yapılması gerektiğini belirtmiştir. Yani bu yörelerin en büyük sermayesinin temiz çevre ve doğal ürünler olduğunu ve bu şekilde kalkınmanın sağlanacağını belirtmiştir.

Öte yandan Ticaret ve Sanayi Odası danışmanı da yörede yem girdilerinin yüksek olduğuna vurgu yaparak, bu durumun hayvanlarda verim düşüklüğüne neden olduğunu belirtmiştir. Mera ıslahı ve yem bitkileri üretimi arttırılarak, yöreye uygun yem bitkilerinin yetiştirilmesine önem verilerek hayvanlarda verim arttırılmalıdır. Yörenin hayvancılık bakımından doğal olanaklara sahip ve kaliteli ürün elde etme olanaklarının olduğu bir coğrafya olmasına rağmen yörede katma değerli ürünün bulunmadığı belirtilmiştir.

Küresel olarak yerel ve geleneksel ürünlere talep arttığını belirten görüşmeçiye göre Kaşar peynirinin geleneksel olarak üretilmesinin önemli bir fırsat olduğu belirtilmiştir. Sektörle ilgili olarak “Süt ve et sektörü sıkıntılı bir sektör. Kaşar peyniri hem Ardahan ekonomisine hem de tanıtımına olumlu katkı sunuyor. Ürüne talep fazla, süt bulunmayınca ya da yeterli olmayınca başka yöntemlere başvuruluyor. Bu da kalitenin düşmesine neden olmaktadır. Üreticilerin bir üretim standardı yok. Bu standart coğrafi işaret tesciline uygunlukla sağlanabilir” denilmektedir. Bu yörelerin ürünlerin doğallığı ile ünlü olduğu, bu doğallığın korunması adına ne gerekiyorsa ödün verilmeden yapılması gerektiği ve hayvancılıkta süt miktarının artmasına önem verilmesinin çok önemli olduğu belirtilmektedir.

Görüşmeçiye göre tarım sektörü serbest piyasaya bırakılmayacak bir sektördür çünkü tarım ürünleri güvenliğimizi ve sağlığımızı etkileyen stratejik ürünlerden oluşmaktadır. Bu ürünlerin bozulmaması adına devlet katı müdahalelerde bulunmalıdır. Mesela üreticiler birlikte hareket etmemekte ısrarcı davranabilmekte, ürünün geleneksel üretiminden uzaklaşma eğilimine girebilmektedirler. Bu gibi durumlarda ağır yaptırımlar uygulanması gerektiği belirtilmiştir.

Görüşmeceye göre Ardahan ve çevresinde mera ve yaylaların göçerlere kiralanması meralarda çok ciddi tahribata neden olmakla birlikte yöre insanının da meralardan faydalanmasına engel teşkil etmektedir. Bu durum hayvanlarda hem et hem de süt verimi düşüklüğüne neden olmaktadır. Devlet bu konuda geç olmadan gereğini yapmalıdır. İklim değişikliği de çayır ve meraların verimini olumsuz etkilemektedir. Bu durum genel olarak hayvancılığı tehdit etmektedir.

Oda danışmanına göre peynir altı suyu çevre kirliliği bakımından önemli bir problemdir. Bu konuda işletmelere çözüm noktasında yardımcı olunması gerektiği belirtilirken, peynir altı suyunun uygun yöntemlerle ürün ya da ürünlere dönüştürülmesinin yöre ekonomisi için olumlu katkılar da sağlayacağı ifade edilmektedir.

### **Ardahan Üniversitesi Kamu-Üniversite-Sanayi İşbirliği (KÜSİ) Temsilciliği**

Ardahan Üniversitesi KÜSİ temsilci ile yapılan görüşmede Ardahan'daki üreticiler ve satıcıların yörede üretilen kaşar ile piyasa talebini karşılayamadığını, bu nedenle il dışından kaşar peyniri getirtildiğini beyan etmiştir. AR-Ge ve Ür-Ge çalışmalarını yapılmadığı, ürün geliştirmeye yönelik çabaların yeterli olmadığı, yörede entansif hayvancılık yapılmadığı, bu durumun sonucu olarak yeterince süt elde edilemediği ifade edilmiştir. Öncelikle süt üretiminin artması için gerekli tedbir ve politikaların uygulanması gerektiği ifade edilmiştir.

Yapılan görüşmede bazı kaşar işletmeleri tarafından kaşar peynirinde fosfat tuzları, emulgatör ve renklendiricilerin kullanıldığı, bu maddelerin kullanılmaması gerektiği belirtilmiştir. Sütün taşınması esnasında bozulmayı önlemek için kimyasal veya benzeri maddeler kullanılmamasının önemli olduğu, sütün ve peynirin doğallığının bozulmaması yönünde çaba gösterilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Süt hijyeni, meme temizliği, kapların temizliği noktasında süt üreticilerinin daha özenli davranmaları gerektiği de ayrıca vurgulanmıştır.

### **Ardahan TKDK Koordinatörlüğü**

Görüşmeceye göre Ardahan süt üretim kapasitesini artırarak, aslında peynir üretimi konusundaki potansiyelini kullanarak Türkiye'nin yüksek miktarda peynir üretimi yapabilen illerinden biri haline gelebilir. Kaşar işletmelerinin faaliyet alanının TKDK olarak destek verilen sektörlerden biri olması sebebiyle, bu potansiyele ulaşılması açısından çok önemli bir fırsat sunulabileceği ifade edilmektedir. Hatta üretimleri için gerekli ham madde olan sütün üretimi için de yeni süt üretim çiftliklerinin kurulması, yerinde üretim yapılması ve ham maddeyi de kendilerinin üretmesinin hem işletmelerin karlılığını hem de ürün kalitesinin istikrarını sağlayacağı belirtilmektedir.

TKDK olarak tarımsal işletmelere verilen desteklerde hayvan refahı, süt üretim miktarının ve süt kalitesinin artırılmasının amaçlandığı için, bu durumun işletmelerin yatırım yapması açısından il için çok önemli fırsatlardan bir tanesi olduğu belirtilmiştir. Bu konularla ilgili hedefler açısından vatandaşlarla birlikte ne kadar

çok yatırım gerçekleştirilirse, Ardahan'ın potansiyelini kullanılma hedefinin o kadar hızlı gerçekleşeceği beyan edilmiştir. Ayrıca il işletmelerinin peynir altı suyunu da değerlendirebilecekleri bir yatırım yapmaları gerektiği belirtilirken, böyle bir yatırım yapılması durumunda kurumun yüzde 40'tan başlayan hibe desteği verebileceği belirtilmektedir.

Yapılan görüşmede TKDK olarak kaşar üreticilerinden en önemli beklentilerinin Ardahan kaşarının özelliklerini koruyarak üretimlerine devam etmeleri ve bu kaşarın tescili konusunda beraberce hareket etmeleri olduğu belirtilmiştir. Çoğu firmanın başka peynir türleri üretimini fason olarak yaptığını üzülerek izlediklerini ifade etmişlerdir. Peynir altı suyunun değerlendirilmesinin yöre ekonomisine olumlu bir katkı sağlayacağı konusuna da değinen görüşmeci, gerek yeni ürünler bağlamında gerekse çevre temizliği bakımından konunun önemli olduğunu belirtmiştir. Bu nedenle peynir altı suyunun değerlendirilmesi için bir fizibilite raporu hazırladıklarını ve bu raporun geçerlilik kazanması için yerel yöneticiler ve sektör paydaşları ile görüşmeler yapıldığını ifade etmiştir.

#### 4.4. Araştırmanın Korelasyon Analizi Bulguları

Korelasyon analizi; iki değişken arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek için kullanılan istatistik yöntemlerden birisidir. Buna göre iki değişkenin her ikisi de aynı yönde değişim gösterirse aralarındaki ilişki pozitif, değişkenlerden biri artarken diğeri azalır ise ilişki negatiftir. Korelasyon katsayısı, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini, miktarını ve yönünü açıklayan bir sayıdır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değişen değerler alır ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Bu katsayının 1.00 olması mükemmel pozitif bir ilişkiyi, -1.00 olması mükemmel negatif bir ilişkiyi, 0.00 olması ilişkinin olmadığını gösterir. Bu sayının 0,70-1.00 arasında ise yüksek; 0,70-0,30 arındaysa orta; 0,30-0.00 arasında ise düşük düzeyde bir ilişki tanımlanır. Bu katsayı bazen çok düşük olmasına rağmen anlamlı çıkabilir veya yüksek olmasına rağmen anlamlı çıkmayabilir. Bu durum tamamen ele alınan örneklem sayısı ile ilgilidir. Dolayısıyla araştırmacı böyle durumlarda esnek bir yoruma gidebilir (Büyüköztürk, 2012:32). Burada yapılan bazı yorumlarda böylesi bir yöntem benimsenmiş olup değişkenler arasındaki ilişki 0.01 ve 0.05 önem düzeyine göre analiz edilmiştir. Buna göre araştırmada yer alan değişkenler arasındaki ilişkiye dair korelasyon analizi bulguları aşağıda yer almaktadır:

1. Yaş düzeyi ile eğitim düzeyi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,381$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Yani katılımcıların yaş düzeyi arttıkça eğitim seviyelerinin düştüğü söylenebilir. Araştırma bulgularına göre 45 yaş üstü katılımcı oranı %55'in üzerindedir.
2. Yaş düzeyi ile sektördeki deneyim arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,419$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre katılımcıların yaş düzeyi arttıkça sektördeki deneyimlerinin de arttığı görülmektedir. Katılımcıların %60'ı 3. nesil, 4. nesil ve 5. nesildir bu sektörde faaliyet yürüttüklerini ifade etmişlerdir.

3. Yaş düzeyi ile işletmenin tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,244$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur.
4. Yaş düzeyi arttıkça tanıtım faaliyetlerine ayrılan bütçenin azaldığı görülmektedir. Burada gençlerin tanıtım faaliyetlerine daha sıcak bakarken yaşlıların soğuk baktığı söylenebilir.
5. Yaş düzeyi ile işletmenin sosyal medya kullanımı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,344$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Katılımcıların yaş düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımının düştüğü söylenebilir.
6. Yaş düzeyi ile işletmenin faaliyetlerindeki (üretimde) tahmini fire oranı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,277$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre katılımcıların yaş düzeyi arttıkça üretimde fire oranlarının azaldığı görülmektedir. Burada deneyim ve tecrübenin etkili olduğu söylenebilir.
7. Eğitim düzeyi ile işletmenin aktif faaliyet süresi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,307$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça aktif faaliyet süresinin de arttığı görülmektedir.
8. Eğitim düzeyi ile kaşar peyniri dışında üretilen ürünler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,241$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça işletmedeki ürün çeşitliliğinin de arttığı söylenebilir.
9. Eğitim düzeyi ile AR-GE'ye yönelik son 3 yıldaki faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,315$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda herhangi bir faaliyet (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji transferi ve Pazar araştırmaları) gerçekleştirdikleri görülmektedir.
10. Eğitim düzeyi ile işletmede tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,279$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça tanıtım faaliyetlerine daha fazla bütçe ayrıldığı görülmektedir.
11. Eğitim düzeyi ile işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,434$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımının da arttığı görülmektedir.
12. Eğitim düzeyi ile reklam verme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,238$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça reklam verme durumlarının da arttığı görülmektedir. Dolayısıyla eğitim düzeyi yüksek kişilerin reklamın etkisini kavradıkları için reklamı önemsedikleri söylenebilir.
13. Eğitim düzeyi ile işletmenin faaliyetlerindeki (üretimde) tahmini fire oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,295$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça fire oranlarının arttığı görülmektedir. Eğitim

düzeşinin daha çok gençlerde yüksek olduğu ve yaş düzeyi arttikça üretimde fire oranının azaldığı dikkate alındığında bu sonucun anlaşılabilir olduğu söylenebilir. Nitekim yaşlılarda eğitim düzeyi yüksek olmamakla birlikte yaşlarının verdiği deneyim ve tecrübeyle fire oranlarını azalttıkları söylenebilir.

14. İşletmede sürekli (daimi) çalışan sayısı ile aktif üretim sezonunda çalışan sayısı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,535$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre daimi çalışan sayısı arttikça aktif üretim sezonunda çalışan sayısı da artmaktadır.
15. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile üretim sezonunda toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,472$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmedeki çalışan sayısı arttikça üretim sezonunda toplanan günlük süt miktarının da arttığı görülmektedir.
16. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,412$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Çalışan sayısı artışı beraberinde toplanan günlük süt miktarında da artış meydana getirmiştir. Örneğın daha fazla süt toplayıcısı (şoför), usta veya kalfa çalıştırıldığında daha fazla köye gidilip daha fazla sütün toplanıp işletilebildiğı söylenebilir.
17. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile Ar-Ge'ye yönelik son 3 yıldaki faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,260$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Bu sonuca göre işletmede çalışan sayısının artması beraberinde üretim artışını getirmektedir. Bu durumda üretimini arttıran firmaların Ar-Ge'ye önem vermeye başlayarak bir takım faaliyetlerde (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji transferi ve Pazar araştırmaları) buldukları söylenebilir.
18. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,471$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Daimi çalışan sayısı arttikça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
19. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,472$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Daimi çalışan sayısı arttikça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
20. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,377$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Daimi çalışan sayısı arttikça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
21. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,374$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Daimi çalış-



- şan sayısı arttıkça günlük kapasite kullanımının da arttığı görülmektedir.
22. İşletmenin sürekli (daimi) çalışan sayısı ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,263$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmelerin daimi çalışan sayısı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşvik aldıkları görülmektedir.
  23. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile işletmenin sektördeki geçmişi (kaçıncı nesil) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,258$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Aktif sezonda çalışan sayısı artan işletmelerin daha eski bir geçmişe sahip oldukları görülmektedir. Yani çalışan sayısı arttıkça işletmelerin geçmişi en az 3.nesilden 4. nesile hatta 5. nesile kadar gidebilmektedir.
  24. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile üretim sezonunda topladığı günlük ortalama süt miktarı(ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,645$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Aktif sezonda çalışan sayısının artmış olması günlük süt miktarının çok olduğu anlamına gelmektedir. Dolayısıyla çalışan sayısı artışıyla günlük toplanan süt artışı arasında doğru orantı olması kaçınılmazdır.
  25. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,304$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Çalışan sayısı arttıkça firmaların Ar-Ge'ye önem vermeye başlayarak bir takım faaliyetlerde (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji transferi ve Pazar araştırmaları) buldukları söylenebilir.
  26. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,396$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre aktif sezonda çalışan sayısının arttığı firmalarda yüksek miktarda üretim gerçekleştirildiği için birim başına maliyetlerin düştüğü söylenebilir. Nitekim araştırma bulgularında da görüldüğü gibi küçük ölçekli firmalarda işgücü maliyetleri nispeten daha yüksek düzeylerde gerçekleşmektedir. Dolayısıyla çalışan sayısı arttıkça işgücü maliyetlerinde düşüş meydana gelmesi büyük ölçekli firmalar açısından geçerli ve anlaşılabilir bir durumdur.
  27. İşletmeni aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile işletmenin tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,261$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Çalışan sayısının artmış olması üretim miktarı artışını beraberinde getirdiği için bu tür büyük işletmelerde tanıtım faaliyetlerine daha çok bütçe ayrılması anlaşılabilir bir sonuçtur. Yani çalışan sayısı arttıkça işletmelerin tanıtım faaliyetlerine daha çok bütçe ayırdıkları söylenebilir.
  28. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,743$ ,

$p < 0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.

29. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile İşletmenizin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,763$ ,  $p < 0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
30. İşletmenizde aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile İşletmenizin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,344$ ,  $p < 0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
31. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile işletmenin günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,590$ ,  $p < 0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça günlük kapasite kullanımının da arttığı görülmektedir.
32. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,495$ ,  $p < 0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmelerin üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşvik aldıkları görülmektedir.
33. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,277$ ,  $p < 0.05$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça sosyal medya kullanımının da arttığı görülmektedir.
34. İşletmenin aktif üretim sezonunda çalışan sayısı ile reklam verme durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,313$ ,  $p < 0.01$ ) bulunmuştur. Yani aktif üretim sezonunda çalışan sayısı arttıkça daha çok reklam verildiği görülmektedir.
35. Sektördeki deneyim ile işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r = -,295$ ,  $p < 0.05$ ) bulunmuştur. Sektörde deneyimi artan firmaların sosyal medya kullanımının düşük olduğu görülmektedir. Bu durum işletmelerin deneyimlerine güvendiği, büyük işletme olmasından kaynaklı pazar sorunu yaşamadıkları ve zaten yıllardır tanınan bilinen bir işletme olmalarından dolayı sosyal medyaya gerek duymadıkları şeklinde yorumlanabilir.
36. İşletmenin aktif faaliyette bulunma süresi ile üretim sezonu dışında topladığı günlük ortalama süt miktarı(ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r = ,301$ ,  $p < 0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmelerin aktif faaliyet yaptıkları süre arttıkça topladıkları süt miktarında da artış meydana geldiği görülmektedir.
37. İşletmenin aktif faaliyette bulunma süresi ile müşterilerinden ürün çeşit-

liliğine (kaşarın farklı ebat ve aromaları gibi) ilişkin talep alma durumları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,417$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmelerin aktif faaliyet süreleri arttıkça müşterilerin ürün çeşitliliğine yönelik taleplerinde de artış olduğu görülmektedir.

38. İşletmenin aktif faaliyette bulunma süresi ile 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,427$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmelerin aktif faaliyet süreleri arttıkça kış dönemi kaşar üretim miktarında da artış meydana geldiği görülmektedir.
39. İşletmenin aktif faaliyette bulunma süresi ile işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,295$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmelerin aktif faaliyet süreleri arttıkça sosyal medya kullanımlarının da arttığı görülmektedir.
40. İşletmenin ortak sayısı ile 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,239$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. İşletmelerin ortak sayıları arttıkça kaşar üretim miktarında da artış meydana geldiği görülmektedir.
41. İşletmenin ortak sayısı ile günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,237$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. İşletmelerin ortak sayısı arttıkça günlük kapasite kullanımlarının da arttığı görülmektedir.
42. İşletmenin tarihsel geçmişi (kaçıncı nesil) ile 2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,340$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin tarihsel geçmişi daha eskilere doğru gittikçe ortalama kapasite kullanım oranlarının da arttığı görülmektedir. Büyük ve köklü firmalarda kapasite kullanım oranlarının nispeten yüksek düzeylerde gerçekleşmesi beklenen bir sonuçtur.
43. İşletmenin tarihsel geçmişi (kaçıncı nesil) ile 2021 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,253$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin tarihsel geçmişi daha eskilere doğru gittikçe ortalama kapasite kullanım oranlarının da arttığı görülmektedir. Büyük ve köklü firmalarda kapasite kullanım oranlarının nispeten yüksek düzeylerde gerçekleşmesi beklenen bir sonuçtur.
44. İşletmenin tarihsel geçmişi (kaçıncı nesil) ile üretim sezonunda topladığı günlük ortalama süt miktarı(ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,341$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletme çok eski ve köklü olunca topladığı günlük süt miktarı da buna bağlı olarak yüksek düzeylerde gerçekleşmektedir.
45. İşletmenin tarihsel geçmişi (kaçıncı nesil) ile Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,378$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmelerin geçmişi daha eskilere dayandıkça Ar-Ge'ye yönelik faaliyetlerde de (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji

transferi ve Pazar araştırmaları) artış meydana geldiği görölmektedir. Kısacası daha köklü firmaların daha fazla Ar-Ge faaliyeti gerçekleştirdikleri söylenebilir.

46. İşletmenin tarihsel geçmişi (kaçıncı nesil) ile günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,280$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre çok eski kuruluş yılına sahip olan işletmelerin günlük kapasite kullanımları da yüksek düzeyde gerçekleşmektedir. Kısacası tarihsel geçmiş arttıkça günlük kapasite kullanımı da artmaktadır.
47. 2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranı ile 2021 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,833$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre 2020 yılındaki kapasite kullanım oranı arttıkça 2021 yılı kapasite kullanım oranının da arttığı görölmektedir.
48. 2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranı ile işletmenin temin ettiği sütün ödeme şekli arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,344$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur.
49. 2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranı ile işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,260$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre 2020 yılındaki kapasite kullanım oranı arttıkça kaşar üretim miktarının da arttığı görölmektedir.
50. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı(ton) ile işletmedeki işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,451$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı arttıkça işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı azalmaktadır.
51. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı(ton) ile işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,771$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı arttıkça 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görölmektedir.
52. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı(ton) ile işletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,760$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı arttıkça 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görölmektedir.
53. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı(ton) ile işletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,246$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görölmektedir.
54. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama sütün miktarı(ton) ile işletme-

nin günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,768$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça işletmenin günlük kapasite kullanımının arttığı görülmektedir.

55. Üretim sezonunda toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,368$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre üretim sezonunda toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alındığı görülmektedir.
56. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,300$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça Ar-Ge'ye yönelik faaliyetlerde de (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji transferi ve Pazar araştırmaları) artış meydana geldiği görülmektedir.
57. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile işletmedeki işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,473$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı azalmaktadır.
58. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,578$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görülmektedir.
59. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile işletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,573$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görülmektedir.
60. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile işletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,338$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarının arttığı görülmektedir.
61. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile işletmenin günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,634$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça işletmenin günlük kapasite kullanımının da arttığı görülmektedir.

62. Üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı(ton) ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,404$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre üretim sezonu dışında toplanan günlük ortalama süt miktarı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alındığı görülmektedir.
63. İşletmede kaşar peyniri dışında üretilen ürün ile Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,308$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre kaşar peyniri dışında üretilen ürün sayısı arttıkça Ar-Ge'ye yönelik faaliyetlerde de (Ürün geliştirme, Yeni ürün ekleme, Teknoloji transferi ve Pazar araştırmaları) artış meydana geldiği görülmektedir.
64. İşletmede kaşar peyniri dışında üretilen ürün ile işletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,325$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre kaşar peyniri dışında üretilen ürün sayısı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarının da arttığı görülmektedir.
65. İşletmede kaşar peyniri dışında üretilen ürün ile işletmenin tanıtım için sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,281$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. İşletmede kaşar peyniri dışında üretilen ürün sayısı arttıkça sosyal medya kullanımının da arttığı görülmektedir.
66. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler ile tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,426$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arttıkça tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı da artmaktadır.
67. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler ile işletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,409$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arttıkça işletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarında da artış olduğu görülmektedir.
68. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler ile işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,374$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arttıkça işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımında da artış olduğu görülmektedir.
69. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler ile reklam verme durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,416$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Ar-Ge'ye yönelik son 3 yılda gerçekleştirilen faaliyetler arttıkça daha fazla reklama başvurulduğu görülmektedir.



70. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı ile işletmenin tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,249$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arttıkça tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı azalmaktadır.
71. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı ile işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,307$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arttıkça 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı azalmaktadır.
72. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı ile işletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,330$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arttıkça 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı azalmaktadır.
73. İşletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı ile işletmenin günlük kapasite kullanımı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,298$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı arttıkça günlük kapasite kullanımının da azaldığı görülmektedir.
74. İşletmenin tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı ile reklam verme durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,694$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı arttıkça daha fazla reklam verdiği görülmektedir.
75. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,326$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Yani 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı da artmıştır.
76. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,980$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Yani 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı da artmıştır.
77. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,268$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı da artmıştır.

78. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,675$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça günlük kapasite kullanımı da artmıştır.
79. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,381$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmenin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşviklerden yararlanmada artış olduğu görülmektedir.
80. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,242$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı da artmıştır.
81. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile günlük kapasite kullanımı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,680$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça günlük kapasite kullanımının da arttığı görülmektedir.
82. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile resmi kurumlardan mali destek ve teşvik alma durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,408$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. İşletmenin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü gibi resmi kurumlardan mali destek ve teşviklerden yararlanmada artış olduğu görülmektedir.
83. İşletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton) ile işletmenin faaliyetlerinde (üretimde) tahmini fire oranı arasında negatif ve anlamlı bir ilişki ( $r=-,240$ ,  $p<0.05$ ) bulunmuştur. İşletmenin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı arttıkça işletmenin faaliyetlerinde (üretimde) tahmini fire oranının azaldığı görülmektedir.
84. İşletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı ile reklam verme durumu arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,589$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre işletmenin tanıtımı için sosyal medya kullanımı arttıkça daha fazla reklam verildiği görülmektedir.
85. İşletmenin sütün taşınması esnasındaki tahmini fire oranı ile üretim sırasındaki tahmini fire oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,514$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre sütün taşınmasında meydana gelen fire oranı arttıkça üretim sırasındaki fire oranında da artış olduğu görülmektedir.
86. İşletmenin sütün taşınması esnasındaki tahmini fire oranı ile üretim sonrasındaki tahmini fire oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,239$ ,

p<0.05) bulunmuştur. Buna göre sütün taşınması esnasında tahmini fire oranı arttıkça üretim sonrasındaki tahmini fire oranı da artmaktadır.

87. İşletmenin üretim esnasındaki tahmini fire oranı ile üretim sonrasındaki tahmini fire oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ( $r=,458$ ,  $p<0.01$ ) bulunmuştur. Buna göre peynir üretim esnasındaki tahmini fire oranı arttıkça üretim sonrasındaki tahmini fire oranında da artış meydana geldiği görülmektedir.



#### 4.5. Kars ve Ardahan'daki Kaşar Peyniri İşletmelerinin SWOT Analizi

Bu çalışmada saha araştırması yapılırken anketin yanı sıra derinlemesine mülakatlar ve odak grup görüşmeleri de gerçekleştirilmiştir. Bu mülakat ve görüşmeler sonucunda kaşar peyniri üreten işletmelerin SWOT analizi yapılmış ve aşağıdaki bulgular elde edilmiştir.

Tablo 101.Kars ve Ardahan'daki Kaşar Peyniri İşletmelerinin SWOT Analizi

### GÜÇLÜ YÖNLER

- Bölgenin bitki örtüsü ve doğal florasının çeşitliliğine bağlı yüksek süt kalitesi
- Geniş çayır-mera alanlarına sahip olması
- Bölgenin organik tarım ve organik hayvancılık potansiyeline sahip olması
- Bölgede yoğun olarak mera hayvancılığının yapılması
- Mandıracılığın kuşaklar boyu yapılması
- Kars kaşarının Coğrafi İşaret tescilinin olması
- Kars kaşarının üretim özellikleri, tekniği ve lezzetiyle güçlü bir imaja sahip olması
- Kaşar peyniri açısından pazar sorununun bulunmaması
- İşletmelerin müşterileriyle uzun yıllara dayalı ticari faaliyetlerinin olması
- Ürün satış mağazalarının son dönemlerde modern bir görüntüye kavuşması
- İşletme yöneticilerinin eğitim düzeyinin yüksek olması
- İşletmelerin süt temin ettikleri hayvan sayısının ülke ortalamasına göre iyi olması
- İşletmelerin teknolojik altyapısının güçlü olması
- Birçok işletme yöneticisinin bizzat kaşar peyniri ustalık geçmişinin olması
- İşletmelerin geleneksel üretim yöntemlerini korumaları
- İşletmelerin süt temin edilen köylere yakın olması
- İşletme sahiplerinin süt üreticileriyle uzun yıllara dayalı sağlam ilişkileri olması
- Aile işletmesi olmalarından kaynaklı kendi işgücü potansiyeline sahip olunması
- Küçük ölçekli işletmelerin yerinde üretim yapması
- İşletmelerin peynir sayesinde bal, kavılca buğdayı ve kaz eti gibi yöresel ürünleri de pazarlayabilmesi

## ZAYIF YÖNLER

- İşletmelerde kurumsallaşmanın olmaması.
- İşletmelerin köy mandırası mantığıyla çalışma eğiliminde olması.
- Aile şirketi olmaktan kaynaklı sorunlarının olması.
- İşletme yöneticilerinin bilgiye ve yeniliklere karşı ön yargılı olması
- Dışarıdan alınan paketleme ve ambalajlama giderlerinin yüksek olması
- İşletmelerin öz sermayelerinin düşük olması.
- Öz sermayenin büyük bölümünün avans olarak dağıtılması.
- Kooperatifleşmenin yetersiz olmasından ötürü zayıf rekabet gücüne sahip olunması
- Küçük işletmecilerin arazi mülkiyet sorunu
- İşletmelerin soğuk zincir ve depolama imkanlarının oldukça sınırlı olması
- Ar-Ge faaliyetlerine önem verilmemesi
- Ürün çeşitliliğinin yeterli düzeyde olmaması
- Üretim sırasında ve sonrasında fire oluşması
- Küçük işletmelerde işgücü maliyetinin yüksek olması
- Kooperatif, birlik vb. örgütlenme eksikliği
- İhracat için yeterli kapasiteye sahip olunmaması
- Yeteri düzeyde insan kaynağı (usta, vasıfsız işçi, teknik eleman, şoför vb.) bulunamaması

## FIRSATLAR

- Lojistik merkezinin bölgede yaratacağı imkan ve fırsatlar
- Bakü-Tiflis-Kars demiryolunun tamamlanmasıyla Avrupa'dan Çin'e kesintisiz yük taşımacılığının olması
- Doğu Ekspresiyle birlikte gelen ziyaretçi sayısının artması
- Tüketicilerde Coğrafi işaret bilincinin artması
- Bölgenin, teşvik uygulamalarında 6. Bölgede yer alması
- İhracat konusunda devlet desteği ve teşviklerinin olması
- SERKA, TKDK, KOSGEB ve İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'nün sektörden gelen projeleri desteklemesi
- Ar-Ge, İnovasyon, Markalaşma ve pazarlama teknikleri için çeşitli kurumların destek vermesi
- Bölge illerinin cazibe merkezi kapsamında olması
- Kars kaşarı pazarının tüm Türkiye'ye yayılmış olması
- Kültür ve kış turizmi potansiyelinden doğan fırsatlar
- Müşterilerin ürün çeşitliliğine (kaşarın farklı ebat ve aromaları gibi) yönelik talepte bulunmaları
- Eskiden 3 aylık üretimle gereksinimler karşılanabiliyorken şimdi 12 ay boyunca talep bulunması
- Küçük ölçekli işletmeler için kooperatifleşmenin getireceği olanaklardan yararlanabilme olanığının bulunması

## TEHDİTLER

- Avans sistemi
- Peynir altı suyu tesisinin olmaması
- Köylerin sürekli göç vermesi
- Gençlerin ve kadınların üretimden uzaklaşıyor olması
- Hammaddenin her geçen gün azalması ve süt temininde sıkıntı yaşanması
- Turizmin satışları arttırmasıyla birlikte işletme sayıları ve rekabetin artması
- Dışarıdan gelen ürünlerin Kars kaşarı imajına zarar vermesi ve marka imajının gelişimini zora sokması
- İstihdamın sürdürülebilirlik sorunu nedeniyle (sezonluk istihdam) sektördeki nitelikli personelin kaşar üretimine adaptasyonunun sağlanamaması.
- Ekonomik olumsuzluklar nedeniyle küçük işletmelerin kapanma riski ile karşı karşıya kalması ve sektörde tekelleşme riskinin oluşması
- Avans olarak verilen paranın zamanla değer yitirmesi
- Hem şimdi hem de gelecekte usta bulma sorununun olması
- Gurbetçilere daha yüksek fiyattan süt ürünleri satıldığı için sezon içinde süt tedarikinde ilave sorun yaşanması.
- Yıkıcı ve haksız bir rekabetten kaynaklı köy kapma mücadelesinin yaşanması
- Tarım ve hayvancılık teşviklerinin denetimsizliğinin köylüyü tembelleştirmesi.
- Tarım ve hayvancılık faaliyetlerinde girdi maliyetlerinin yüksek olması



#### 4.6. Eylem Planı

Bu bölümde Kars ve Ardahan İllerinde Kaşar Peyniri Üreten İşletmelere ve genel olarak da sektöre yönelik kapsamlı bir eylem planına yer verilmektedir.

Tablo 102.Kars ve Ardahan İllerinde Kaşar Peyniri Üreten İşletmeler İçin Eylem Planı

Eylemin Adı	Sorumlu Kurum	Uygulama Yılı	Açıklama
1. Süt miktarının artırılması	Tarım ve Orman Bakanlığı Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, Kars Süt Üreticileri Birliği, Ardahan Süt Üreticileri Birliği Kars Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği Ardahan Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği	2022-2027	Kars ve Ardahan İllerinde hayvanlarda süt veriminin artırılması için Kamu ve Mesleki kurumlar birlikte çalışmalıdır. Bir inekten en fazla süt elde etmek için barınak şartlarının iyileştirilmesi, bakım ve beslenme, süt ineği besleme programı, rasyon hazırlama gibi konularda çiftçilere/üreticilere sürekli ve uygulamalı eğitimler verilerek süt verimi artırılabilir. Süt miktarının artırılması için sürülerde kısır kalan inek sayısı en az olmalıdır. Bu konuda da özellikle besleme ve barınak şartlarına yönelik iyileştirmeler yapılmalıdır. Süt sığırcılığı için gerekli olan beşeri ve diğer alt yapılar yeterince geliştikten sonra, süt verimi yüksek sığır ırkları elde etmek için ıslah çalışmalarına devam edilmelidir.
2. Süt üreticilerinin kooperatifleşmesi	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Valiliği, Kars İlçe Kaymakamlıkları Ardahan Valiliği Ardahan İlçe Kaymakamlıkları İlgili STK'lar	2022-2025	Süt üreticilerinin bir araya getirilerek, kooperatif aracılığıyla süt satışlarının yapılması, üretimde sağlıklı kayıt tutulması ve sütün değerinin güncel fiyatlardan oluşması sağlanmalıdır. Böylece süt üreticilerinin yem, aşı, tedavi ve ilaç gideri gibi ortak giderlerin daha ekonomik hale getirilmesi sağlanacaktır. Ayrıca süt hijyen ve kalitesinin artırılmasına olumlu etki edecektir.

<p style="text-align: center;"><b>3. Kars Kaşarının kalitesinin korunması</b></p>	<p style="text-align: center;">Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Valiliği, Kars İlçe Kaymakam- lıkları Ardahan Valiliği Ardahan İlçe Kayma- kamlıkları Kaşar peyniri üreticileri</p>	<p style="text-align: center;">2022-2027</p>	<p>Coğrafi İşaret tescilli Kars kaşarının kalitesinin korunması açısından üreticilerin üretim yöntemi konusunda bilgilendirilmesi gerekmektedir. Ayrıca Kaşar peyniri üreticileri belli periyotlarla denetlenmelidir.</p> <p>Kars Kaşarı üreten işletmeler üretim sezonunda aşağıda temel kriterlere göre sürekli denetlenmelidir:</p> <p>Mayıs-Ağustos aylarında merada serbest dolaşımdaki hayvanların sütlerinden üretilir.</p> <p>Kars kaşarına maya ve tuz hariç hiçbir katkı maddesi katılmaz</p> <p>Kars Kaşarında son işçilik elle yapılır ve peynir usta marifetiyle üretilir.</p> <p>Kars Kaşarı üretildikten sonra hava koşullarına göre en az 30-40 gün doğal şartlarda olgunlaştıktan sonra soğuk hava depolarına kaldırılır.</p> <p>Bu şekilde hem ürünün kalitesi hem de ürünün imajı korunmuş olacaktır.</p> <p>Çünkü Coğrafi İşaret tescilli Kars Kaşarının kalitesinin korunması son derece önem arz etmektedir. Bu noktada ilgili kurumlar özellikle kaşar üreticilerini hem denetlemeli hem de ürünün özünü korumak için eğitim ve ikna yoluna gitmelidir. Gerçek Kars kaşarı üretenlerin, aslına uygun üretim yapmayanları uyaracağı, otokontrol ve iç denetim mekanizmasının gelişeceği bir mekanizma kurulmalıdır.</p>
---	---	--	---

<p>4. Kaşar üreticilerinin örgütlenmesi</p>	<p>Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Valiliği, Kars İlçe Kaymakamlıkları Ardahan Valiliği Ardahan İlçe Kaymakamlıkları Kars Ticaret ve Sanayi Odası Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası İlgili STK'lar</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Kamu ve sivil toplum örgütlerinin desteği ile bu sektörün Kars ve Ardahan'daki küçük üreticiler (yıllık 50 ton ve altı üretim yapan) bir araya getirilebilir. Bu durum küçük işletmelerin devamlılığında girdi maliyetlerinin azalmasına ve sektörde rekabet güçlerinin artmasına neden olabilir. Üreticilerin kuracağı dernek, kooperatif vb. kuruluşların yönetiminde bağımsız ve profesyonel yöneticiler yer almalıdır. Çünkü yörenin sosyal ve beşeri sermayesi kolektif örgütlenmeyi yürütecek nitelikte değildir.</p>
<p>5. Kars ve Ardahan'da modern kaşar depolama ve paketleme üniteleri kurulması</p>	<p>Kars TKDK Koordinatörlüğü, Ardahan TKDK Koordinatörlüğü, SERKA, KOSGEB, Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Kars ve Ardahan'da özellikle küçük üreticilerin ürünlerini yerleştireceği iklimlendirmeli peynir olgunlaştırma, depolama ve paketleme tesisleri bulunmamaktadır. Bu durum ürünün olgunlaşma sürecinde ve paketlenmesinde yetersizliklere neden olmaktadır. KOSGEB desteklerinden olan" İş Birliği- Güç Birliği" programlarından faydalanılması için üreticiler bir araya getirilmeli ve bu yönde teşvik ve destek olunmalıdır.</p>
<p>6. Pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi</p>	<p>Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, SERKA, Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası,</p>	<p>2022-2024</p>	<p>Kars ve Ardahan'daki kaşar üreticilerinin dijital perakende satış konusunda ciddi anlamda zayıf oldukları görülmektedir. Bu kapsamda peynir üreticilerine dijital pazarlama, online pazarlama ve sosyal medya kanalları üzerinden pazarlama konusunda uygulamalı eğitimler verilmelidir.</p>

<p><b>7. Avans Sisteminin Kaldırılması</b></p>	<p>Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Üretici Örgütleri</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Sütte avans sistemi peynir üreticisi ve süt üreticisi için uygun bir yöntem değildir. Sistem günümüz piyasa şartlarına uygun olmayıp, riskleri fazla olan bir yöntemdir.</p> <p>Özellikle süt üreticilerinin kooperatifler altında bir araya gelmesi bu meselenin çözümü için bir alternatiftir. Diğer bir alternatif ise köylerde süt sığırlarının tamamının barınacağı ortak ahır, barınma, gider ve gelirin birlikte yapıldığı yeşil zon alanların oluşturulması</p>
<p><b>8. Mera Islahı Yapılması ve Göçerlerin Önlenmesi</b></p>	<p>Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Valiliği, Kars İlçe Kaymakamlıkları Ardahan Valiliği Ardahan İlçe Kaymakamlıkları Köy Muhtarları</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Kars kaşarının merada serbest dolaşımdaki hayvanların sütünden üretildiği bilinmektedir. Son yıllarda meraların göçerlere satılması ve kiralanması göçerlerin Kars ve Ardahan mera ve yaylalarını on binlerce küçükbaş hayvanla Haziran başından Ekim sonuna bazen Kasım'ın başına kadar kullanmalarına yol açmaktadır. Bu durum meralarda ağır tahribatlara neden olmaktadır. Göçer hayvancılık, ağır mera tahribatlarıyla, yörede arıcılıktan sütçülüğe, besicilikten salgın hayvan hasatlıklarına kadar bir dizi olumsuzlukları beraberinde getirerek yöre hayvancılığında ağır tahribatlara neden olmaktadır. Göçer hayvancılık ve meraların kiraya verilmesi hususunda ilgili kamu kurumları ve mera sahipleri gerekli hassasiyeti göstermelidir.</p>
<p><b>9. Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Desteklenmesi</b></p>	<p>TKDK, SERKA, Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Süt sığırcılığı destekleri ve teşvikleri devam etmelidir.</p> <p>Ancak süt sığırcılığı yapacak işletmede hayvan başına düşen ekilebilir alan belirtilmeli, sulanabilir tarım arazisi ve toplu arazi şartları konulmalıdır.</p>

10. İl dışında üretilen Kaşar peynirlerinin Kars kaşarından ayrılması	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Üretici Örgütleri	2022-2023	Türkiye'nin farklı yerlerinde üretilen kaşarların Ardahan ve Kars'ta üretilmiş gibi gösterilmesi ve pazarlanması, ürün kalitesine zarar verdiği gibi, müşterilerin de aldatılması anlamına gelmektedir. Bu durum tespit edildiğinde ağır yaptırımlar uygulanmalıdır.
11. Kaşar üretiminde doğallığın korunması	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Üretici Örgütleri Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi	2022-2025	Endüstriyel üretimle beraber peynirlerle fosfat tuzları, emulgatörler ve renklendiriciler katılmaktadır.  Ardahan ve Kars yöresinde özellikle yaz ayları üretiminde bu maddelerin hiçbirine müsaade edilmemelidir.  Bu anlamda "Coğrafi İşaret tescil belgesinde Kars Kaşarına tuz ve maya hariç hiçbir kimyasal madde katılmaz" ibaresine uyulması ürünün geleceğe taşınmasına olumlu katkı verecektir.
12. Ardahan'da Hayvancılık Araştırma Enstitüsünün Kurulması	Ardahan Üniversitesi, YÖK, Tarım ve Orman Bakanlığı	2022-2027	Ardahan Üniversitesi bünyesinde il genelindeki çiftçilerin hayvan hastalıklarına ilişkin sorunlarına çözüm üretecek, verim artışı sağlayacak ve ıslah çalışmalarını yürütecek bir araştırma enstitüsü kurulmalıdır. Özellikle bölge ekonomisinde önemli yeri olan sığırcılık, arıcılık ve kazcılığın gelişmesi yönünde yetiştiricilere bilimsel destek verilip rehberlik yapılmalıdır.
13. Süt Destek Ödemelerinin Yükseltilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı	2022-2023	Gerek süt üretiminin teşvik edilerek artırılması gerekse süt üretim miktarının sağlıklı bir şekilde kayıt altına alınması amacıyla destek ödemesinin artırılması faydalı olacaktır.
14. Arazi Toplulaştırılması	Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	2022-2025	Uzun zaman önce köyünden göç eden kişilere ait arazilerin yeniden tarıma kazandırılması gerekmektedir. Bu konuda özellikle çok hisseli arazilerden dolayı köylerdeki küçük işletme sahipleri SERKA ve TKDK gibi kurumların desteklerine teknik olarak başvuramamaktadırlar.

<p>15. Yöresel Ürünlerin Coğrafi İşaretinin Alınması</p>	<p>SERKA, Ardahan Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, İlgili STK'lar</p>	<p>2022-2025</p>	<p>Kars ve Ardahan'da kaşar dışındaki diğer geleneksel peynir türleri ve kaz eti olmak üzere doğal üretimin korunması ve coğrafi işaretinin alınması gerekmektedir. Böylece hem bu ürünlerin markalaşması sağlanacak hem de yöreye doğal ürünler bakımından önemli bir katma değer kazandırılacaktır.</p>
<p>16. Yerel ve Geleneksel Peynirler buluşması gibi etkinliklerin düzenlenmesi</p>	<p>SERKA, Ardahan Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, Üniversiteler İlgili STK'lar, Kars Belediyesi Ardahan Belediyesi, Kars Ticaret ve Sanayi Odası Ardahan Ticaret ve</p>	<p>2022-2023</p>	<p>Kars ve Ardahan İleri'nde her yıl yerel ve geleneksel peynir festivalleri düzenlenmelidir.</p> <p>Bu aktiviteler en az iki günlük olmalı ve etkinlikler her iki ilimizi de kapsamalıdır.</p>
<p>17. Kars Peynir Rotasının aktif hale getirilmesi</p>	<p>SERKA, Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası, İlgili STK'lar</p>	<p>2022-2023</p>	<p>Kırsal Turizme ve kalkınmaya destek verecek olan Kars Peynir rotasının gelişimi için gerekli alt yapı düzenlemeleri yapılmalıdır.</p> <p>Çıldır Göl'ünün Kuzeyinden geçen bu rota üzerinde bulunan peynir işletmelerine eğitim ve turizm hizmeti konusunda ihtiyaç duyulan destekler verilmelidir.</p> <p>Çıldır Gölü kuzey tarafında ulaşımın zorlukla yapıldığı patika yol asfalt olmalıdır.</p> <p>Bu rotanın doğal güzellikleri ve tarihi dokusuyla kırsal turizme kazandırılması başta kaşar ve diğer geleneksel peynirler olmak üzere, diğer hayvansal ürünlerin de yerinde üretilip pazarlanmasına imkan verecektir.</p>



18. Peynir Altı Suyu (PAS) Tesisinin kurulması	Tarım ve Orman Bakanlığı TKDK	2022-2027	Ardahan ve Kars illerinde peynir altı sularının çevreye verdiği zararlı etkiden korunmak ve aynı zamanda peynir altı suyu ürünleri geliştirmek için her iki ilimizde de peynir altı suyu işleme tesisi kurulmalıdır. Bu tesis kurulmadan önce yörenin PAS özellikleri çok iyi incelenerek, hangi ürün yada ürünleri üretmeye uygun olduğuna karar verilerek, ondan sonra tesisler kurulmalıdır.
19. Köylerde yeşil zon projesi uygulanması	Kafkas Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, Tarım ve Orman Bakanlığı TKDK	2022-2027	Pilot olarak seçilecek hanesi 30-50 olan köylerde hayvan barınakları tek bir alanda ve tek bir barınak biçiminde düzenlenmelidir. Bu oluşum için gerekli organizasyonlar yapılmalıdır. Böylece ortak olarak kullanılacak tek bir alanda insan, alet ve ekipman tasarrufuna gidilmelidir. Köyler modern barınaklara kavuşmalıdır. Aynı zamanda köy içlerine hayvan girişinin önüne geçilerek çevre temizliği ve hijyeni sağlanmalıdır. Toplum sağlığına olumlu katkılarda bulunulmalıdır.
20. Peynir atölyelerinin kurulması	SERKA, Ardahan Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, Milli Eğitim Bakanlığı	2022-2025	Usta yetiştirme Sektörün ihtiyaç duyduğu insan gücünü (özellikle peynir ustası) sağlamak amacıyla peynir ustası ve ara elemanların yetiştirileceği atölyeler oluşturulmalı. Bu atölyeler hem yöredeki peynir işletmelerine eleman desteği sağlamalı hem de turizme hizmet etmelidir. Peynir yapımını deneyimlemek isteyen ziyaretçilere kendi peynirini kendin yap sloganıyla peynir atölyelerinde eğitim verilmelidir. Böylece turizmde çeşitliliğin artırılmasına katkı sağlanacaktır.
21. Kaşar peynirinin her türlü analizinin yapılabileceği alt-yapı sisteminin kurulması	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı	2022-2023	Özellikle işletmelerin süt alımlarında hileli sütleri anlayabilmeleri, üreticileri hile yapmaktan caydırmaları ve kaşarın kalitesi korumak açısından gereksinim duydukları analizleri yapabilmeleri önem arz etmektedir. Bu bağlamda İl Tarım ve Orman Müdürlükleri bünyesinde analiz olanakları ile hem süt üreticilerinin hilesiz süt verme hem de işletmeler açısından hilesiz süt alabilme imkânı doğacaktır.

22. İstekli bir kaç firma ile franchising sisteminin kurulması	Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası	2022-2025	Üretim hacmi yüksek, bayilerinin taleplerini karşılayabilecek kaynaklara sahip birkaç firmanın kaşar peyniri bayilikleri vermesi ya da franchising sistemini benimsemesi, hem kaşar pazarının yaygınlaşması hem de işletmeye getiri sağlaması açısından özendirici olabilir.
23. Bilimsel ve yerel metodları birleştirecek yeni oluşumların hayata geçirilmesi	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü,	2022-2025	Kaşar peynirine olan yoğun talebin karşılanması ve mevcut pazar payının kaybedilmemesi açısından, kaliteyi bozmadan yeni bilimsel metodların geleneksel üretim teknikleriyle birleştirilmesi gerekmektedir.
24. Temel ürün olan geleneksel kaşarın niteliği korunarak ürün çeşitlemesine gidilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı, Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü,	2022-2025	Pazarda var olan farklı tüketici kitlesinin beklentileri doğrultusunda farklı damak tatlarına hitap edecek yeni kaşar türevlerinin üretilmesi yönünde Ar-Ge çalışmalarının yapılması gerekmektedir.
25. Müstahsillik sisteminin sistematik işleyişinin sağlanması	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Tarım ve Orman Bakanlığı	2022-2023	Özellikle çiğ süt miktarının yasal kayıt altına alınması ve üreticilerin çiğ süt teşviklerinden yararlanabilme olanağına kavuşması açısından müstahsillik sisteminin işleyişinin sistematik olarak sağlanması yönünde çabalar gösterilmelidir.
26. Hibe/destek veren kurumların mevzuatlarının revize edilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı, Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, SERKA, TKDK, KOSGEB	2022-2027	Resmi kurumlarca özellikle şart koşulan makine-teçhizatlarına kaşar işletmelerinin gereksinimi karşılayacak özellik ve ebatlarda olması ve yine küçük işletmelere kolaylık sağlayacak yapılanmaya gidilmesi sektörün geleceği açısından önemlidir.

27. Fire oranlarının tespiti için meslek komitelerinin aktif hale getirilmesi	Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası	2022-2023	İşletmelerin üretim öncesinde, üretimde ve üretim sonrasında karşılaştıkları fireler konusundaki dezavantajlı durumları iyileştirilmelidir. Bu kapsamda fire ve zayıf oranları ilgili meslek komitesinin görüşü doğrultusunda görevlendirilecek eksper heyetinin raporuyla tespit edilmeli ve bu oranların işletme sahiplerinin ödeyecekleri vergiden düşülme sağlanmalıdır.
28. İstatistik düzenlenmesi ve sistematik veri tutulması	Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Kars Ticaret ve Sanayi Odası, Ardahan Ticaret ve Sanayi Odası	2022-2027	Süt ve süt ürünleri her iki ilin de en temel ticari ürünleri olmasına bu konuda sistematik bir kayıt sisteminin bulunmaması ve güvenilir net bilimsel istatistiklerin tutulmaması büyük bir eksikliktir. Bu çerçevede başta İl Tarım ve Orman Müdürlükleri olmak üzere her iki ildeki ticaret ve sanayi odasında sektörle ilgili verilerin sistematik olarak kayıt altına alınacağı ve düzenli aralıklarla yayınlanabilecek istatistiklerin düzenlenmesi gerekmektedir.
29. Köylerdeki göçün engellenmesi ve geriye göçün özendirilmesi	Tarım ve Orman Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Kars Valiliği, Ardahan Valiliği SERKA TKDK	2022-2027	Süt ve süt ürünlerinin kaynağı olan köylerde bu ürünlerin üretiminde çoğunlukla gençler ve kadınlar yer almaktadır. Ancak son dönemlerde gençlerin ve kadınların şehirlere göç etme eğilimlerinin oldukça yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Bu göçlerin en azından hızının azaltılması için illerin sosyo-ekonomik koşullarının iyileştirilmesi gerekmektedir. Başta sağlık ve eğitim olmak üzere sosyal donatı alanlarının oluşturulması, gençler ve kadınların sigortalanması, su ve elektrik gibi temel alt yapı yatırımlarının gerçekleştirilmesi son derece önem arz etmektedir. Yaşanan her bir göç eylemi sütün kaynağının azalması demektir. Öte yandan göçün durdurulmasının yanı sıra geriye göçün de mümkün olduğunca özendirilmesi gerekmektedir. Ajanslar, bu anlamda özellikle kırsal kalkınma projelerini desteklemelidir. Ayrıca geri dönüş memleketine yatırım yapmak isteyenlere istihdam sağlamaları koşuluyla bedelsiz arazi tahsis edilmeli, vergi muafiyeti sağlanmalı ve teşviklerden yararlanmaları kolaylaştırılmalıdır.

30. Süt üreticilerine girdi desteğinin sağlanması	Tarım ve Orman Bakanlığı	2022-2025	Süt üreticileri için temel girdiler olan gübre, mazot ve yem konusunda ciddi destek sağlanmalıdır. Böylece yüksek girdi maliyetlerinden kurtulan süt üreticileri için tarım ve hayvancılık faaliyeti karlı hale gelecek ve bu sektörden ayrılmak istemeyeceklerdir. Aksi durumda sektörden yavaş yavaş kopmaların yaşanması kaçınılmaz olacaktır.
---	--------------------------	-----------	---

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kars ve Ardahan'da kaşar peyniri üreten işletmelerin çok boyutlu bir analizi yapılarak hem sektörün hem de işletmelerin mevcut durumunu ortaya çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada çeşitli sonuçlar elde edilmiştir. Ancak anket ve mülakatlardan elde edilen araştırma bulgularıyla ilgili sonuç ve önerilere ilgili bölümlerde detaylıca yer verildiği için burada sonuçlar ışığında genel bir değerlendirme yapılacaktır. Öncelikle araştırma kapsamındaki kaşar peynirinin de dahil olduğu süt ve süt ürünleri üretiminin hem dünyada hem de Türkiye'de önemli miktarlara ulaştığı görülmektedir. Bu gelişme sektör açısından olumlu bir gösterge olarak değerlendirilmektedir. Ancak bu durumun araştırmanın gerçekleştirildiği Kars ve Ardahan için de geçerli olduğunu söylemek oldukça zordur. Zira her iki ilin sosyo-ekonomik açıdan geri kalmışlıklarının yanı sıra özellikle süt konusundaki yetersizlikten dolayı sektörün ve işletmelerin geleceği ciddi bir tehdit altındadır. Mevcut verilere göre Kars ve Ardahan, Türkiye'de en çok göç veren iller arasında yer almaktadır. Ekonominin büyük ölçüde tarım ve hayvancılık sektörüne dayandığı bu illerde yaşanan hızlı nüfus azalışı, sektörde faaliyet yürütecek insan kaynağının yok olmasını da beraberinde getirmektedir. Son dönemlerde özellikle köylerde artan göç hareketleriyle birlikte kadın ve çocuk sayısında azalış kaydedilmesi hayvancılık faaliyetlerini sekteye uğratabilecek önemli bir tehdittir.

Nitekim süt üretiminin çoğunlukla köylerde yürütülen hayvancılık faaliyetiyle olan ilişkisi dikkate alındığında köylerde yaşanan ciddi nüfus azalışlarının peynirin hammaddesi olan sütün de giderek azalmasına yol açması kaçınılmaz bir sonuçtur. Göçle birlikte sütün temin edildiği köylerin boşalmasının yanı sıra bölgede süt hayvancılığının yetersiz oluşu ve mevcut hayvan ırklarının verimliliklerinin düşük olması ciddi bir hammadde (süt) yetersizliği yaratmaktadır. Hammaddede yaşanan yetersizlik hem süt işletmelerinin eksik kapasiteyle çalışmalarına hem de aralarında adeta süt savaşları yaşanmasına yol açmıştır. Coğrafi işaret tescilinin yanı sıra Doğu Ekspresi bağlamında turizmde yaşanan olumlu gelişmelerle birlikte kaşar peynirinde meydana gelen talep artışlarının çevre illerden (Iğdır, Erzurum) karşılanmaya başladığı tespit edilmiştir. Aynı şekilde sütün de bu illerden karşılanmaya başlanması orijinal Kars kaşarının lezzeti, aroması ve en önemlisi de imajı açısından gelecekte ciddi riskler barındırması kaçınılmazdır.

İşletmelerin sözü edilen süt yetersizliğini aşmak ve daha fazla süt elde etmek için üreticilere önceden yüklü miktarda nakit ödemeler yapması beraberinde avans sistemini ortaya çıkarmıştır. Süt yetersizliği ve avans sistemiyle ilgili bu tespit aynı zamanda araştırmanın en önemli bulgusu olarak karşımıza çıkmıştır. Süt yetersizliği, daha fazla köy (süt) almak isteyen işletmeleri avans sistemine yönettiren beraberinde işletmeler ve üreticiler açısından ciddi sorunların ortaya çıktığı görülmüştür. Öncelikle ellerindeki nakit parayı henüz almadıkları süt için (gelecek yılın sütü) avans olarak üreticilere dağıtan işletme sahipleri adeta görünmez bir ticaret gerçekleştirerek ciddi bir risk üstlenmektedirler. Zira gerek üretici gerekse kuraklık gibi doğal koşullardan kaynaklı olarak dağıtılan avansların önemli oranda geri dönmediği tespit edilmiştir. Bu durum hem paranın zaman değeri hem de makine-ekip-

mana ayrılacak mali kaynağın azalması açısından ciddi bir sorundur. Avans sistemi bu yönüyle bölgede sermaye birikiminin gelişmesine de engel teşkil etmektedir. Bununla birlikte ot, saman, kredi taksiti gibi yüklü miktarlar gerektiren ödemelerini peşin ve toplu bir para ile yapan üreticiler için avans sistemi, oldukça avantajlı bir sistem olarak düşünülmektedir. Oysa avansın toplu ve peşin alınmasının verdiği rahatlıkla sütü birkaç yıl gecikmeli ödeyen bazı üreticiler, her yıl anlaşma yapılan eski fiyat üzerinden süt vermek zorunda kaldıkları için dezavantajlı bir duruma düşmektedirler. Dolayısıyla hem işletmeci hem de üretici açısından görünürde avantajlı ama gerçekte dezavantajlı olan avans sisteminin acilen kaldırılması gerekmektedir. Kars ve Ardahan'daki işletmecileri üretimden soğutan ve her geçen gün kronik bir soruna dönüşen avans sistemi ancak kooperatiflerle çözüme kavuşturulabilir. Böylece her işletme kooperatiften kapasitesi ölçüsünde süt temin edip ödemesini de günlük veya aylık yapabilecektir. Ancak işletmecilerin birbirlerine olan güvensizlikleri ve köy kapma mücadeleleri kooperatifçiliğin önündeki en büyük engeldir. Bu durum girişimcilerin sosyal sermayelerinin ne kadar düşük olduğunu göstermesi açısından da önemlidir. Bu yüzden kamu eliyle büyük köylerde kooperatifler kurulmalı, kurulamayan yerlerdeki sütlerin de soğuk zincirle buralara taşınması sağlanmalıdır. Ayrıca bu kooperatiflerle birlikte kurulacak satış mağazalarında işletmecilerin paketleme ve ambalajlama ürünlerini daha düşük maliyetle hızlıca temin edilmeleri sağlanmalıdır. Çünkü bu tür malzemelerin işletmelerin yıllık giderler içindeki payının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Bu sorunların yanı sıra işgücü konusunda da ciddi sıkıntıların yaşandığı görülmüştür. Sektörde vasıflı-vasıfsız, teknik personel fark etmeksizin her düzeyde işgücüne ihtiyaç olduğu gibi özellikle peynir ustası bulmada önemli sorunlar yaşandığı ve geriden usta yetişmediği tespit edilmiştir. Ayrıca işgücünün de avans sistemiyle çalıştığı ve ücretlerini toplu aldığı bu durumun işletmeler açısından ilave sorun yaratsa da usta eksikliğinden dolayı buna göz yumulduğu görülmüştür. Bu sorunun çözümü için peynir atölyeleri kurularak buralarda sektör için gerekli işgücünün acilen yetiştirilmesi gerekmektedir. Öte yandan sektördeki işgücü açığının büyük ölçüde Afgan göçmenlerle kapatılmaya çalışılması da araştırmamızın önemli bir tespiti olmuştur. Bu şartlar altında faaliyetlerini sürdüren işletmelere SERKA, TKDK, İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve KOSGEB gibi kurumlar üzerinden destek ve teşvik verilmesi kuşkusuz çok önemlidir. Ancak gerek kurumların mevzuatlarından kaynaklı sorunlar gerekse projelerin kabul süreci, denetim ve kontrolü gibi alanlarla ilgili olarak teşvik konusunun üzerinde önemle durulması gerekmektedir.

Zira teşviklerin isabetli kullanılmadığı ve denetimlerin yetersiz kaldığı dile getirilmiştir. Şikâyetlerin ilk sırasında ise özellikle peynir altı suyundan dolayı kesilen cezalar ve çevre illerden gelen peynirlerin satıldığı satış mağazalarının denetlenmemesi gelmektedir. Bu noktada peynir altı suyunun işletmeler açısından ciddi sorun olduğu tespit edilmiş ve böylesi yüksek maliyetli bir yatırımın ancak kamu gücüyle yapılabileceği sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte kaşar peyniri gibi özel ve önemli bir ürünün düzenli olarak kayıt altına alınmamasından kaynaklı olarak ciddi bir veri eksikliğinin olması araştırmanın önemli tespitlerinden bir olmuştur. Bu



konuda hem ilgili resmi kurumların hem de işletmelerin gerekli hassasiyeti göstermeleri son derece önem taşımaktadır. Ayrıca saha araştırmasında küçük işletmeler ile büyük işletmelerin sorunlarının çok net ayrıştığı görülmüştür. Büyük işletmeler mali güçlerinin verdiği avantajla daha fazla köy alırken, kurumların projelerinden de yararlanabilmekte ancak küçük işletmeler arazi mülkiyet sorunlarından (tapu vb.) dolayı projelere başvuramadıkları gibi düşük bütçelerinden dolayı yeterince köy (süt) alamamaktadır. Böylece küçük mandıraların adeta sektörün dışına itildiği büyük işletmelerinse sektörde tekelleşme riski yarattığı tespit edilmiştir.

Öte yandan işletmelerin kullandıkları makine ve ekipmanda teknolojiyi yakından takip ettikleri ancak pazar sorunu olmadığı için reklam ve pazarlamaya bütçe ayırmadıkları tespit edilmiştir. Süt yetersizliğinden dolayı iç talebi bile karşılayamayan işletmelerin zincir marketlerle uzun vadeli anlaşma, ürün çeşitliliği ve ihracat yapamadıkları da araştırmada tespit edilmiştir. Ayrıca üretim faaliyetlerinden kaynaklanan firelerin yüksek oranda olmasına rağmen işletmelerin (firelerin tespiti ve vergiden düşülmesi) konuyla ilgili bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmış ve bu konuda Ticaret ve Sanayi Odalarına önemli rol düştüğü tespit edilmiştir. Bütün bu değerlendirmeler ışığında sektördeki en büyük sorunun süt yetersizliği ve avans sistemi olduğu, bu yüzden işletmelerin gelecek planı yapamadıkları ve büyük bir belirsizlik yaşadıkları görülmüştür.

## KAYNAKÇA

Akkaya, S. ve Mail, S. (2021). *2020 Dünya ve Türkiye’de Süt Sektör İstatistikleri*, (1. Basım). Ulusal Süt Konseyi Yayınları.

Ardahan İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, <https://ardahan.tarimorman.gov.tr/>

Arınç, K. (2018). Boğatepe Köyü’nde Gravyer peyniri üretimi ve sürdürülebilir gelişme bakımından önemi (Kars/Türkiye). *Türk Coğrafya Dergisi*, (70), 7-18.

Badem, C. (2014). Rus Yönetiminde Kars ve Kars’ta Peynir üretimi (1878-1918). (Ed.). İ. Koçulu vd., *Alplerden Kafkaslara Kars Peynirciliğinin 150 Yıllık Tarihi* içinde. (ss.44-71). Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği-Tarih Vakfı Yayını

Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. (16. Baskı). Pegem Akademi, Ankara.

Cırık, Ö. (2019). *Doğu Anadolu Yerel Peynirleri Ve Yerel Peynir Üreticileri Envanter Çalışması Projesi Raporu*, SERKA 2019 Yılı 1. Dönem Teknik Destek Programı Raporu

Çimen, H. (2014). Ardahan’ın turizm potansiyeli. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(21) , 100-108.

Demir P. (2009). *Kars ili süt sanayi işletmelerinde üretim ve sanayi entegrasyonunun ekonomik ve sosyo-ekonomik analizi*. (Yayınlanmamış doktora tezi) Ankara Üniversitesi, Ankara.

Demir, P. (2011). Kars ilindeki süt üreticilerinin bazı teknik bilgi düzeylerinin araştırılması. *Atatürk Üniversitesi Veteriner Bilimleri Dergisi*, 6(1), 47-54.

Doğan, A. (2009). Ekonomik Gelişme Sürecine Tarımın Katkısı: Türkiye Örneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9 (17) , 365-392.

Durlu-Özkaya, ve Gün, İ. (2007). Anadolu’da peynir kültürü. ICANAS, *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi Özet Kitabı*, 10-15 Eylül, Ankara, Türkiye.

Ergin, D. (2013). Örneklemeye. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(3), 111-124.

FAO. (2021). Crops and livestock products, <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL/visualize> (Erişim: 11.12.2021)

Gelibolu, L. (2009). Kars Kaşar Peyniri İşletmelerinin Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, 23(3), 151-167.

Gelibolu, L. ve Çelik, A.K. (2015). Kars İlindeki Tüketicilerin Kaşar Peyniri Satın Alma Davranışlarını Etkileyen Faktörlerin Sıralı Modeller ile Analizi, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* Yıl: 6(11), 107-130.

Güzeler, N. ve Koboyeva, F. (2020). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Üretilen Peynir Çeşitleri. *OKU Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*. 3(2), 172-184.

Hayaloğlu, A. A. (2008). Türkiye'nin peynirleri-Genel bir perspektif. *Türkiye 10. Gıda Kongresi Bildiri Kitabı*, (ss.729-732). 21-23 Mayıs 2008, Erzurum, Türkiye.

Kars İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2021). *Turizm istatistikleri*, <https://kars.ktb.gov.tr/TR-288099/turizm-istatistikleri.html> (Erişim:15.10.2021)

Kars İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, <https://kars.tarimorman.gov.tr/>

Öztek, L. (1983). *Kars ilinde yapılan kaşar peynirlerinin yapıları, bileşimleri ve olgunlaşmaları üzerinde araştırmalarla bunların diğer peynir çeşitleri ile kıyaslanması*, Atatürk Üniversitesi Yayınları.

Özyakışır, D. (2013). *Göç-kuram ve bölgesel bir uygulama*, Nobel Yayınevi.

Özyakışır, D. (2020). Ardahan'ın kronik göç sorunu: sosyoekonomik bir değerlendirme. (Ed.), İ. Kurtbaş, *Ardahan Değerlemeleri-II içinde* (ss.319-356). Nobel Yayınevi.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). İllerin ve bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE-2017, Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü Yayını Sayı: 3.

SERKA. (2011a). *TRA 2 Bölgesi sağlık altyapısı mevcut durum ve sorunlar*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2011b). *Doğu Anadolu bölgesi büyükbaş hayvancılık çalıştay raporu*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2012a). *TRA2 Bölgesi'nde Süt Ve Süt Ürünleri Sektör Raporu*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2012b). *Kars'ın sosyoekonomik durumu ve uygun yatırım alanları*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2013). *Ardahan'ın sosyoekonomik durumu ve uygun yatırım alanları*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2014). *TRA2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SERKA. (2010). *TRA2 Düzey 2 Bölgesi 2010-2013 Bölge Planı*. Serhat Kalkınma Ajansı Yayınları.

SETBİR. (2021). *Süt ve Süt Ürünleri Üretim İstatistikleri 2021*. <https://www.setbir.org.tr/istatistikler.php?bl=172> (Erişim: 17.12.2021)

Şahin, M (2021). *Kars Kaşarı Coğrafi İşaret Tescili Denetimi Raporu*.

TANAP. (2019). *Ardahan- Erzurum-Kars Ekonomik Büyüme Programı, Sektör Analiz Raporu*. [https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/TANAP\\_Ekonomik-](https://habitatdernegi.org/wp-content/uploads/TANAP_Ekonomik-)

Buyume\_SektorAnalizRaporu\_09012019-min.pdf (Erişim: 15.12.2021)

TEPGE, (2021). *Süt Ve Süt Ürünleri Durum Tahmin Raporu*, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE) Yayın No: 331. Ankara

TİGEM. (2021). *2020 Yılı Hayvancılık Sektör Raporu*.

TİGEM. (2020). *2019 Yılı Hayvancılık Sektör Raporu*.

TÜİK. (2016). İllerde yaşam endeksi il sıralamaları ve endeks değerleri, 2015 <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=İllerde-Yasam-Endeksi-2015-24561> (Erişim:20.11.2021)

TÜİK. (2021). *Hayvansal üretim istatistikleri*. <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=tarim-111&dil=1> (Erişim: 15.12.2021)

TÜİK. (2021a). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, 2019, Haber Bülteni*. Sayı:33705. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2019-33705> (Erişim:20.11.2021)

TÜİK, (2021b). *Nüfus Projeksiyonları, 2018-2025*, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Nufus-Projeksiyonlari-2018-2080-30567> (Erişim:20.11.2021)

TÜİK, (2021c). *Bölgesel istatistikler*, <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/degiskenlerUzerindenSorgula.do#> (Erişim:20.11.2021)

Türk Patent ve Marka Kurumu, (2015). *Kars Kaşarı Coğrafi İşaret Tescili*, <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/190.pdf> (Erişim: 10.12.2021)

Ulusal Süt Konseyi (2021). *Süt ve Süt ürünleri Üretim Raporu 2021*, <https://ulusalsutkonseyi.org.tr/uretimler/> (Erişim: 17.12.2021)

Üzümcü, A. ve Özyakışır, D. (2013). TRA2 bölgesinde sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi ve göç ilişkisi 1996-2012. 2. *Uluslararası Bölgesel Kalkınma Konferansı Bildirileri* içinde, (ss.157-179). 16-17 Mayıs 2013-Elazığ.

Yazıcı, S. (2014). Dünden Bugüne Peynirin Kars Serüveni. (Ed.). İ. Koçulu vd., *Alplerden Kafkaslara Kars Peynirciliğinin 150 Yıllık Tarihi* içinde. (ss.70-105). Boğatepe Çevre ve Yaşam Derneği-Tarih Vakfı Yayını

Yıldız, S. ve Alp, S. (2014). Bir Kümelenme Örneği Olarak Kaşar Peyniri Endüstri Kümesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 249-272.

## EK-KORELASYON KATSAYILARI

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A9	A10
A1: Yaşınız	1								
A2: Eğitim düzeyiniz	-,381**	1							
A3: İşletmenizdeki sürekliliği (daimi) çalışan sayısı	,179	,086	1						
A4: İşletmenizdeki aktif üretim sezonunda çalışan sayısı	,133	,108	,535**	1					
A5: İşletme içerisindeki göreviniz nedir?	-,020	-,190	-,070	,015	1				
A6: Sektördeki deneyiminiz?	,419**	-,220	,079	,001	-,010	1			
A7: İşletmeniz yolda kaç ay aktif faaliyette bulunmaktadır?	-,101	,307**	,173	,155	-,082	-,130	1		
A9: İşletmenizdeki ortak sayısı nedir?	-,046	,143	,022	,315**	,311**	-,122	,160	1	
A10: İşletmeniz kaçınıcı nesil işletmedir?	,029	,061	,221	,258**	-,016	,358**	-,044	-,022	1
A11: İşletmeniz Hukuki Yapısı	,010	,306**	,443**	,555**	,137	-,018	,209	,453**	,110
A12-2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz	-,067	,011	,047	,094	,073	,098	-,148	-,058	,340**
A12-2021 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz	,097	-,127	,129	,129	,099	,127	-,201	-,047	,253*
A14: Üretim sezonunda topladığınız günlük ortalama süt miktarı (ton)	-,009	,020	,472**	,645**	-,026	,095	,129	,111	,341**
A15: Üretim sezonu dışında topladığınız günlük ortalama süt miktarı (ton)	,025	,155	,412**	,655**	-,164	-,056	,301*	,127	,285
A17: İşletmenize temin ettiğiniz sütün ödeme şekli nasıldır?	,087	,279*	-,086	,024	-,036	-,043	,156	,016	-,181
A18: Çiğ sütün fiyatını nasıl değerlendiriyorsunuz?	,015	,135	-,222	-,268*	,017	,039	,051	-,161	-,122
A19: İşletmenizde kaşar peyniri dışında ürettiğiniz ürün	-,016	,241*	,169	,194	-,210	,032	,215	-,063	,113
A20: Sahip olduğunuz sınırlı mülkiyet hakkı	-,189	,107	-,070	-,128	-,029	-,035	,127	,068	-,015
A22: AR-GE'ye yönelik son 3 yılda aşağıdaki faaliyetlerden hangilerini gerçekleştirdiniz?	-,032	,315**	,260*	,304*	-,107	-,025	,209	,172	,378**
A23: İşletmenizdeki işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı: %	,128	-,119	-,233	-,396**	-,062	,195	-,160	-,211	-,223
A24: İşletmenizdeki tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı	-,244*	,279*	,125	,261*	,059	-,201	,164	,045	,183
A25: Müşterilerinizden ürün çeşitliliğine (kaşarın farklı ebat ve aromaları gibi) ilişkin talep alıyor musunuz?	-,172	,101	,098	,110	-,162	-,096	,417**	,194	-,028
A27Y20: İşletmeniz 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	,057	,013	,471**	,743**	,179	,056	,112	,219	,230
A27Y21: İşletmeniz 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	,096	,008	,472**	,763**	,174	,032	,108	,239*	,187
A27K20: İşletmeniz 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	,066	,063	,377**	,344**	-,203	,019	,427**	,057	,091
A28-P: İşletmeniz GÜNLÜK kapasite kullanımını	,040	-,018	,374**	,590**	,094	,183	,120	,237*	,280*
A29: Resmî kurumlardan mali destek ve teşvik aldınız mı?	,056	-,052	,263*	,495**	,019	-,154	,106	,171	,012
A30: İşletmeniz tanıtımı için kullandığınız sosyal medya kanalı	-,344**	,434**	,121	,277*	-,030	-,295*	,295*	,036	,046
A31: Reklam veriyor musunuz?	-,062	,238*	,172	,313**	-,112	-,132	,138	,003	,217
A32: İşletmeniz yurt dışına satış (ihracat) gerçekleştiriyor mu?	,056	-,006	-,049	,111	-,021	,085	-,100	,241*	-,102
33-T: İşletmeniz faaliyetlerinde (taşımada) tahmini fire oranınız	,040	,154	,020	,105	,167	,174	-,002	,131	,167
33-Ü: İşletmeniz faaliyetlerinde (üretimde) tahmini fire oranınız	-,277*	,295*	-,008	-,101	,105	-,021	-,015	,032	,081
33-S: İşletmeniz faaliyetlerinde (üretim sonrasında) tahmini fire oranınız	-,071	,029	,106	-,053	,045	,099	-,013	-,014	,076

\*\*p<0.01, \* p<0.05



Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır  
Değişkenler arasında negatif bir ilişki vardır

	A11	A12-20	A12-21	A14	A15	A18	A19	A20	A22
A1: Yaşınız									
A2: Eğitim düzeyiniz									
A3: İşletmenizdeki sürekli (daimi) çalışan sayısı									
A4: İşletmenizde aktif üretim sezonunda çalışan sayısı									
A5: İşletme içerisindeki göreviniz nedir?									
A6: Sektördeki deneyiminiz?									
A7: İşletmeniz yılda kaç ay aktif faaliyette bulunmaktadır									
A9: İşletmenizin ortak sayısı nedir?									
A10: İşletmeniz kaçınıcı nesil işletmedir?									
A11: İşletmenizin Hukuki Yapısı	1								
A12-2021yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz	-0,47	1							
A12-2022yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz	,012	,833**	1						
A14: Üretim sezonunda topladığınız günlük ortalama süt miktarı(ton)	,426**	,130	,063	1					
A15:Üretim sezonu dışında topladığınız günlük ortalama süt miktarı(ton)	,465**	,090	,022	,695**	1				
A17:İşletmenize terim ettiğiniz sütün ödeme şekli nasıldır?	,238*	-344**	-290*	,198	-0,85				
A18: Çiğ sütün fiyatını nasıl değerlendiriyorsunuz	-284*	,075	,126	-279*	-204	1			
A19: İşletmenizde kaşar peyniri dışında ürettiğiniz ürün	,246*	-0,01	,135	,155	,221	-0,28	1		
A20:Sahip olduğunuz sınıai mülkiyet hakkı	-0,16	-0,77	-0,154	-0,056	,122	-0,065	-0,033	1	
A22: AR-GE'ye yönelik son 3 yılda aşağıdaki faaliyetlerden hangilerini gerçekleştirdiniz?	,268*	,013	,065	,113	,300*	,034	,308**	,284*	1
A23: İşletmenizdeki işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı: %	-399**	-0,88	-0,091	-451**	-473**	,194	,014	-0,097	-1,140
A24: İşletmenizde tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsortluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı	,170	,050	,029	,099	,183	-0,194	,153	,245*	,426**
A25:Müşterilerimizden ürün çeşitliliğine (kaşarın farklı ebat ve aromaları gibi) ilişkin talep alıyor musunuz?	,108	-0,034	-0,084	,024	,230	,044	-0,105	,182	,133
A27Y20: İşletmenizin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı ( ton)	,510**	,260*	,228	,771**	,578**	-0,183	,210	-0,033	,212
A27Y21: İşletmenizin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	,531**	,230	,230	,760**	,573**	-0,164	,204	-0,089	,188
A27K20: İşletmenizin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	,170	-0,026	,081	,246*	,338**	,131	,325**	,025	,409**
A28-P: İşletmenizin GÜNLÜK kapasite kullanımını	,487**	,032	-0,071	,768**	,634**	-2,22	,102	-0,059	,118
A29: Resmi kurumlardan mali destek ve teşvik aldınız mı?	,434**	-0,019	-0,004	,378**	,404**	-3,22**	,092	,017	-0,086
A30: İşletmenizin tanıtımı için kullandığınız sosyal medya kanalı	,187	,011	,028	,028	,090	-0,007	,281*	-0,028	,374**
A31: Reklam veriyor musunuz?	,059	-0,059	,009	,151	,173	-0,090	,216	,078	,416**
A32: İşletmeniz yurt dışına satış (ihracat) gerçekleştiriyor mu?	,096	,102	,133	-0,040	,085	-0,116	,098	-0,021	-0,075
33-T: İşletmenizin faaliyetlerinde (taşımada) tahmini fire oranınız	,135	-0,001	-0,059	,065	,088	-0,221	,067	,198	,102
33-Ü: İşletmenizin faaliyetlerinde (üretimde) tahmini fire oranınız	,000	,226	,061	-0,013	,030	,086	,137	,106	-0,043
33-S: İşletmenizin faaliyetlerinde (üretim sonrasında) tahmini fire oranınız	,086	,028	-0,044	,010	-0,015	-0,081	,072	,076	,057

\*\* p&lt;0,01, \* p&lt;0,05

Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır

Değişkenler arasında negatif bir ilişki vardır



	A23	A24	A25	A27Y20	A27Y21	A27K20	A30	33-T	33-Ü
A1: Yaşınız									
A2: Eğitim düzeyiniz									
A3: İşletmenizdeki sürekli (daimi) çalışan sayısı									
A4: İşletmenizde aktif üretim sezonunda çalışan sayısı									
A5: İşletme içerisindeki göreviniz nedir?									
A6: Sektördeki deneyiminiz?									
A7: İşletmeniz yılda kaç ay aktif faaliyette bulunmaktadır									
A9: İşletmenizin ortak sayısı nedir?									
A10: İşletmeniz kaçınıcı nesil işletmedir?									
A11: İşletmenizin Hukuki Yapısı									
A12-2020 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz									
A12-2021 yılındaki ortalama kapasite kullanım oranınızı belirtiniz									
A14: Üretim sezonunda topladığınız günlük ortalama süt miktarı(ton)									
A15: Üretim sezonu dışında topladığınız günlük ortalama süt miktarı(ton)									
A17: İşletmenize temin ettiğiniz sütün ödeme şekli nasıldır?									
A18: Çiğ sütün fiyatını nasıl değerlendiriyorsunuz									
A19: İşletmenizde kaşar peyniri dışında ürettiğiniz ürün									
A20: Sahip olduğunuz inai mülkiyet hakkı									
A22: AR-GE'ye yönelik son 3 yılda aşağıdaki faaliyetlerden hangilerini gerçekleştirdiniz?									
A23: İşletmenizdeki işgücü maliyetlerinin toplam yıllık giderler içindeki payı: %	1								
A24: İşletmenizde tanıtım faaliyetlerinin (reklam, sponsorluk vb.) toplam yıllık giderler içindeki payı	-2,249*	1							
A25: Müşterilerinizden ürün çeşitliliğine (kaşarın farklı ebat ve aromaları gibi) ilişkin talep alıyor musunuz?	-1,145	,087	1						
A27Y20: İşletmenizin 2020 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	-3,307**	,151	,009	1					
A27Y21: İşletmenizin 2021 yılı Yaz dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	-3,330**	,141	,036	,980**	1				
A27K20: İşletmenizin 2020 yılı Kış dönemindeki kaşar üretim miktarı (ton)	-0,57	,115	,326**	,268*	,242*	1			
A28-P: İşletmenizin GÜNLÜK kapasite kullanımını	-2,98*	,002	,018	,675**	,680**	,186			
A29: Resmi kurumlardan mali destek ve teşvik aldınız mı?	-4,472**	,177	,164	,381**	,408**	,057			
A30: İşletmenizin tanıtımı için kullandığınız sosyal medya kanalı	-1,161	,576**	,062	,176	,187	,168	1		
A31: Reklam veriyor musunuz?	-1,199	,694**	,006	,189	,201	,226	,589**		
A32: İşletmeniz yurt dışına satış (ihracat) gerçekleştiriyor mu?	,000	-0,089	,127	,057	,069	,173	-1,121		
33-T: İşletmenizin faaliyetlerinde (taşımada) tahmini fire oranınız	-1,141	-0,015	,095	,005	-0,020	-0,053	-2,000	1	
33-Ü: İşletmenizin faaliyetlerinde (üretimde) tahmini fire oranınız	-1,152	,015	,049	-0,023	-0,028	-2,440*	-0,048	,514**	1
33-S: İşletmenizin faaliyetlerinde (üretim sonrasında) tahmini fire oranınız	-0,002	-1,112	,048	,133	,096	-0,017	-1,101	,239*	,458**

\*\*p<0.01, \* p<0.05

Değişkenler arasında pozitif bir ilişki vardır

Değişkenler arasında negatif bir ilişki vardır



**Aralık 2022**

**T.C. SERHAT KALKINMA AJANSI**

Ortakapı Mah. Atatürk Cad. No: 69 KARS - TÜRKİYE

Tel: +90 474 212 52 00 Fax: +90 474 212 52 04

e-mail: [info@serka.gov.tr](mailto:info@serka.gov.tr) Web: [www.serka.gov.tr](http://www.serka.gov.tr)

ISBN: 978-605-70780-1-8

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılmaz.