

TAVŞANCILIK GİRİŞİMLERİ

Doç. Dr. Çetin KOÇAK
E.Ü. Ziraat Fakültesi

Yabancı ülkelerin çoğunda tavşancılık, üzerinde önemle durulan ve geliştirilmeye çalışılan bir hayvansal üretim dalıdır. Fransa, yılda kişi başına 6 kg tavşan eti tüketimi ile dünya'da başta gelmektedir. Birleşik Amerika'da yıllık tavşan eti tüketimi 20 milyon kg'ı aşmaktadır. Batı Almanya'da yılda ortalama 9 milyon kg olarak üretilen tavşan etinden pek azı pazara çıkarılır ve bunun büyük bir kesimi doğrudan üretici tarafından tüketilir. Doğu Almanya her yıl tavşan ürünlerinden (et, post, yün ve gübre) milyonlarca lira ulusal gelir sağlamaktadır. İngiltere ve İtalya'da tavşancılık hızlı bir gelişim içindedir. Danimarka ve Polonya diğer Avrupa ülkelerine dondurulmuş tavşan eti satan önemli iki ülke durumundadır.

Ülkemizde ise tavşancılık 1970-1975 yılları arasında hızlı bir gelişme göstermiş; dağınık, örgütsüz ve kulaktan dolma yarım bilgilerle kurulan tavşancılık işletmeleri sonunda birer birer yok olmuştur. Bu yokoluşun nedenleri, Batı Anadolu I. Tavşancılık Seminerinde gerek tavşan yetiştiricileri gerekse uzmanlar tarafından dile getirilmiş ve ayrıntılı olarak tartışılmıştır. Bu nedenle bu konu üzerinde yeniden durmaya gerek görülmemiştir. Amacımız, tavşancılığın yeniden güncellik kazanmaya başlaması nedeniyle girişimcileri aydınlatmak ve önerilerde bulunmaktır.

Tavşancılığa başlamadan önce tavşancılık konusunda ön bilgileri edinmek ve bu bilgiler yardımıyla gerekli incelemeleri yapmak gerekir. Başvurulacak bilgi kaynakları bu konuda yayınlanmış kitaplar ve ilgili devlet kurumlarıdır. Tavşan yetiştiriciliği konusunda birkaç kitap yayınlanmıştır. Bunlardan Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi yayınları arasında yer alan kitabın baskısı yapılmış olup Dekanlık Yayın Bürosundan sağlanabilir.

Ayrıca «Batı Anadolu I. Tavşancılık Semineri Kitabı da» E.U. Ziraat Fakültesi Zootekni Derneği - İZMİR adresinden istenebilir.

Tavşan yetiştiriciliği konusunda genel bir bilgi edindikten sonra tavşan ürünlerinin pazarlanması konusunda incelemeler yapmak gerekir. Yün üretimini bir yana bırakırsak, tavşancılıktan başlıca et ve post üretilir. Ne yazık ki tavşan eti çok değerli, yağsız, küçük kemikli ve beyaz renkli olmasına karşın henüz halkımız tarafından aranan ve sevilen bir et durumuna gelememiştir. Buna karşılık tavşan postu, manto, mont, etol v.b. kışlık giysiler için elverişli olduğundan ülkemizde yabancı ülkelere kıyasla daha yüksek parasal değer taşımaktadır. Girişimde bulunmadan önce ikinci adım olarak bu ürünlerin satış olanak ve koşullarını araştırmak gerekir. Önceki yıllarda kimi tüketim yerlerinde tavşan eti istemi bulunmakta idi. Girişimcinin bu konuda başvuracağı yerler büyük gıda pazarları, lokanta, otel v.b. tüketim birimleri olmalıdır. Büyük çapta üretim tasarlayanlar, dışsattım için İzmir Ticaret Odasına başvurup gerekli bilgileri sağlayabilirler. Avrupa ülkelerinde tavşancılığa önem verilmesine karşın üretim çoğunlukla tüketimi karşılamaktan uzaktır. Bu nedenle tavşan etinin uygun fiyatla dışsattımı olanakları bulunmaktadır. Tavşan postu ise ülkemizde daha yüksek fiyatla satılabilmekte olduğundan iç pazarda değerlendirme yoluna gidilmelidir.

Tavşan ürünlerinin değerlendirilmesi konusunda yeterli inceleme yapıp bu işin kârlı olabileceği kanısına vardıldıktan sonra üretim için uygun bir yer seçimi gerekir. Büyük işletmeler için yer seçimi oldukça önemlidir. İşletmenin demiryolu, işlek karayolu, havaalanı, fabrika v.b gürültülü yerlerin yakınında kurulması doğru değildir. Çünkü gürültü yavru üretimini ve dolayısıyla kârlılığını büyük ölçüde etkiler. Geçmiş dönemde kimi işletmeler yanlış yer seçimi yüzünden başarısızlığa uğramışlardır. Aile tipi küçük işletmeler için yer seçimi o kadar önemli değildir. Aile bireylerinin boş zamanlarını ve güçlerini değerlendirmek bakımından evin bahçesinde yada avlusunda 10-20 tavşanlı bir üretim birimi kurulabilir. Böylece ailenin gelirine küçümsenmeyecek bir katkı sağlanabilir. Özellikle köylerimiz ve küçük yerleşim birimleri bu tip tavşancılığa çok elverişlidir. Örneğin 10 dişi ve 2 erkek tavşandan oluşan küçük bir aile işletmesinde, her dişinin yılda 5 kez doğurduğunu düşünürsek, ortalama 8 yavru üzerinden her dişiden yılda 40 yavru elde edi-

lir. Bunun on adedinin pazarlama yada kesim yaşı olan 3. aya kadar öldüğünü varsayalım, geriye 30 yavru kalır. Böylece 10 anaç tavşan yılda yaklaşık 300 yavru verir ki bu da 300 adet deri ve 500 kg iyi kaliteli tavşan eti demektir. Günümüz koşullarında tavşan etini 100 T.L. ve postunu da 120-130 T.L. olarak düşünürsek, elde edilen ürünün parasal değeri 100.000 T.L. na yaklaşır. Aile tipi işletmelerde çeşitli artıklar yem olarak değerlendirilebileceğinden yem giderleri çok yüksek olmayacaktır. Bu düşünceden gidilirse 10 anaçlık bir sürüden yılda 50.000 T.L. sını aşan bir net kâra ulaşma olasılığı vardır.

Yer seçiminden sonra önemli olan konu tavşan barınaklarının ve kafeslerin yapılmasıdır. Bu konuda Hayvansal Üretimini geçmiş sayısında ayrıntılı bilgi verilmiştir. Büyük işletmelerin başlangıçta tasarladıkları üretimi gerçekleştirecek tüm yapıları bitirmeleri doğru olmaz. En uygun yol, küçük bir üretim birimi ile (örneğin 100 tavşanlık) başlayıp, deneyim kazandıkça işi genişletmektir. Barınak yapımından sonra sıra damızlık tavşanların sağlanmasına gelir. Bu konuda ilk akla gelen ilgili kamu kuruluşlarıdır. Ankara, Çanakkale, Balıkesir (Bigadiç), Denizli Kütahya gibi kimi illerimizde bulunan üretim istasyonlarında damızlık tavşan üretimi ve satışı yapılmaktadır. Küçük işletmeler, buldukları illerdeki Teknik Ziraat Müdürlüklerine başvurarak tavşancılıkla ilgilenen en yakın kamu kuruluşunun adını öğrenip damızlık tavşan satın alabilirler. Büyük işletmeler ise bununla yetinmeyip dış ülkelerden kaliteli damızlık satın alma yollarını denemelidirler.

Tavşanları barınaklara yerleştirdikten sonra düşünülecek konu tavşanların çoğaltılmasıdır. Çiftleştirme, bakım, besleme v.b. konular ilgili yayınlardan öğrenilmeli ve uygulamaya konularak deneyim kazanılmalıdır.