

ÜLKEMİZDE DOMUZ VE TAVŞAN YETİŞTİRME OLANAKLARI

Dr. Çetin KOÇAK

E.Ü. Ziraat Fakültesi

Bugün artık hemen herkesçe apaçık bilinmektedir ki dünyada bir beslenme sorunu vardır ve bu sorun dünya nüfusu arttıkça, özellikle hayvansal protein açısından, oldukça düşündürücü bir durum göstermektedir. Yetersiz beslenen toplumlarda çocuklarda büyüme ve gelişmenin yavaşladığı, ayrıca ölüm oranının da yükselme eğilimi gösterdiği belirtilmektedir (LERNER ve DONALD, 1968). Bunun önemini şimdiden kavrayan insanlar, soruna çözüm yolu bulmak için çaba harcamakta; bir yandan yeni hayvansal protein kaynakları ararken, diğer yandan da elde var olan hayvansal protein kaynaklarından mümkün olan en yüksek düzeyde yararlanma yoluna gitmektedirler. Çeşitli hayvancılık dallarında sağlanan ilerlemeler bunun en ilginç kanıtıdır. İşte bu yazıda dünyadaki et üretim kaynaklarından ikisinin, yani domuz ve tavşan yetiştiriciliğinin, ülkemizde gelişme olanakları üzerinde durulacaktır.

Avrupa ülkelerinde durum

Domuz yetiştiriciliği bilindiği gibi, çok uzun yıllardan beri, Müslüman ve Musevi toplumlar dışında, bütün dünya ülkelerinde et üretim kaynağı olarak insanların beslenmesinde rol oynayan başlıca hayvancılık dalları arasında yer almış ve önemi zamanımıza kadar süregelmiştir. Avrupa ülkelerinin hemen hepsinde domuz yetiştiriciliği gelişmiş olup tarımsal gelirden önemli bir yer tutar. Ancak bu ülkelerin çoğunda üretim tüketimi karşılayacak düzeyde olmadığından diğer ülkelerden (Danimarka, Hollanda, Belçika ve Doğu Bloku Ülkeleri) bir miktar dış alım zorunluğu doğmaktadır.

İngiltere'de 1968 de üretim 0,83 milyon ton olmasına karşılık tüketim 1,22 milyon tondur. Buna karşın tarımsal üretimin % 12 si domuz

yetiştiriciliğinden sağlanmaktaydı. Son 30 yıl içinde çeşitli etlerin tüketimini incelersek, en yüksek artışın tavuk etinde meydana geldiği ve domuz etinin ise ikinci sırada yer aldığı görülür. Tüketimde meydana gelen artış üretimle karşılanamadığı için İngiltere Domuz eti ithal eden ülkeler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte İngiltere'de domuz yetiştiriciliği endüstrileşme eğilimi göstermektedir. Yugoslavya'da ise domuz yetiştirme çoktan entansif bir nitelik kazanmıştır. Endüstriyel domuzculuk işletmeleri toplam et üretiminin % 41,67 sini sağlamaktadır. İstatistikler incelenirse bu ülkede gerek üretim gerekse tüketim bakımından domuz etinin başta geldiği görülür.

Köhne (1970) Batı Almanyadaki domuz eti üretiminde 1960 dan 1970 e kadar % 3,3 oranında bir ortalama yıllık artış meydana geldiğini, bunun diğer hayvansal ve bitkisel üretim dallarıyla karşılaştırılabileceğini belirtmektedir. Kümes hayvanları eti üretiminde meydana gelen % 11, yumurta üretiminde % 8,3 ve sığır eti üretiminde meydana gelen % 3,7 lik artıştan sonra domuz etinin geldiğini bildirerek bunun domuz yetiştiriciliğinin geleceği için umut verici bir durum olduğunu belirtmektedir.

Danimarka bütün Avrupa pazarlarını hemen hemen tek başına elinde tutan bir ülkedir. Domuz ve ürünlerinin dış satım durumu incelenirse son 30 yıl içinde sürekli olarak artış gösterdiği, 1970 yılında tarımsal dışsatım değerinin yarısından çoğunu oluşturduğu anlaşılır. Burada değişilmeyen diğer Avrupa ülkelerinde de domuz yetiştiriciliği (kendi gereksinimlerini karşılamamakla birlikte) ileri bir aşamaya erişmiştir.

Tavşan yetiştiriciliği ise, yakın zamana kadar et üretimi bakımından ele alınmamış; (savaş yılları dışında) zevk için, postu veya yünü için yetiştirilmiştir. Ancak son zamanlarda, duyulan gereksinimin sonucu olarak, et tavşanı yetiştiriciliğine yönelim artmış ve bilim adamları da konuyu ele almaya başlamışlardır. Mehner (1969), tavşan yetiştiriciliğinin yeni olmadığını, asıl yeni olan konunun tavşanın, etinden yararlanılan diğer hayvanlarla karşılaştırılır duruma geldiğini belirtmektedir. Gerçekten tavşanın birinci derecede verimi olan eti diğer etlerle karşılaştırıldığında kalite bakımından önde geldiği görülür. Tavşan etinin bu üstünlüğü, besin değerinin yüksek oluşu (Cetvel 1), beyaz renkli, küçük kemikli, lezzetli ve yağsız oluşundan ileri gelmektedir.

Domuz ve tavşanı gerek döl verimi gerekse gelişme hızı yönünden karşılaştırsak benzer yanları olduğu görülür. Fakat tavşanın ikinci derecede verimi olan postundan da yararlanılmakta ve özellikle ülkemizde tavşan postu tavşan eti kadar fiat bulmaktadır.

CETVEL 1. Çeşitli etlerde besin madde miktarları (%)

Hayvan türleri	Su	Protein	Yağ	Karbondihrat	100 g. etin verdiği kalori
Tavşan eti	75,4	21,4	1,3	0,7	103
Tavuk eti	76,2	20,4	1,4	0,6	99
Dana eti	73,7	21,7	3,1	0,5	120
Siğır eti	74,2	20,6	3,5	0,6	120
Domuz (Yağsız)	72,3	21,0	6,3	0,4	143
Koyun (yağsız)	72,1	19,9	6,4	0,4	143

Tartışma ve sonuç

Genellikle bilindiği gibi hayvansal üretimde karlılığı etkileyen en önemli faktörlerden biri pazarlamadır. Pazarsız bir hayvansal üretim düşünülemez. Bununla ilgili çok ilginç örnekler verilebilir. Konumuz olan domuz ve tavşan yetiştiriciliği bakımından pazar durumunu iç ve dış pazar olarak iki ayrı grupta incelersek şöyle bir görünümle karşılaşırız :

İç Pazar : Toplumumuzun köklü ve kesin inancı nedeniyle domuz eti tüketimi bakımından iç pazarın çok uzun yıllar değişmeden aynı kalacağını kestirmek zor değildir. Bu nedenle domuz eti için iç pazar olarak sadece büyük kentlerimizde yaşayan yabancı Hristiyan azınlıklar düşünülebilir. Bunların sayıları ise nüfusumuza oranla pek az olduğundan, domuz yetiştirmede pazar olarak yeterli ve etkili olacağı söylenemez.

Tavşan ürünleri bakımından ise iç pazarın çok umut verici olduğu bugün artık tartışma götürmez bir gerçektir. Çünkü tavşancılık ürünlerinden biri olan post, diğer Avrupa ülkelerinin aksine ülkemizde yüksek fiat bulmaktadır. Tavşan eti tüketiminde yurdumuzda karşılaşılan güçlük dinsel olmaktan daha çok bir alışkanlık konusudur. Son 5-10 yıl içinde karşılaştığımız ve tanık olduğumuz durumlar, tavşan eti tüketimi bakımından önemli aşamalar göstermektedir.

Dış Pazar : Domuz eti için dış pazar olarak ilk akla gelen Batı Almanya, İtalya, Fransa gibi bazı avrupa ülkeleridir. Hayvancılıkta ileri olduğu kabul edilen Belçika, Hollanda ve Özellikle Danimarka diğer Avrupa ülkelerine domuz eti ihraç eden üç ülkedir (Berendt, 1972). Ayrıca Doğu Bloku ülkelerinden, özellikle Polonya'dan da domuz eti satın alınmaktadır. Adı geçen bu ülkeler uzun zamandan beri domuz yetiştirme üzerinde çalışmakta olup bakım-besleme, barınaklar ve hastalıklar yö-

nünden en önemli sorunlarını çözümlemişler ve bu alanda çok ileri bir düzeye erişmişlerdir.

Köhne (1970), pazarlama bakımından domuz yetiştiriciliğini gelecekte korkunç bir yarışma ortamının beklediğini, böyle bir yarışmada da başarı sağlamak için entansif yetiştirmeye gidilmesi gerektiğini belirtmektedir. İşte domuz eti üretiminde dış ülkelere ihracaatı düşündüğümüzde karşımıza bu ileri ülkelerle yarış etme durumu çıkar ki böyle bir yarışta domuz yetiştirmeye henüz başlayacak bir ülke için koşullar hiç de uygun değildir. Üstelik dinsel nedenlerle toplumdan çeşitli engellemeler beklenebilir.

Dış satım düşünülürken şu noktayı da belirtmek yerinde olur. Klasik kitaplarda domuz yetiştiricinin sakıncaları olarak iki nokta önemle belirtilmektedir :

1. Domuz fiyatları değişkendir. Bu nedenle yetiştiricinin ne zaman ve nerede satış yapacağını iyi tayin etmesi gerekir.

2. Pazaflama yaşına gelmiş domuzlar daha iyi pazar koşulları buluncaya kadar elde tutmaya uygun değildir.

Domuz eti konusunda dış pazarın olumsuz görünmesine karşılık, tavşan eti bakımından durum hiç de köyü değildir, aksine umut vericidir. şan eti bakımından durum hiç de kötü değildir, aksine umut vericidir. gelmekte; tavuk ve tavşan eti tüketimi yıldan yıla artmaktadır. Tavşan eti üretimi en yüksek olan bazı Avrupa ülkeleri bile dışarıdan tavşan eti ithal etmektedirler (Cetvel 2). Ayrıca en önemli dış pazar olarak sayılabilecek Avrupa ülkeleri bu konuda yeni sayılır. Tavşancılık konusunu devletçe benimseyip ele alırsak diğer ülkelerle rahatlıkla yarışmak mümkündür.

CETVEL 2. Batı Avrupa da yıllık tavşan eti üretim ve tüketimi.

	Üretim (Ton)	Tüketim (Nüfus baş. Kg.)	İthal (Ton)
Batı Almanya	5.000	0.30	3.500
Fransa	300.000	6.00	3.000
İtalya	56.000	2.00	3.500
Hollanda	1.300	0.15	500
Büyük Britanya	12.500	0.28	1.500
İsviçre	6.000	1.20	1.300
TOPLAM	391.800		13.300

Bu iki hayvancılık dalının ülkemizde gelişme olanakları konusunda bir noktayı daha belirtmede yarar görüyorum. Domuz yetiştirme, daha çok entansif yetiştirmeye uygun bir hayvancılık dalıdır. Yabancı ülkelerdeki istatistiklerden bu durum anlaşılmaktadır. Ayrıca yatırım masrafları da çok yüksektir. Domuz yetiştirme bu niteliği ile de ülkemizin sosyo-ekonomik yapısına uygun düşmemektedir. Oysa tavşancılığın küçük aile işletmeleri biçiminde bile yapılabileceği denemelerle kanıtlanmıştır.

Sonuç olarak şunu söylemek isterim : Bütün dünyada yağsız etlere karşı eğilim varken, ülkemizde hertürlü olumsuz koşullar altında domuz yetiştiriciliğini başlatmayı ve geliştirmeyi düşünmek ve bu işin girişimini yapmak, emek ve güçlerin boşa harcanması demek olacaktır. Bu nedenle Üniversiteler ve Devlet olarak gerek araştırmacı insan gücünün, gerekse parasal olanakların ülkemiz için ekonomik bir değer taşıyan ve geleceği umutlu görünen diğer hayvancılık dallarına ayrılması söz gelimi hızlı bir gelişim gösteren tavşancılığın Devletçe desteklenmesi daha yararlı olur kanısındayım.

Literatür

- BERENDT, M. 1972 : Schweinevermarktung in der EWG. Deutsche Gefl. und Schweinefleischprod. 24. Jahrgang : 51 : 1360.
- KÖHNE, M. 1970 : Der volkswirtschaftliche und agrarpolitische Standart der Schweinehaltung. Schweinezucht und-fütterung. Deuka Deutsche Kraftfutter GmbH. Düsseldorf.
- LERNER, I.M., DONALD, H.P., 1968 : Modern Developments in Animal Breeding. Acedemic Press. London and New York.
- MEHNER, A. 1970 : Die Fleischerzeugung über das Kaninchen. Celler Jahrbuch. 1970. Kleintierzucht in Forschung und Lehre. Bnd. 19.
- NIEHAUS, H. 1972 : Wirtschaftliche Fleischkaninchenzucht, B.F.A.K. Celle.
- TEKNİK DER SCHWEINEPRODUKTION İN EUROPA, 1972 : Internationale Tagung. Institut für Tierzüchtung und Haustiergenetik der Technischen Universitaet- Berlin.