

## DOĞU ANADOLU BÖLGESİNDE HAYVAN ve HAYVANSAL ÜRÜNLER PAZARLAMA ve İHRACATINDA TARIMSAL KOOPERATİFLERİN ROLÜ

Doç. Dr. Ali Rıza KARACAN

### Ö Z E T

Bir tarım ülkesi olan Türkiyemizde tarım sektörünün önemi bilinmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi ise diğer bölgelere göre daha fazla tarıma dayalı bir ekonomiye sahiptir. Bunun yanı sıra D.A. Bölgesinde hayvan ve hayvansal ürünler üretimi diğer bölgelere ve Türkiye standartlarına göre daha fazla önem kazanmaktadır. Ülkemiz bazı tarımsal ürünleri diğer bazı ülkelere göre daha ucuza mal ede-yetiştiricilik şartları ve pazarlama koşullarının kredi, alım, işleme, hizmet ve satış kooperatifleri gibi organizasyonlar kanaliyle geliştirilmesiyle daha üst üretim seviyelerine çıkmak mümkündür. Bu yolla yurt içi ihtiyacına yeterli et ve diğer hayvansal ürünler üretimi sağlanabileceği gibi kıymetli bir ihraç ürünü potansiyeli de geliştirilmiş olabilecektir.

### I — GİRİŞ

Ülkemiz Yurt İçi Toplam geliri-nin 1971 yılı rakamlarına göre % 31.5 i, Tarım Sektörünce, % 20.6 sı Sanayi ve % 47.9 u Hizmetler Sektöründen sağlanmaktadır. Ortak Pazar Ülkelerinde, tarımın gayri safi milli hasıladaki payı 1964 yılında İtalya'da % 14.4, Hollanda'da % 9.3, Fransa'da % 8.9, B. Almanya'da % 5.1, Belçika'da % 6.6, Lük-

senburg'da % 7.1 olup, topluluk ortalaması % 8.6 dir. Buna mukabil bu ekonomilerde endüstri en geniş payı kapsamaktadır (11, S. 54).

Ülkemizde Tarım Sektörünün milli gelire yaptığı bu katkının önemli bir kısmı bitkisel üretimden diğer kısmı ise hayvan ve hayvansal ürünler üretiminden meydana gelmektedir. Bu ilişki ülkemizde 1973 yılına göre üretim değerleri

itibariyle tetkik edilditinde, toplam üretim değerinin % 65.7 si bitkisel üretimden, % 34.3 ise hayvansal üretimden sağlandığı görülmüştür. Diğer bir deyişle aynı yıl bitkisel üretim değeri 71 milyar TL, hayvansal üretim değeri 37 milyar TL, toplam tarımsal üretim değeri ise 108 milyar TL, dir (25, S. — 4 - 5)

Bizdeki bu görünüme mukabil AET ülkelerinde ve gelişmiş bazı ülkelerde bu oranlar tersine işlemektedir. Yani tarımsal gelirin büyük bir kısmı hayvancılıktan temin edilmektedir. Hayvan ve hayvansal ürünler gelirin toplam tarımsal gelire oranı B. Almanya'da % 75, Lüksemburg'da % 85, Hollanda'da % 77, Belçika'da % 63, İngiltere'de % 62, ABD'de % 59, İtalya'da ise % 35 dir (10, S. 1; Toğay, C. ve arkadaşları «1966 - 2000 Yılları Et Üretim Programı»dan iktibas).

1970 yılına göre toplam ihracatımızın 588 milyon dolar, tarımsal ihracatımız 442 milyon dolar olup, bununun 26.9 milyon doları hayvan ve hayvansal ürünlerce sağlanmıştır. Bu duruma göre tüm ihracatın % 75.2 si tarımsal ürünler ihracatından, sadece % 4.59 payı ise hayvan ve hayvan mahsülleri ihracatından oluşmaktadır (10, S. 2; T. Tis. Oda. Sn. Oda. ve Tic. Bors. İktisadi rapor 1971'den iktibas)

Ülkemize ait bu istatistik ve verilerin bölgelere göre farklılık göstereceği muhakkaktır. Yani bir bölgede bitkisel üretimin nisbi öne-

mi artarken diğer bir bölgede hayvan varlığı ve hayvansal ürünler üretiminin nisbi önemi artabilmektedir. Örneğin : 1965 - 1969 yılları ortalamasına göre ülkemizde tarımsal üretim değerinin 1/3 ü hayvansal üretimden sağlanırken bu oran aynı dönemde V. Tarım Bölgesi olarak kabul edilen Erzurum, Kars, Erzincan, Artvin ve Ağrı gibi hayvancılığın ekonomik hayat üzerinde önem kazandığı bir kesimde % 67.2 dir. Bu kesim, ülkemiz hayvan varlığının BBHB cinsinden % 11 ne sahip olup, yukarıda ifade edilen dönem içerisinde Türkiye hayvansal üretim değerinin % 10.7 sini üretmiştir (3. S. 29). Hayvan varlığı itibariyle Kars ve Erzurum illerinin ise diğer doğu illerine göre en fazla kapasiteye sahip oldukları görülmüştür. Örneğin : 1967 yılında Adıyaman, Ağrı, Bingöl, Bitlis, D. Bakır, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Hakkâri, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Tunceli, Urfa, Van'dan ibaret 16 ilin Büyük Baş Hayvan Birimi olarak hayvan mevcudunun % 22.2 si Kars'ta, % 12.3 ü Erzurum'da % 8 i D. Bakır'da ve % 7.7 si ise Van'da bulunmaktadır (9).

Türkiye tarım arazisinin takriben yarısını (27 milyon ha.) daimi çayır ve mer'alar teşkil etmekte ve bu arazilerde büyük ve küçük baş olmak üzere toplam 72 milyon (veya 23 milyon BBHB) hayvan bulunmaktadır. Buna göre beher 100 hektarlık çayır - mer'a arazisine takriben 83 BBHB isabet etmektedir.

Doğu Anadolu Bölgesi yüz ölçümü olarak geniş bir alan kaplamakta ise de sahanın büyük bir kısmını çayır - mer'a ile ürün getirmeyen topraklar teşkil etmektedir. 15.918.600 ha arazi varlığının % 20.9 u ürün getirmeyen yerler % 14.7 si tarla arazisi, % 5.7 si ormanlar, % 0.5 i Bağ - bahçe ve % 58.2 si ise çayır - mer'a arazisidir. 1965 yılı istatistiklerine göre bölgenin % 58.2 sini kapsayan 9.265.000 ha'lık çayır - mer'a arazisi Türkiye toplam çayır - mer'a arazisinin % 32.7 ne tekabül etmektedir (13, S. 3). 1965 yılındaki 9.265.000 ha'lık çayır - mer'a arazisinin normal otlatma kapasitesi 4.246.458 B.B. hayvan olması lazım gelirken, mevcut hayvanlar bu miktardan % 47.6 daha fazladır (22.S. 125). V. Tarım bölgesinde bir BBHB'ne isabet eden mer'a arazisi 13.6 dönüm olup, Türkiye ortalamasından (yaklaşık 11 dönüm) biraz yüksek, fakat bir hayvanın ihtiyacı olarak kabul edilen en az 20 dönüm vasıflı mer'a sahasından çok düşüktür. Bu duruma göre hayvanlarımızın beslenmesi geniş ölçüde vasıfsız mer'alara ve hububat samanına dayanmakta, dolayısıyla verimler istikrarsız ve düşük bulunmaktadır. Öyle ki, bir araştırmaya göre, ülkemizdeki hayvanlar normal olarak almaları gereken yemini sadece yarısını alabilmektedirler. Diğer bir deyimle bugünkü yem miktarı % 100 artırıldığı takdirde hayvanlarımız ancak yeteri derecede beslenmiş olacaklardır (24, S. 40).

## II — HAYVAN ve HAYVANSAL ÜRÜNLER ÜRETİMİ

1972 yılı istatistiklerine göre Doğu Anadolu Bölgesinde 3,5 milyon sığır ve 14 milyon koyun - keçi mevcut olup 1 milyon ton civarında süt üretilmiştir. Bu miktar 1972 yılı Türkiye toplam süt üretiminin (4445 bin ton) % 24 ü dür. Aynı yıl bölgede üretilen 10.930 ton yapağı, 2160 ton kıl Türkiye yapağı ve kıl üretiminin % 24.6 sına tekabül etmektedir. Et üretimini kesin olaark tesbit etmek, mezbaha ve kombinalar haricindeki gayri resmi kesimlerin fazlalığı dolayısıyla mümkün olamamaktadır. Erzurum'da yapılan bir çalışmaya göre ilçe ve köylerde tüketilen etin % 81 i gayri resmi kesimlerden sağlanmaktadır (13, S. 4 - 5).

### A) Yetiştiricilikte Maliyet Avantajı

Ülkemiz tarımını bazı gelişmiş ülkelerle karşılaştırdığımızda onlara göre bizim hayvan ve hayvansal ürünler yetiştiriciliğimizin parlak bir yönü olmadığı görülür. Bununla beraber bazı üretim dallarında maliyetlerin ülkemizde daha düşük olması yeni uygulamalar için ışık tutabilir.

AET ülkelerinin tarım ürünleri maliyeti Türkiye'dekinden genellikle düşüktür. Ortalama işletme büyüklüklerinin daha geniş oluşu, makina kullanımının yüksekliği, iyi tohum, ilaç ve ileri tarım tekniği ile verimliliğin yüksek oluşu bu

ülkelerde maliyeti düşürmektedir. Bununla beraber, topluluk içinde tarımsal bünyesi ve tarımsal faaliyet şekli bize yakın olan İtalya'da hububat ve hayvan ürünleri maliyeti Türkiye ile karşılaştırıldığında bazı sahalarda maliyetin bizde daha düşük olduğu izlenmektedir. Örneğin; Güney İtalya'da vasat seviyede makina kullanılmasıyla yapılan sert buğday üretimindeki maliyet 1963 - 64, 1964 - 65 yılları ortalaması olarak 90.54 TL/100 Kg. iken ülkemizin Trakya bölgesinde 64.53 TL/100 Kg. dir. Yumuşak buğday maliyeti ise bir araştırmaya göre, İtalya Po vadisinde düşük seviyede makinalı tarımda yine aynı yıllar ortalaması olarak 78.57 TL/100 Kg. iken Türkiye'de aynı metod ile yumuşak buğday tarımı yapılan Çukurova'da 52.20 TL/100 Kg. dir (11, S. 102) Bu durumu hayvan ve hayvansal ürünler üretiminde de görmek mümkündür : Kuzey İtalya'da süt sığırılığı yapılan bölgede 20 adetlik bir sürüde 1963 - 64 yılında 1 Kg. etin maliyeti 8.62 TL. iken aynı koşullara sahip Sivas'ın Şarkışla ilçesinde dana besisinde 1 Kg. etin maliyeti 3.90 TL. dir. Kayseri'de ise aynı dönemde 20 adetlik bir dana besisinde 1 Kg. etin maliyeti 4.12 TL. olarak tesoit edilmiştir. Yukarıda ifade edildiği gibi bu avantajlı durum her saha için söz konusu değildir. Örneğin tavuk eti üretimine bakılacak olursa, aksi görülmektedir. AET ülkeleri arasında tavuk eti maliyeti Hollanda'da en düşük Almanya'da ise en yüksektir. Maliyetin diğer ülkelere gö-

re daha yüksek olduğu B. Almanya'da bile tavuk eti maliyeti bizden çok daha düşüktür.

Maliyetlerle ilgili bu örnekler verilirken bazı üretim dallarında üretim maliyetinin ülkemizde daha düşük olduğu hipotezi üzerinden hareket edilmiş idi. O halde şimdi şu yargıya varmak mümkündür : ülkemizde canlı hayvan veya et üretim potansiyeli diğer ülkelere göre daha düşük maliyetle elde edilebilecek şekilde artırılabilir. Ancak, bunun temini için yerine getirilmesi gereken bir çok faktörler vardır. Önce fizik ve ekonomi bakımından verim kabiliyetleri sınırlı, en iyi bakım ve yemleme şartları altında ile belirli bir seviyenin üstünde verim artışı sağlanmasına imkân olmayan küçük cüsseli sığırlarımız yerine yüksek verimli ırklar (ki halen mevcut sığırlarımızın ancak % 3 ünün yüksek verimli ırklar olduğu tahmin edilmektedir (24, S. 49) ikamesiyle besi sığırılığına önem verilmesi ve bu uygulamanın her kademesinde (suni tohumlama, damızlık temini, bakım - besleme teknik önderliği, kredi, pazarlama v.b. hizmetlerde) kooperatif örgütlenmelerle çiftçilerin kendi sorunlarına kendilerinin önemli bir katkıda bulunması önde gelen şartlardandır. Hayvancılığımızın gelişmesiyle ilgili olarak her zaman belirtilen : mer'aların ıslahı, bakımı ve hayvan - mer'a ilişkilerinin düzenlenmesi, hayvan ırklarının ıslahı, pazarlama şartlarının geliştirilmesi, hayvansal ürünler

işleyen sanayinin geliştirilmesi konusundaki tedbirlerin çoğu kooperatif organizasyonlar ve kooperatiflerin öncülüğü ile sağlanabilmektedir.

### B) Besi Hayvancılığı

Bilindiği gibi ülkemizde karkas ağırlıkları düşük yerli ırk sığırlar çoğunluğu teşkil etmektedir. Doğu Anadolu Bölgesinde yerli ırklar içerisinde Doğu Kırmızısı en iyi et kalitesine sahip olup, tüketim ve besi için alıcılar tarafından tercihedilmektedir. Bu ırk hayvanlar besiyeye alındığında % 55.7 randıman vermekte, besisiz randımanları ise % 49.7 dir (12, S. 59). Yukarıda ifade edilen mer'a-hayvan ilişkisi, yem açığı v.b. hususlar göstermektedir ki iyi verim için besi hayvancılığının yaygınlaştırılması, yarı aç gezen hayvanların kesif şekilde beslenerek verimlerinin artırılmasına ihtiyaç vardır. Beş yıllık plân döneminde 1 milyon koyun ile 1,2 milyon baş sığırın besiyeye alınması plânlanmaktadır. Besiyeye alınan hayvanlarda et üretiminin % 35 dolaylarında artırılması ve kalitenin yükseltilmesi amaç edilmektedir. Gelişmiş ülkelerde bu yetiştiricilik tarzı çok öncelerden benimsenmiştir. Örneğin; Türkiye'nin 1/27 si kadar arazi varlığı olan, hemen hemen Konya ilimiz büyüklüğünde 13 milyon nüfuslu Hollanda Peru'dan balık unu, Mançurya'dan soya fasulyesi ABD'den mısır ithal ederek bunları süte çevir-

mekte, Türkiye'de mevcut sağmal inek sayısının yarısı kadarı ile Türkiye'nin inek sütü üretiminin 3.5 katına yakın bin üretim yapmakta ve bunları 290 adet süt fabrikasında işleyip dünyanın dört bir yanına ihraç etmektedir (2, S. 5). Oysa bizde bu gibi uygulamalarda yemi dışarıdan getirme problemi de olmayacaktır. Entansif yem bitkileri ekiliş alanının artırılması, kesif yem sanayinin mevcut ihtiyaca cevap verecek bir düzeye getirilmesi ve üreticilere makul fiatla kredili olarak intikali soruna önemli bir yaklaşım olacaktır. Bu konuda önderlik devletce yapılmalıdır. Örneğin Avusturya'da entansif yem bitkileri yetiştiriciliği ve belirli sayıda zayıf sığırların işletmeler tarafından besiyeye tâbi tutulması özel bir kanunla mecburî hale getirilmiştir (14).

Erzurum ve Erzincan'da yapılan bir araştırmaya göre sığırlarda bir besi devresindeki artış ortalama 72 Kg. koyunlarda ise 15 Kg. civarındadır. Elâzığ Şeker fabrikasınca yürütülen besicilik projelerinde sığırlarda bir besi döneminde 47-99 Kg. canlı ağırlık artışları sağlanmıştır. Erzurum Şeker fabrikasınca sürdürülen faaliyetlerde de buna yakın verim artışları temin edilmiştir. Besicilik faaliyetinden elde edilen gelir de diğer teşebbüslerden sağlanan gelirlerin üzerinde olmaktadır (13, S. 11).

Entansif beslemenin sağlanabilmesi için geniş kapsamlı tedbir-

leri Özhan (22, S. 25 - 26) aşağıdaki gibi özetlemektedir.

- 1 — Hububat ekimine kayan mutlak m'ar'azilerinin muhafazası,
- 2 — Yem nebatları ekim alanının geliştirilmesi,
- 3 — Yem kredilerinin yaygınlaştırılması,
- 4 — Silo yemciliğinin geliştirilmesi ve üreticilere tanıtılması,
- 5 — İhraç edilmekte olan yem nebatları ile sanayii artıklarının yurt içinde değerlendirilmesi,
- 6 — Şeker fabrikalarından elde edilen yaş posaların kurutularak saklanması,
- 7 — Memleket şartlarına ve çeşitli fiatlara göre rasyonel yemleme esaslarının tespiti ve bu konuda üreticilerin aydınlatılması. Yukarıda ifade edildiği gibi yem sanayiinin arzu edilen düzeyde olması, hayvan hastalıklarından doğan kaybın (ki bu kaybın, her yıl 10 - 11 milyon baş hayvana tekabül ettiği ileri sürülmektedir (1, S. 43) bakım, besleme kesim, dondurma, muhafaza ile ilgili problemlerin giderilememesi sürdükçe ihraç potansiyelimizi artırmak bir yana, yurt içi ihtiyacının karşılanmasında bile dar boğazlarla karşılaşılacağı muhakkaktır.

### III — PAZARLAMA VE İHRAÇ DURUMUMUZ

Hayvan ve hayvansal ürünler pazarlaması ülkemiz üreticilerinin önemli sorunlarından. Üretici ürününü ne kadar iyi şartlarda üretirse üretsin bunu pazarda gereği gibi değerlendirmesse veya pazarlama safhasındaki problemlerini halledemezse, hayvanacılıkta başarı olmasa o nispette zorlaşmış olur. (18). Aslında hayvan ve hayvansal ürünler pazarlaması tüketici için de önemlidir. Yani pazarlama üretici ve tüketici için aynı derecede öneme sahiptir. Bilindiği gibi pazarlama fonksiyonları satın alma, taşıma, depolama, standartlaştırma, finansman ve risk taşıma olarak belirlenmektedir.

#### A) Pazarlamada Genel Durum

Süt ve mamülleri üretimini arzu edilen seviyeye ulaştırabilmek için küçük ve güçleri az üretim ünitelerinin güçlerini artırmak ve üreticilerin fabrikalar ve imal üniteleri kurma gücüne kavuşturulmaları gerekmektedir. Bu hususların bir kısmının teminine yardımcı olması bakımından son yıllarda Süt Endüstrisi Kurumu kurulmuş bulunmaktadır. Bu kurum süt endüstrisini geliştirme amacıyla 1963 yılında 227 sayılı Yasa ile sermayesinin tamamı devletçe karşılanmak suretiyle ihdas edilmiştir. Kurumun başlıca görevleri : Özel teşebbüse rehberlik etmek, kooperatif kuruluşları teşvik ederek kurulmuş olan tesisleri zaman ve zemin uygun

ise bu kooperatiflere devretmek, kurulan kooperatiflere teknik yardımda bulunmak ve laboratuvarlar kurmaktır. Bilindiği gibi ülkemizde süt pazarlamasında yaşanan durum; küçük üretim ünitelerinin yetersiz koşullarda faaliyet göstermeleri şeklindedir.

Canlı hayvan pazarlamasında ise genellikle şu duruma rastlanılmaktadır: Kıştan zayıf ve çelimsiz çıkan hayvanlar köy toplayıcıları, celepler ve komisyoncularca değerinden düşük fiatla satın alınmaktadır. Üretici mevcut fazla hayvanını pazarda değer bulsun veya bulmasın elden çıkarmaktadır. Çok zaman birkaç hayvan satmak için köyden kasaba veya şehre inmek masraflı ve zaman alacağı için ayağına gelmiş bulunan toplayıcıya hayvanları satmak daha uygun bulunmaktadır. Hayvancılığı gelişmiş kesimlerde bile üreticinin lehine gelişmiş pazarlama organizasyonları yaygın değildir. Üretici hayvanlarını pazara getirmek istese bile, belediyelerce alınan rusumlardan, birtakım formalitelerden çekinerek pazar haricinde celeplerle anlaşmaktadır. Hayvancılığı gelişmiş yerlerden büyük pazarlara hayvan naklinde, kesim yapıldıktan sonra firigorifik tesislerle taşınma konusundaki ileri yöntem gelişmemiştir. Bu durumda kayıp ve fire yolu ile maliyetin artması tüketici aleyhine olduğu gibi millî ekonomimiz açısından da önemli bir kayıptır. Örneğin; Erzurum - Horasan'dan İstanbul'a hayvan sevkiyatının

yük treni ile yapılması halinde, yolculuğun bir hafta sürdüğü ve nakliyede koyun başına firenin 10 - 15 Kg'a ulaştığı belirtilmektedir (23, S. 8). G. Doğu ve Doğu Bölgelerinde, bilhassa hayvan kaçakçılığının yapıldığı il ve ilçelerde bölgenin ekonomik ve sosyal şartlarına uygun hayvan pazar yerleri veya kombinaların geliştirilmemiş bulunması, fiat desteklemelerinin yapılmaması et ihracının yerine canlı hayvan kaçakçılığına ortam hazırlamaktadır. Türkiye'de komşu ülkelere normal ve diğer kanallarla yılda 20 - 30.000 ton arasında canlı hayvan çıkışı olduğu tahmin olunmaktadır. Bu konuda daha büyük rakamlara ulaşıldığını iddia edenler de vardır. «Memleketimizde kaçak ile birlikte yılda 2 milyona yakın koyun, 250 bin sığır ihraç edildiği iddia edilebilir. Bu ortalama 15 Kg. gövde ağırlığı hesabıyla 30.000.000 Kg. koyun eti, 70 Kg. gövde ağırlığı hesabıyla 17.500.000 Kg. sığır eti etmektedir (7, S. 25 - 26)»

### **B) İhracat Durumu**

Yukarıda ifade edildiği gibi toplam ihracatımız içerisinde % 75 oranında yer tutan tarımsal ürünler ihracatının ancak % 5 lik bir kısmı hayvan ve hayvansal ürünler ihracatından oluşmaktadır. Oysa bilhassa komşumuz ülkelerin taları bu ürünlere karşı olmaktadır. Bu isteğe rağmen ihracat olanaklarımız gelişmemektedir. 1970 yılında yapılan canlı hayvan ihracatı (Tablo 1) de, hayvan-

sal gıda maddeleri ihracatı (Tablo 2) de, yapağı - tiftik, kıl ve mamûl-leri ihracat (Tablo 3) de, bağırsak, tırnak, deri eşya, post, kürk ihracatı (Tablo 4) de gösterilmiştir. Tablolardan izlenebileceği gibi kırsıtılı oranlar çerçevesindeki bu ihracat, bazı ihracatçı özel firmalar

ve Et - Balık Kurumunca yapılmaktadır. Fakat bu organizasyonlar et pazarlamasının gerektirdiği yol şebekesi, soğuk nakliye vasıtaları, soğuk depolar gibi olanaklara tam olarak sahip olmadıkları gibi canlı hayvan nakli için de gerekli sisteme sahip değillerdir.

**Tablo : 1 Canlı Hayvan İhracatı (1970)**

	MANDA (Baş)	SIĞIR (Baş)	KOYUN (Baş)	KEÇİ (Baş)	TEK TIR- NAKLI (Baş)	TOPLAM TUTARI (TL.)
LÜBNAN	21	23.303	172.043	73.123	3	94.293.253
YUNANİSTAN	11	637	—	199	—	720.585
RUSYA	—	33.813	—	—	—	54.679.884
SURİYE	—	869	54.030	—	—	16.870.505
İRAN	—	—	106.208	76	—	23.102.206
LİBYA	—	—	19.150	—	—	3.813.369
ÜRDÜN	—	—	5.905	4.770	—	1.871.558
İTALYA	—	—	—	—	996	843.469
<b>TOPLAM</b>	<b>32</b>	<b>58.622</b>	<b>357.336</b>	<b>78.168</b>	<b>999</b>	<b>305.099.311</b>

**KAYNAK :** Veteriner çalışmaları ve Hayvancılık İstatistikleri (1967 - 1970) T.C. Tarım Bakanlığı, Veteriner İşleri Genel Müdürlüğü D.İ.E. Matbaası Ankara 1973 S : 32.



**Tablo : 2. Hayvansal Gıda Maddeleri İhracatı (1970) (1)**

Taze et ve sakatat (Ton)	Tuzlanmış ve salamura et (Kg.)	Tereyağ (Kg.)	Peynir ve Çökelek (Kg.)	Yumurta (Kg.)	Top. Tutarı (TL.)
3529 (kasaplık hayvanlar)					
265 (Kanatlılar)	14.348	5.650	139.828	—	34.667.250
104 (Diğerleri)					

(1) Hollanda, Kuveyt, Lübnan, İran, Libya, B. Almanya, Fransa, İsrail, Ürdün, İtalya, İsviçre, ABD, Yunanistan, Belçika.  
Kaynak : (27, Ş : 33).

**Tablo : 3. Yapağı, Tiftik, Kıl ve Mamûlleri İhracatı (1970) (1)**

Tiftik (Kg.)	Adi keçi kılı (Kg.)	İnce keçi kılı (Kg.)	Yun ve kıl mesnucat (Kg.)	İplik (Kg.)	Top. Tutarı (TL.)
2.022.440	441.383	27.690	224.847	15.180	56.536.588

(1) AET ülkeleri, İsviçre, ABD, İspanya, Japonya, D. Almanya, Çekoslovakya, Lübnan, Polonya, Bulgaristan, Macaristan, Romanya, Rusya, Yunanistan, Irak, Kıbrıs, İsrail.  
Kaynak : (27 : s : 35).

**Tablo : 4. Bağırsak, Tırnak, Deri, Kösele, Deri Eşya, Post ve Kürk İhracatı (1970) (1)**

Bağırsak (Kg.)	Tırnak kemik boynuz (Kg.)	Deri ve kösele (Kg.)	Deri eşya (Kg.)	Post ve kürkler (Kg.)	Toplam tutarı (TL.)
284.886	1.302.022	4.780.631	280.417	63.589	135.140.918

(1) Fransa, İngiltere, İsviçre, B. Almanya, İtalya, ABD, Yunanistan, İran, Irak, Ürdün, Kıbrıs, Lübnan, İsrail, Bulgaristan, Çekoslovakya, Macaristan, Polonya, Romanya, Yugoslavya, Suriye, İspanya, D. Almanya, Malta, Hollanda, Belçika, Danimarka, Avusturya, İsveç, Kanada, Libya, Avusturya, Japonya, ve Diğerleri.  
Kaynak : (27 : S : 38-39'dan derlenmiştir).

Yukarıda belirtildiği gibi verilen istatistikî bilgiler kaçakçılık şeklindeki çıkışları aksettirmektedir. Örneğin; Tablo 1'de görülen 58.622 sığır, 357.336 koyun, 78.168 keçi, az miktarda manda ve tek tırnaklı hayvan ihracı ile, Tablo 2'de gösterilen taze et, tuzlanmış ve salamura şeklindeki 3.809.132 Kg. et uzmanların tahmin ettikleri 20-30.000 ton arasındaki canlı hayvan çıkışının çok gerilerinde kalmaktadır.

İhracatçılar daha ziyade dış piyasanın isteklerine göre hayvan pazarlarından ve komisyonculardan seçerek aldıkları hayvanları ihraç eden kimselerdir. Son zamanlarda hayvan ihracatının teşvik edilmesi için muhtelif ilçelerde İhracatçılar Birlikleri kurulmuştur. Van, Ağrı, Kars ve Erzurum illerinde bu birliklerden mevcuttur. Canlı hayvan ihracatçı birliklerinin iyi bir şekilde organize edilememesi ile hayvan ve hayvansal ürünlerimiz dış pazarlarda özellikle Rusya, İran ve Suriye'de değer fiyattan satılamamaktadır. Bu bakımdan ihracatçı birliklerinin bir tek kanaldan kontrol ve idare edilmesi veya batılı ülkelerin bazılarında olduğu gibi pazarlama board'larının ülkemiz şartlarına uygun bir şekilde kurulması bu görevin kooperatiflerce deruhte edilmesine kadar olumlu bir yol olacaktır.

Et ve Balık Kurumu (19, s. 148) iç pazarın yanı sıra dış pazar çalışmalarını da geliştirmiştir. İhracat

konusunda çalışmalar yıldan yıla gelişmektedir. Bilhassa bağırsak, pikle deri ve konsantre safra ihracına ilâve olarak 1967 yılında canlı hayvan, 1968 yılında ise et ihracatına başlanılmıştır. Kuveyt ve İran'la et ihracatı konusunda anlaşma yapıp sevkiyat devam etmektedir. İran'a yapılan gövde et ihracatı kısmen Erzurum Et Kombinâsınca yapılmaktadır. 1968'de İran'a 79.000 dolarlık, 93 ton koyun eti ihraç edilmiştir. Et - Balık Kurumu 1967 yılında toplam canlı hayvan ihracat değerinin % 2.5'ini toplam et ve et mamûlleri ihracat değerinin % 36'sını ve işlenmiş deri ve benzeri mamûllerin % 12.7'sini ihraç etmiştir (15, S : 202 - 370). Libya ile kurum arasında da et ihracı için bir anlaşma yapılmıştır.

İhracatın yeterli ve iyi organize edilmemesi ile kaçakçılıkta olduğu gibi millî ekonomimizin büyük kaybı olmaktadır. İhraç edilecek hayvanların yaş ve ağırlık bakımından bir tahdide tâbi tutulmaması ile düşük verimli, zayıf hayvanların ihracı da mümkün olmaktadır. Bu durum yaşama payını verip verim çağına getirilen fakat verim payı esirgenen veya çeşitli nedenlerle verilemeyen hayvanların ihracı ile doğan kayıplarımızı bu hayvanları alıp az bir masrafla besleyen ülkeler kazanmaktadır.

Üretim ve ihraç olanaklarının artırılmasının sağlanabilmesi için plânlı dönemde birçok tedbirler öngörülmüştür. I. ve II. beş yıllık kal-

kınma plânlarında hayvansal üretimi plân dönemlerinde % 6.2 ve % 4.8 oranında artırmak plânlanmış fakat her iki plân döneminde de hayvansal üretim ancak plân hedeflerinin yarısına yaklaşabilmiştir. (I. dönemde gerçekleşme % 2.6, II. dönemde % 2.4 olmuştur.) III. plân da ise toplam üretimde beklenen ortalama yıllık artış % 5 tir. Sığır ve koyun eti üretimi ortalama % 5.9, süt üretiminin % 5.6 oranında artacağı tahmin olunmaktadır. İlk iki plân döneminde olduğu gibi III. plân döneminde de bu oranın gerçekleşeceği zor gözükmektedir (26, S : 201). İç ve dış talep birlikte ele alındığında toplam talebin yılda ortalama % 5 artması beklenmektedir. Bu talep artışı için plân bazı projelerin uygulanmasını öngörmektedir. Köy hayvancılığını geliştirme projesi, süt işletmeciliği projesi ve besi projesi ile üretimin arzu edilen hedeflere ulaştırılması plânlanmaktadır. Bunun yanında II. beş yıllık kalkınma plânı, ihracatın geliştirilmesinde yeni organizasyonların meydana getirilmesinde fayda bulunmaktadır, demekle ihracattaki dar boğazlardan birisinin de organizasyon kıfayetsizliği olduğunu ifade etmektedir.

#### **IV — HAYVAN VE HAYVANSAL ÜRÜNLER ÜRETİMİNDE, İŞLENMESİNDE VE PAZARLAMASINDA KOOPERATİFLER**

Bilindiği gibi ülkemizde uzun yıllardır kooperatifçilik uygulaması

vardır. Bazı konularda başarılı neticeler elde etmişizdir. Hayvancılık konusunda ise son yıllardaki bazı uygulamalar hariç müspet bir durumda olduğumuz söylenemez. Son kalkınma plânı ilkeler ve tedbirler konusunda hayvancılık üretim artışının sağlanması ile ilgili olarak özellikle yüksek verimli hayvanların yetiştirildiği yörelerde yetiştiricilerin ve kooperatiflerin Hayvan Yetiştirme Birlikleri halinde örgütlenmelerinin sağlanacağı ifade edilmektedir.

Tarımsal üretimin birçokları bozulmadan uzun zaman bekleyebilir. Fakat bazılarının uzun zaman beklemelerine imkân yoktur. Bu ürünler ya hemen sarfedilmeli veya tarımsal endüstri kanalıyla işlenmelidirler. Bu faaliyetler çiftçiler tarafından özel olarak kendi işletmelerinde veya fabrikalarında yapılabilir fakat her zaman münferiden bu işlerin yapılması mümkün değildir. Zira, bu işlemleri yapabilmek, teknik bilgi ve daha önemlisi gerekli makinaları satın alabilmek için büyük kapitale ihtiyaç gösterir. Küçük çiftçilerin bu işletmeleri tek tek meydana getirmelerine imkân yoktur. Ancak, bu imkâna birleşip bir araya gelmeleri ile kavuşabilirler. Yani, toplu olarak modern makinalarla teknik elemanların kontrolü altında temiz, ucuz, iyi ve standart işlenmiş ürün elde edebilirler. Geniş çapta işleme ve işletmeden kalan artıkların kullanılması neticesinde üretim masraflarını düşürebilirler. Ortaklarına tek-

nik yardımda bulunarak onların kendi işletmelerinde fazla randıman almalarını sağlayabilirler. Ayrıca işlenmiş ürünleri toplu olarak satarak yüksek fiyat elde edebilirler. Küçük çiftçilerin en güç problemlerinden birisi ürünlerini değer fiyata satabilmektir. Bu satış esnasında genellikle karşılarında aracı, tüccar ve komisyoncuları bulmaktadırlar. İç pazarlar için olan bu durum dış pazarlar için de geçerlidir. Dış ticaretteki ihracatçıların ve iç pazarlardaki aracılardan görevini bizzat üreticiler yapabilirler. Diğer bir deyimle o kazancı da aynen kendileri sağlayabilirler. Bunu dünyanın birçok yerinde gerçekleştiren kuruluşlar Tarım Satış Kooperatifleridir. T.S.K. nin birinci gayesi ortakları olan çiftçilerin ürünlerini en iyi şekilde kıymetlendirmek, bunun için ürünlerin iç ve dış pazarlarda satışını sağlamak ve tüketicilerin ürüne ödediği paranın mümkün olduğu kadar fazlasının ilk üreticide kalmasını temin etmektir.

Ülkemizdeki Tarım Satış Kooperatifleri ve Birliklerinin kuruluş amaçları :

- a) Ortaklarının ürünlerine devamlı sürüm ve alıcı bulmak,
- b) Gereğinde bu ürünleri işlemek ve satışını yapmak,
- c) İç ve dıştaki aracılara giden kazancı üreticilere mal ederek durumlarını yabancı ülkeler-

deki üreticilere karşı kuvvetlendirmek,

d) Piyasada düzen verici bir yer olarak fiyat dalgalanmalarını önlemek,

e) Ortaklarının üretim ihtiyacına yarayan araç ve gereçleri toptan temin ederek dağıtmak,

f) Ürünleri ucuza maletmek, kalitesini iyileştirmek, satış kapasitesini artırmak ile ortaklarının ürününü milletlerarası piyasada en iyi fiyatla satışını sağlamaktır.

Tarım Satış Kooperatiflerinin bazı ülkelerdeki gelişmelerine göz atmak yararlı olacaktır. Hububat, kakao, kahve, meyve, sebze, patates, tütün, süt, yumurta, et, canlı hayvan ve birçok tarımsal ürünlerin kooperatiflerce pazarlanmasına ilişkin dünyada başarılı örnekler çoktur (4, s. 54-56). Üretilen hububatın Almanya'da % 43'ü, Lüksemburg'da % 66'sı, Hollanda'da % 50'si, Fransa'da buğdayın % 82'si, diğer hububatın % 65'i, ABD, Kanada ve Avusturya'da yetiştirilen hububatın yarısından fazlası tarım satış kooperatiflerince işlem görmektedir. ABD'de üretilen meyve ve sebzelerin % 25'i kooperatiflerce pazarlanmaktadır. Yine ABD'de narenciye ve pamuk üzerine çalışan başarılı tarım satış kooperatiflerini belirtmek gerekir (20, s. 162). İngiltere'de yumurta Uganda'da pamuk, Kanada'da hububat ve yünün kooperatiflerce işlem görmesi incelenmeye değer. Örneğin, Kana-

da'da yün üretimi kırk yıl öncesine kadar et üretimine göre önemsizdi. Dağlık mıntıka çiftçileri küçük sürüler yetiştiriyorlardı. Kanada Tarım Bakanlığının öncülüğü ile kurulan yün kooperatifleri sayesinde çiftçiler yün piyasasından haberdar olmuşlardır. Yünü depolayıp daha iyi zamanlarda pazarlamayı öğrenmişlerdir. Kredi olanaklarının geliştirilmesi ve kooperatif üyelerinin kooperatifçilik sahasında yetiştirilmeleri ile ABD ve İngiltere'ye yün ihraç eder duruma gelmişlerdir.

Önlü İngiliz kooperatifçisi M. Digby T.S.K. nin genellikle tarımsal ürünleri ihraç etme gayesiyle doğduklarını ve bu gaye ile çalışanların daha iyi geliştiklerini ileri sürmektedir (5, s. 72). Yukarıda belirtilen bu husus ülkemiz için de doğrudur. Bilindiği gibi ülkemizde 635 T.S.K. ve bunların 32 adet birliği mevcuttur. Bunlardan Tarış, Çukobirlik, Fisko Birlik, Antbirlik ve diğer bazıları ihracat olanakları nedeniyle büyük gelişme göstermişlerdir.

Ülkemizde hayvan ve hayvan mahsulleri üzerine çalışan tarım satış kooperatifleri, sütçülük ve birkaç tavuk ve tavuk ürünleri kooperatifinden ileri gidememiştir. Diğer ülkelerde bu tür kooperatifler diğer tarımsal ürün satış kooperatifleri gibi gelişme göstermişlerdir. ABD'de (6, s. 88 - 125) hayvan ve hayvansal ürünler üzerine çalışan kooperatifleri, a) Sütçülük koopera-

tifleri, b) Hayvan ve Yün kooperatifleri, c) Kümes hayvanları ve yumurta kooperatifleri, diye sınıflandırıp incelemek mümkündür.

a) Sütçülük Kooperatifleri : ABD çiftçileri çok öncelerden pazarlama problemini iyi işler, güçlü, kooperatiflerce çözmeyi öğrenmişlerdir. Çiftçilerin satın alacakları maddeleri perakende almaları, kendi üretimlerini de yalnız başlarına pazarlamaları çok az rastlanır bir durumdur. 1810'larda kooperatifleşerek peynir üretimi yapan çiftçiler bugün ülke çapında tereyağ ve peynir üretimini yapan büyük kooperatif organizasyonlara sahiptirler. 1962 yılında Birleşik Devletlerde 1461 sütçülük kooperatifi ve bunların 67.000 ortağı mevcut idi. Bu kooperatifler ülkedeki tereyağ üretiminin % 50'si, peynirin % 25'ini temin etmektedirler. Sütçülük kooperatifleri; Satım Kooperatifleri, İşleme Kooperatifleri ve Hizmet Kooperatifleri diye sınıflandırılmaktadır. Satım kooperatifleri ortaklarının sütlerini işleyicilere iyi fiyatla satma faaliyeti ile uğraşır, ortaklarını pazar durumlarından haberdar eder. Pure Milk Ass., Chicago, en bilinenlerindedir. İşleme kooperatifleri, paketleme ve dağıtım pastörizasyon, tereyağı, peynir, süt tozu, krema ve diğer mamüller işleme ve satışlarıyla uğraşmaktadır. Hizmet kooperatifleri ise ıslah, sürü geliştirilmesi ve diğer genel hizmetler konularında çalışmaktadırlar.

b) Hayvan ve Yün Kooperatifleri : Amerikan çiftçisinin hayvanlarını kooperatif şeklinde pazarlamaları oldukça eskiye gitmektedir. 1961 - 62 yılında 785.000 çiftçi hayvanlarını 530 kooperatif kanalıyla satışa arzetmişlerdir. Bu kooperatifler (Local Livestock Shipping Ass., The Farmers Shipping Ass. gibi) ortakların hayvanlarını en uygun zamanda ve en uygun yerde nakliyesini yaparak, besleyerek satışını yapar ve ortaklarına paralarını teslim ederler. Bu uygulama pazarlama masraflarını asgariye indirip birçok komisyoncuları elemine etmeyi sağlar. Geliştirilmiş imkânları ile bu organizasyonlar haberleşme, pazar bilgileri temin etme, eğitim halkla ilişkiler, kredi olanakları hizmetlerini de ifa ederler. (6, s. 175 - 185).

c) Kümes Hayvanları ve Yumurta Kooperatifleri : ABD'de 535 kümes hayvanları ve yumurta kooperatifi ve bunların 83.153 ortağı mevcuttur.

AET ülkelerinde (11, s. 107 - 112) kooperatifler ferdi üretimi birleştirmekte ve mamûlün daha homojen ve üstün kaliteli olmasını temin etmektedirler. Böylece kooperatiflere bağlı olmadan çalışan bir işletmenin etkili bir faaliyet sürdürme şansı azalmaktadır. Bu nedenle Hollanda ve Almanya'da süt hayvanı yetiştiricileri hemen hemen tamamen kooperatiflere bağlanmışlardır. Fransa'da sanyinin topladığı süt miktarının yarısı süt kooperatiflerince sağlan-

maktadır. Hollanda'da 393 adet sütçülük kooperatifi mevcut olup bunların ortak adedi 170.000'dir. Ülkede üretilen sütün 3/4'ü bu kooperatiflerden geçmektedir. B. Almanya'da sütün % 82'si, tereyağının % 74'ü, peynirin % 65'i kooperatiflerce işlenmektedir (20, s. 163). Danimarka'da 1.350 adet sütçülük kooperatifi ve bunların 180.000 ortağı mevcuttur. Belçika'da 760 süt-hanenin yarısı kooperatif işletmedir. AET ülkelerinde süt kooperatiflerce alınır ve ülkelere göre farklı olmak üzere çeşitli işlemlere tâbi tutulurlar İtalya'da 5.000'i aşkın sütçülük kooperatifi diğer AET ülkelerinde görüldüğü paralelde faaliyet göstermektedir.

Bu ülkelerde canlı hayvan ve etin kooperatifler yoluyla pazarlaması da dikkat çekicidir. Almanya'da canlı hayvanların % 25'i, kesilen domuzun % 31'i ve sığırların % 24'ü kooperatiflerce pazarlanmaktadır. Fransa'da sığır etinin % 9'u, domuz etinin % 4'ü, Lüksemburg'da kesilen hayvanların % 25'i, Hollanda'da kasaplık domuzun % 30'u kooperatiflerden geçmektedir (11). İsveç çiftçisinin gelirinin % 30 - 40 arasındaki bir kısmı et üretiminden sağlanmaktadır. Bu bakımdan pazarlamaya ait organizasyonların yüksek oranda önemi vardır. Bu ülkede ilk kooperatif mez-baha 1899'da kurulmuş sonra 25'e ulaşmıştır. 1930'larda kooperatifçilik uygulamasının ülke çapında pazarı kontrolünde tutup ürünlerin daha uygun dağılımı için tekrar or-

ganize edilmesine karar verilmiştir. Bu amaçla İsveç çiftçilerinin et pazarlama kurumu 1933 yılında teşkil edilmiştir. Bugün bu organizasyon ülkedeki tüm kesimin % 80'ini kontrol etmektedir. Hayvanlar çiftliklerden kooperatiflerce toplanmakta ödeme ise kesimden sonraki ağırlık üzerinden hesap edilip bir hafta içerisinde ödenmektedir. Yalnız bedelin % 2'si ortaklık payı için alınmaktadır. Kooperatif ortakları yetiştirdikleri hayvanları kendi kooperatiflerine teslim etmekle yükümlüdürler. Ortaklar organizasyonlarını kesim, soğutma, muhafaza için gerekli modern tesis ve makinelerle donatmaya gayret ederler. İsveç'teki uygulamanın aksine canlı esas üzerinden satış yapılan kooperatif uygulamalar da vardır. Her halükârda kooperatifler temizlik - hızıssihha usullerine, hayvanlara iyi muamele edilmesine, eksperler bulundurulmasına, ortakların eğitimi, araştırma ve pazar haberleri gibi hizmetleri ifa etmeye gayret ederler (4., s. 77 - 79).

Ülkemizde yukarıda görüldüğü gibi kooperatif organizasyonlarının mevcut olmaması ile, il ve ilçe pazarlarındaki mahdut sayıdaki alıcılar çok defa biribirleriyle anlaşmak suretiyle pazarlık gücü kazanmakta ve üreticilerin lehine olmak üzere ucuz fiyatla mal temin etme olanaklarını aramaktadırlar. Üretici çok zaman bu duruma boyun eymektedir. Zira satış için getirdiği hayvanları geri götürme veya başka pazarlara nakletme imkânların-

dan çok defa mahrumdurlar. Çeşitli masraflar, zaman kaybı, yol - nakliye fireleri, hayvan zayıatları buna engel olmaktadır (8, s. 64 - 66).

Halbuki yukarıda örnekleri görüldüğü gibi canlı hayvan satış kooperatifleri teşkil etmek suretiyle aracılardan istismarına engel olmak, aracı adedi ve bunların paylarını azaltmak suretiyle tüketicinin ürün için ödediği fiyatın büyük bir kısmının üretici eline geçmesini sağlamak mümkündür. Hayvancılık kooperatifleri, aracılardan yapılan birçok hizmetleri üzerine alır, malların kolaylıkla ve yüksek bir fiyatla kolaylıkla ve yüksek bir fiyatla satılması için üreticiye teknik yardımda bulunur, kaliteyi garanti etmek suretiyle talebin devamlı ve istikrarlı olmasını sağlar, pazarlar eder, yetiştiricilerin ürünlerini dıkları geniş iş hacmini temin eder, ve pazarda üreticinin pazarlık gücünü artırır.

## VI — SONUÇ

Bilindiği gibi bütün Ortadoğu ülkeleri ve Rusya et ve hayvansal ürünler açıklarını ithalât yoluyla karşılamaktadırlar. Bu bakımdan yeterli üretimimiz olduğu takdirde ve etkili organizasyonlara sahip oldukça komşumuz ülkelere ihracat güçlükleri çekilmeyecektir. Ayrıca ülkemizde nüfusun, gelir seviyesinin ve şehirleşmenin hızla artması neticesinde et ve hayvansal ürünlere karşı talep fazlaca artmaktadır. Yurt içi ve yurt dışı talepleri

karşılıyabilmek için yetiştiriciliği bir sanayi haline getirmek gereği vardır. Bu yolda başarılı olabilmek için ileri ülkelerde çok başarılı örnekleri görülmüş olan kooperatifçilik uygulamasının yaygınlaştırılıp, güçlendirilmesi şarttır. Bu şekilde küçük ve güçleri sınırlı üreticilerin üretim potansiyelini artırmakla bu üreticilerin imalât üniteleri ve fabrikalar tesis etmeleri mümkün olmaktadır. Bunun sağlanmasında Devlet, kooperatif eğitimini her seviyede geliştirirken halen uygulanmakta olan fakat limitli hudutlarda kalan hibe, kredi ve teknik önderlik faaliyetlerinin geliştirilmesi tam anlamı ile yürütülmeli ve bunun neticesinde de güçlü kooperatifler ve birliklerince yetiştiricinin alın terini karşılayacak ve teşvik edici bir fiyat politikası gerçekleştirilebilmeli, zaman zaman bu aktivite için gereken fonlar sübvansiyon şeklinde verilmelidir. Kooperatifler yurt sathında bir süt toplama soğuk zinciri ve değerlendirme zinciri kurabilir, üretim ve mamülecilik için gerekli makina teçhizat, yem, teknik hizmetler ve önderlik sağlayabilir. Bu organizasyonlar arzedilecek hayvan ve hayvansal ürünlerin standart ve kalite normlarını tespit etmekle sattığı malın kalitesini garanti edebilir ve bu şekilde yurt içinde güvenilir bir pazar yaratabileceği gibi ihracata dönük bir yetiştiriciliği de mümkün kılabilir.

Bugün iyi organize olmamış, alıcı komşularımızın tercih ve is-

teklerini takip edemiyen, mahdut sayıda özel ve kamu kuruluşu, ihracatçıların yerini alabilecek devamlı dış pazarları kazanabilecek, üreticilerin kendi öz kuruluşları olan Hayvan Satış Kooperatiflerinin birçok bitkisel ürünler tarım satış kooperatiflerimiz gibi gelişmesi ve millî ekonomimize güç katması mutlaka gereklidir. Ancak bu şekilde ürününü değer pahasına değerlendirebilen üreticinin, bu sahaya fazla yatırım yapması, daha yüksek ve kaliteli ürün için üstün ırkları benimsemesi ve yetiştirmesi daha kolay ve çabuk olabilecektir.

Bu uygulamanın, ekonomisi geniş oranda hayvancılığa dayanan, çayır - mer'a olanakları diğer bölgelere göre daha geniş olan ve geçim için fazla alternatif teşebbüsleri olmayan Doğu Anadolu Bölgesinde yaygınlaşıp güç bulması elzemdir.

## VII — SUMMARY

### THE NEED FOR AGRICULTURAL SALES CO - OPERATIVES FOR THE MARKETING AND IMPORTING LIVESTOCK AND ITS PRODUCTS IN EASTERN TURKEY

The Agricultural sector, with its social and economic aspects, has a dominant place in the life of Turkey. In fact Eastern part of Turkey is relatively low income region when compared with the Western part. Agricultural activities and especially livestock production have an important place in Eastern Turkey. While livestock and livestock



products constitute about 30 per cent of all agricultural production value, this percentage is 67.2 in Eastern part of the Country (Erzurum, Erzincan, Ağrı, Kars and Artvin provinces). There is a few adequate agricultural co-operatives (supply, process, marketing, miscellaneous service co-operatives) in the region. In spite of this situation in the East, there are many Agricultural Sales Co-operatives that work on basic export products (like cotton, tobacco, hazelnut, rasiin, olive, olive oil and citrus) at the other parts of the Country. These co-operatives provide help for their members in marketing, credit, etc.

In the light of the information presented in this study, it can be recommended that in Eastern Turkey, cooperatives on livestock production, dairy herd improvement, farm supply, marketing and so on, should be established. These co-operatives can both meet an important part of the domestic demand and also export livestock and livestock products to neighboring countries like Iran, Irak, Syria and Russia.

These co-operatives can encourage farmers to improve their livestock and produce more by providing a permanent market and appropriate price level for their products.

## VIII — LİTERATÜR

1. AID «Prospects for Turkish Agriculture «A report by study team to the minister of Agriculture. 1966.
2. Azgün, Yaşar. Sütçülüğün Ekonomimizdeki Yeri ve Süt Sanayimiz. Türkiye I. Sütçülük Kongresi. Kongre Tebliği Ank. 1974.
3. Bozdağ, Nihat. Kuzeydoğu Anadolu Hayvancılığının Gelişmesinde Et kombinalarının Rolü ve Erzurum Et Kombinasyonunun Ekonomik Analizi. Erzurum 1973 (Yayınlanmamış Doktora Tezi).
4. Digby M. ve Gretton R.H. Cooperative Marketing for Agricultural Producers. FAO Agricultural Dev. Paper. No : 53. Rome 1962.
5. Digby M. ve Gorst Sheila. Agricultural Co-operation in the United Kingdom. Basil Blackwell. Oxford 1957 (Kaynak : Mülâyim Z.G. a.g.e. S. 72)
6. Farmer Cooperatives in the U. S. Farmer Cooperative Service U.S.D.A. Bulletin 1. Washington 1965.
7. Gökmen, Pars. «Niçin Et İhraç Edemiyoruz» Et Endüstrisi Dergisi. Et - Balık Kurumu Genel Müdürlüğü Cilt 1. Sayı 4.
8. Gülten, Şefkati. Erzurum İlinde Canlı Hayvan ve Et Üretim Tüketim ve pazarlama Analizleri.

- Ata. Üni. Yayınları No. 204 Erzurum 1971.
9. Gülten Şefkati : «Doğu Anadolu'da 16 ilde Hayvancılığın Durumu. (Yayınlanmamış araştırma) Ata. Üni. Ziraat Fak. Ziraat Ekonomi Bölümü. 1974.
  10. Gülten, Şefkati : Doğu Anadolu'da Hayvan ve Et Üretim ve Pazarlama Durumu ve Gelişme İmkânları Erzurum, 1974 (Basılmamış)
  11. Güneş, Turan : AET - Türkiye Tarım ve Hububat Hayvan Ekonomisi. A.Ü. Ziraat Fak. Yayınları. Ank. 1970.
  12. Güneş, Turan, Pekel. E. Türkiye'de Et Üretiminin Artırılması ve Kalitenin Yükseltilmesi İmkânları D.P.T. Ank. 1970
  13. Hatunoğlu, Turgut : Doğu Anadolu Besi Hayvancılığının Ekonomik Durumu ve Sorunları Erzurum, 1975 (Yayınlanmamış, Teksir halinde).
  14. Ing, Pohl : Sığırlarda Et Üretiminin Geliştirilmesi Tedbirleri ve Pratikte Uygulanması.  
Çeviren : Dr. Zeki Mağdenli. Türkiye Tic. Oda. San. Oda. ve Tic. Borsaları Birliği. Kongre Tebliği. 1974.
  15. İshakoğlu, Mehmet : İşletmecilik Bakımından Erzurum Et Kombinasyonu. Ata. Üni. Yayınları No. 272 Ank. 1974.
  16. Livestock Marketing Cooperatives in California Farmer Cooperative Service., U.S.D.A. General Report 98.
  17. M.P.M. Tarımsal Ürünlerin Pazarlaması. MPM. Yayınları No : 46.
  18. M.P.M. Hayvan ve Hayvansal Ürünler Pazarlaması Tespit Çalışmaları. MPM. Yayınları 126 Ank. 1973.
  19. M.P.M. Tarımsal Ürünlerin Pazarlaması. MPM. No : 46
  20. Mülayim, Z. Gökalp, Tarımsal Kooperatifçilik Ank. Üni. Ziraat Fak. Yay. 302. Ank. 1967.
  21. OECD «Syposium on Livestock Production and Marketing». Paris 1966.  
Kaynak : Şener İsmail : AET Sığır ve Dana Etleri. S. 40.
  22. Özhan, Macit : Et Üretim ve Tüketim Problemleri MPM. Yayınları. No : 56 Ank. 1969.
  23. Pekel, Erdoğan. Canlı Hayvan Pazarlamasında Hayvan Nakilleri. Türkiye'deki Tatbikatı ile ilgili sorunlar ve çözüm yolları. (Basılmamış, Teksir halinde).
  24. Şener, İsmail. AET Sığır ve Dana Etleri Ekonomisi ve Türkiye'nin İhraç İmkânları (Basılmamış, teksir halinde).
  25. Türkiye Tarımsal Üretim Değeri 1973 T.C. Ziraat Bankası Metod ve Araştırma Müdürlüğü Yayınları No : 17. 1975.

26. T.C. Başbakanlık D.P.T. III. Beş Yıllık Kalkınma Plânu. Yayın No : DPT. 1972.

27. T.C. Tarım Bakanlığı Veteriner

İşleri Genel Müdürlüğü «Vete-  
riner çalışmaları ve Hayvancı-  
lık İstatistikleri 1967 - 1970»  
D.İ.E. Matbaası Ank. 1973.