YUMURTA TAVUKÇULUĞU: Önemi, Mevcut Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Prof. Dr. Ramazan YETİŞİR
S. Ü. Ziraat Fakültesi Zootekni Bölümü Öğretim Üyesi

1. Giriş

Yumurta doğal ambalajında insan öğününe sunulan, hile katılması zor mükemmel gıdalardan birisidir. Yumurta, içerisindeki besin maddelerinin biyolojik değeri dikkate alındığında, mevcut fiyat artışlarına rağmen, en ucuz gıdadır. Günde tüketilecek 2 adet yumurta bir insanın ihtiyacı olan hayvansal proteinin yarısını karşılayabilmektedir. Yumurtanın besleme değerini anlamak çok kolaydır; çünkü döllü bir yumurta 21 günlük sürede ağırlığının %60'ı kadar, canlı bir civciv çıkışına sebep olmaktadır. Enstrümantal analizin bu kadar yaygın olmadığı dönemlerde, bilim adamları yumurta proteinini referans gıda maddesi olarak kullanmışlardır. Bu sebeplerden dolayı yumurta insan toplumlarının dengeli ve yeterli beslenmesinde büyük öneme sahiptir.

Yumurtanın bu öneminden dolayı, üretimini artırmak için bilim adamları 20. yy boyunca önemli gayretler sarf etmişlerdir. 1950'li yıllarda, elit bir beyaz yumurtacı Leghorn sürüsünde, tavuk başına yumurta verimi 220 adet iken, bugün damızlıkçı firmalar hedef olarak 330 adet yumurta bildirmektedirler. Geçen süre zarfında yılda yaklaşık iki yumurta ilerleme olmuştur.

Tavukların kendilerinin de bir deneme hayvanı olmalarından dolayı, tavukçuluk genetikçilerin en başarılı olduğu sahalardan birisi olmuştur. Geçen sürede, tavukların üreme ve sonuç olarak verim potansiyelleri önemli ölçüde artmıştır. Ancak, mevcut gelişmede sadece genetikçilerin değil, besleme, barındırma, yetiştirme tekniği, sağlık koruma, makine ve ekipman gibi ihtisas disiplinlerindeki gelişmelerin de önemli payı olmuştur.

Günümüzde tavuk yetiştiriciliğinde başarılı olabilmek için bu ihtisas disiplinleriyle ilgili bilgilerin çok iyi bir şekilde kombine edilmesi gerekmektedir.

2. Mevcut Durum *(Tanımlayıcı Değerler)*

Besd-Bir (2004) raporlarına göre, yumurta üretimi bakımından Türkiye; Çin, ABD, Japonya, Rusya, Meksika, Brezilya, Fransa ve Endonezya'dan sonra 10. sırada yer almaktadır. Türkiye'nin toplam yumurta üretimi, 2004 yılı itibarıyla, 791700 tondur. En fazla üreten ülke olan Çin'in üretimi ise 24341400 tondur. Ülkemizde, sofralık yumurta ithali olmayıp, 2004 yılında, yaklaşık 16816410 adet damızlık yumurta ithali gerçekleşmiştir. Sofralık yumurta ithalatı bazı yıllarda gerçekleşmiş ise de sınırlı miktardadır.

Yıl	Üretim (mil)	Artış, %	Sofralık Yumurta İhracatı (mil)	Kuluçkalık Yumurta İhracatı (mil)	Toplam İhracat (mil)	Sofralık Yumurta İthalatı (mil)	Damızlık Yumurta İthalatı (mil)	Toplam İthalat (mil)	Fert Başına Tüketim (adet)
1997	7.136	0,0	395	81,02	475,753	1,041	2,944	3,983	105
1998	12.160	70,40	564	51,49	615,932	1,188	4,175	5,363	177
1999	9.917	-8,45	333	23,39	357,269	0,162	10,10	10,265	144
2000	7.245	-6,94	46	11,53	57,200	0,332	25,618	25,951	106
2001	8.194	13,10	203	81,45	284,763	0,000	6,188	6,188	116
2002	7.809	- 0,70	13	18,49	31,900	0,000	34,671	34,671	111
2003	9.816	25,70	76	49,07	124,707	0,030	15,728	15,758	137
2004	8.443	-3,99	124	51,89	175,797	0,000	16,816	16,816	115

Tablo 1.Türkiye'de son yıllarda yumurta üretim, ihracat, ithalat ve tüketim durumu (Besd-Bir, 2004)

Türkiye'nin toplam yumurta ihracatı, 2004 yılı itibarıyla, 175797449 adet olup getirisi 14141231 $ dır. Bu paranın yarısı sofralık yumurta ve yarısı da kuluçkalık yumurtadan gelmiştir. Yumurta ihraç ettiğimiz ilk 5 ülke Gürcistan, İsrail, Irak, Bulgaristan ve Azerbaycan olarak sıralanabilir. İkinci sırada yumurta ihraç edilen ülkeler ise Ürdün, Suudi Arabistan, Özbekistan, Romanya ve Türkmenistan olmuştur.

Yılda kişi başına yumurta tüketimi son 8 yılın ortalaması olarak 125 adet dolayındadır. Bu tüketim miktarı pek çok Avrupa ülkesinin yarısı seviyesindedir. Yani Türkiye'de üretilen yumurtanın bölge ülkelerine ihracı yanında bir iç tüketim (talep) potansiyeli de bulunmaktadır. Tüketim miktarının 2 katına çıkması bir bakıma sektörün ikiye katlanması demektir. Tabi ki bu kısa zamanda mümkün değildir. Önemli gayretlerin sarf edilmesi gerekmektedir.

3. Mevcut Sorunlar

Yumurta tavukçuluğunun genel sorunlarını aşağıdaki gibi kategorize edebiliriz. Muhtelif yayınlarda konu ele alınmıştır (Güneş, 1985; Akpınar ve ark. 1986; Sönmez ve ark.1986; Efil, 1993).

1. Türkiye tavukçuluğu, hibrit materyal (civciv) bakımından büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Uygulamada önemli miktarda döviz çıktısı söz konusudur. Diğer taraftan, yetiştiricilerin hibrit materyal tercihine yardımcı olacak, süreklilik arz eden bilgi kaynakları bulunmamakta, bu bakımdan damızlıkçı firmaların kataloglarına inanmak durumundadırlar.
2. Yumurta fiyatları dengesiz olup, sürekli değişim göstermektedir. Bu sebepten, bu sahada yatırım yapmak oldukça riskli gözükmekte ve sektörsel gerileme mevcuttur. Atıl kapasiteler oluşmaktadır.
3. Türkiye'nin en önemli tavukçuluk ürünleri dış pazarı Irak ve Ortadoğu karışık olup, birinci körfez krizinden buyana uygulanan ambargoların olumsuz etkilediği sektörlerden birisi de tavukçuluk olmuştur.
4. Üretilen yumurtaların maliyeti yüksek olup, işletmelerin dış pazarda rekabet şansı oldukça düşüktür. Ayrıca, işletmelerin yumurta kalitesi anlayışı yeni gelişmeye başlamış ve henüz alınması gereken çok mesafe mevcuttur.
5. Son yıllarda, spekülasyonların en yoğun olduğu sektör tavukçuluk olmuştur. İlgi çekmek isten medya veya reyting yakalamak isteyen medyatör bu sahayı seçmiştir. Sektörü bir beyanlarıyla geriye götüren sorumsuz kişilere bir müeyyide uygulanamadığı gibi, sonunda reyting yakalamak isteyen politikacılar da bu medyatörleri, halk sağlığıyla ilgilendikleri gerekçesiyle, tebrik etmektedirler.
6. Tüm dünyada tavukçuların korkulu rüyası olan Tavuk Vebası (Avian influenza), geçen yıl Türkiye'ye de sıçramıştır. Ayrıca, ülkemizde koruyucu aşılama ve hijyen konusunda da eksiklikler ve ihmaller vardır.
7. Ülkemizde tavukçuluk ürünlerinin önemi toplum tarafından yeterince anlaşılamamış ve iç tüketim artırılamamaktadır.
8. Yumurta sektörü ülke düzeyinde, yeteri kadar gelişmiş yetiştirici organizasyonuna sahip değildir. Dolayısıyla, sorunlarına yeterli ölçüde sahip çıkılamamaktadır.
9. Yetiştiriciler, araştırma kurumlarından (üniversite + enstitü) uzak durmakta, kendini iyi reklam eden kişilerle diyalog kurmaya çalışmaktadırlar. Danışman kullanmaktan kaçınmaktadırlar.

4. Çözüm Önerileri

Yukarıdaki sorunlara ayrı başlıklar halinde cevap vermek yerine öngördüğümüz ana başlıklarda çözümler önermeye çalışacağız. Ayrıca başka sorunlar da mevcut olabilir. Burada zikredilenler ise bizim ilk etapta aklımıza gelenlerdir. Muhtemelen yetiştiricilerin fiili olarak yaşadığı sorunlar da mevcuttur.

Meseleye genel yaklaşım tarzı:

Herhangi bir üretici işletmeyi pazar şartlarında güçlü kılan en önemli husus ürünlerinin maliyeti ve kalitesidir. Aynı fiyattaki iki üründen hangisi daha kaliteli ise o talep getirecektir. Ancak, aynı kalitedeki ürünlerin rekabetinde üretim maliyeti düşük olan işletme ayakta kalır. Çünkü üretim maliyetinden daha aşağıda satılan bir ürün zarar getirecek, ve zararına satış yapan bir işletme ise uzun süre bu pazarda kalamayacaktır. Bu düşünceden hareketle tavukçulukta üretim maliyeti düşük ve kaliteli bir yumurta üretimi hedef alınmalıdır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için ise aşağıda verilen indeks niteliğinde bir model esas alınabilir.

Üretim maliyeti düşük Kaliteli yumurta = Genotip (hibrit) + Besleme + Barındırma + Sağlık Koruma + Yetiştirme Tekniği + Makine ve Ekipman + Pazarlama

Bu modelde sağ tarafta bulunan ihtisas disiplinlerinden eğitilmiş elemanlara ihtiyaç duyulurken, ilgili disiplinlerde uygulayıcı firmalardan da emtia talebi doğacaktır.

Bu modele göre yumurta üretim işletmesi, yüksek verim potansiyeline sahip bir yumurtacı civcivi (hibrit), en düşük maliyette ve istenen kalitede karma yemle besleyerek, ekonomik bir şekilde barındırarak, koruyucu aşılama yaparak, uygun yetiştirme tekniği uygulayarak, fonksiyonel makine ve ekipman kullanarak düşük maliyette ve kaliteli yumurta üretebilecektir. Çünkü tüm etkili unsurlar teknolojik yenilikler taşımakta ve rekabette ise teknoloji her zaman maliyet ve kalite bakımından avantajlar sağlayacaktır.

Bu model diğer faaliyet alanlarında da farklı unsurlarla uygulanabilir. Aslında, indeks unsurlarının her birisi ayrı bir makale konusu olarak ele alınabilir.

Yumurta fiyat konjonktürü:

Türkiye'de yumurta fiyatları yıl boyunca ve yıldan yıla sürekli değişim göstermektedir. Bu durum üretici gelirleri bakımından bir istikrarsızlığa ve belirsizliğe neden olmaktadır. Okulların tatil olması ve mevsimsel iklim değişiklikleri fiyat üzerine sınırlı bir etki göstermektedir. Sansasyonel haberler, ihracatların kesilmesi ve talepten fazla üretim (surplus) yumurta fiyatlarını olumsuz yönde etkileyen en önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Böyle zamanda, yumurta depolamayla sınırlı miktarda bir çözüm elde edilebilmektedir. Çünkü, yumurta doğal formunda uzun süre bozulmadan depolanamamaktadır.

Gelişmiş ülkelerde bu durumları bertaraf etmek için hemen ileri işleme teknikleri devreye girmektedir. Piyasada bulunan talep fazlası, yumurta kırma fabrikalarına çekilerek pastörize sıvı yumurta, yumurta tozu (ak ve sarı ayrı) ve yumurta sucuğu vb gibi daha dayanıklı ürünler haline getirilmektedir. Bunların bir kısmı dolaylı olarak insan öğününe yeniden sunulmakta, bir kısmı ise gıda sanayiinde değerlendirilmektedir. Bunlardan yumurta sucuğu (Long egg) hazır yiyecek sektöründe yerini almaktadır. Bu üründen 5-8 dilim kesilip, marul ve lahana harcı ile sandviç olarak hemen elinize verilmektedir. Yumurta sucuğu esas

itibarıyla normalden daha fazla yumurta tüketimi sağlamaktadır. Haşlanmış bir yumurtadan, normal olarak, 3-4 dilim çıkarılırken, yumurta sucuğundan bir sandviçe en az 5-8 dilim dizilmektedir.

Sonuç olarak, piyasadaki talep fazlası yumurta çekilerek, üreticilerin zarar görmesi ve sektörün gerilemesi önlenmektedir. Önceden hareket eden yumurta pazarlama organizasyonu tarafından bu işler yürütülmektedir. Bizde de yumurta üreticileri birliği tarafından böyle bir işletme, mevcut hibe ve teşvik programlarından da yararlanılarak, bölgemizde kurulabilir.

Diğer taraftan, sansasyonel haberler çıkması durumunda ise birlik gerekli aydınlatıcı açıklamaları, üniversite ile işbirliği içinde gazete ve televizyonlarda vakit geçirmeden yapmalıdır. Hatta kasıtlı haberleri çıkaranlar hakkında deliler toplanarak kanuni kovuşturma yapılmalıdır.

Teşvik ve destekler:

Tüm beş yıllık kalkınma planlarında, tavukçuluk ürünlerinin %7-10 dolayında artırılması öngörülmüştür. Sadece öngörmek gelişme sağlamaz. Teşvik etmek gerekmektedir. Ancak, nasıl bir teşvik politikası uygulayalım sorusu hep sorulmuştur. Dünya ticaret örgütüne üye ülkelerde 2007 yılından itibaren teşviklerin kaldırılması istenmektedir, ancak kar haddi diğer sektörlere göre daha düşük olan tarım sektöründe bu teşvikler doğrudan olmasa da yapılacaktır.

Bize göre yukarıdaki modeli destekleyen bir teşvik uygulanmalıdır. Yumurta üretimi işletmede yapılır, ve düşük maliyetli ve fakat kaliteli yumurta üretecek bir işletme modeli desteklenmelidir.

Burada iki tür işletmeden söz edilebilir. Bunlardan birisi, her türlü modern girdiyi kullanan, hatta bir kısım girdilerini kendisi üreten, kendini finanse eden ve ürününü kendi pazarlayan entegre büyük işletme, diğeri ise tüm girdilerini pazardan alan ve yumurtasını toptancıya satan küçük işletme. Daha açık bir ifadeyle, entegre yumurtacı işletme; damızlık sürülerine sahip, kuluçkahanesi olan ve civciv üreten, makine ve ekipman imalatı yapan, yemini kendi üreten, yetiştiricilik yapan ve ürettiği yumurtalarını kendi pazarlayan bir şirket olarak düşünülmektedir. Bu tür bir işletmede her kademede üretilen mallar bir sonraki kademede girdi olarak kullanılıp maliyetine alınacağından nihai ürün olan yumurtanın fiyatı düşük olacaktır. Kalite ise teknik bilgi ve biraz gayretle rahatlıkla sağlanacaktır. O halde teşvik entegre büyük işletmeler geliştirmek için yapılmalıdır. Bu tür işletmelerin sayısı ülke düzeyinde artırılmalıdır.

Peki de küçük işletmeler ne olacak? sorusu hemen gündeme gelebilir. Küçük işletmeler ticari özellikleri olan bir organizasyonda (kooperatif) birleşmeli veya bir entegrasyona bağlanmalıdır (sözleşmeli yetiştiricilik). Sözleşmeli yetiştiricilik ülke ve bölgemizde uygulandı ve fakat çok da başarılı olmadı diyenler olabilir. Varsa bu sistemlerin hataları düzeltilmelidir. Uygulama hatalarını sistemlere yüklemek başka bir hata olacaktır. Soğuk savaş yıllarında ülkenin meselelerine çözüm olacak sistemlerin gelişmesi kasıtlı olarak engellenmiştir. Kooperatifçilik bunlardan biridir. Örneğin küçük yumurtacı işletmeler bir kooperatif, şirket veya birlik kurarak yem fabrikası ve pazarlama birimine sahip olup, ortak teknik eleman istihdam edebilirler. Bu sistemleri işletmek için üyeler önce hakkına razı olacak, öbür taraftan da hakkını koruma cesareti gösterecektir. En önem hususlar bunlardır. Ancak, sonuçlar bu çabaya değecektir.

Organizasyon ve mevzuat:

Bugün gelişmiş toplumların en önemli özelliği, mümkün olduğu kadar çok faaliyet alanında organize olmuş olmalarıdır. Hayvancılık alanında en yaygın organizasyon şekilleri yetiştirme birlikleri, pazarlama kooperatifleri, büyük entegrasyonlar gibi ticari organizasyonlar yanında, üyelerini teknik ve kültürel yönden eğitmek ve meselelerini çözmede güç kazanmak amacıyla kurulan derneklerdir.

Bu durum hükümetlerin de işini kolaylaştırmaktadır. Karşılarında, organize olmuş, meselelerini ve ne istediğini bilen, ve gerektiğinde hükümetlere danışmalık yapabilen bir meslek topluluğu veya üretim sektörü bulmaktadırlar. Nitekim bugünün politikacıları sürekli olarak sivil toplum örgütlerini dinleyeceklerini ve sorunları beraber çözeceklerini ifade etmektedirler.

Gelişmiş ülkelerde sivil toplum örgütlerinin kuruluş ve gelişmesine destek veren işletmelerin yardımları vergiden düşülmekte ve hükümetler masraf etmeden üretim sektörlerini organize edebilmektedirler.

Gelişmiş bir organizasyonun en önemli özelliği yatay ve dikey olarak (piramit şeklinde) yeterli düzeyde gelişmiş olmalarıdır. Yatay olarak tüm illerde, dikey olarak ta bölge ve başkente (merkez) kuruluşlarını tamamlamış olmalarıdır.

Türkiye'de tavukçuluk alanında en çok bilinen sivil toplum örgütü Dünya Tavukçuluk Derneğinin Türkiye branşı olan Bilimsel Tavukçuluk Derneğidir. Bu dernek 2004 yılında tüm dünyadan yaklaşık 1000 dolayında bilim adamını İstanbul'a getirmiştir. Ülke tanıtımına da katkısı bulunan derneğin şu anda başkanlığı Türkiye'dedir; ve Prof. Dr. Rüveyda AKBAY tarafından yürütülmektedir. Ancak, bu derneğe yetiştiricilerde üye olsa da, daha çok bilimsel bir hüviyeti bulunmaktadır. Ayrıca, Tavukçuluk Derneği gibi zaman zaman sesi duyulan başka derneklerde vardır.

Burada daha çok yumurta yönlü yetiştiricilik yapan ve yumurta üreten özel kişilerin, yani üreticilerin organizasyonu önem kazanmaktadır. Bu ise Türkiye Yumurta Üreticileri Birliğidir. Henüz gelişmesini tamamlamamış bu organizasyon desteklenmelidir. Böyle bir organizasyonun yöneticilerinin birbirleriyle rekabet etmek yerine görev aldıkları sürede önlerinde duran meselelere yoğunlaşmaları gerekmektedir. Yani kendi sorunlarına sahip çıkmalıdırlar. Artık devlet şunu versin, bunu versin şeklindeki yaklaşımlar mantıklı gelmemektedir.

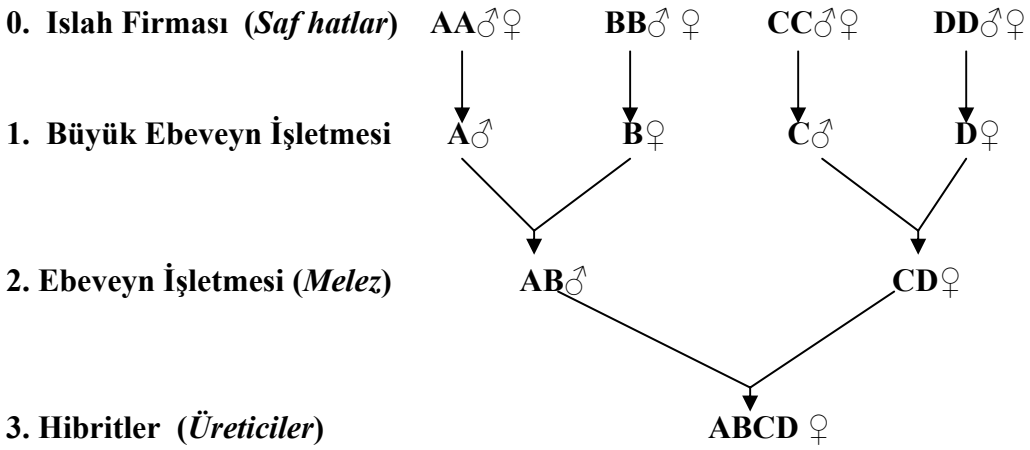
Diğer taraftan, AB dahil birçok uluslar arası hibe ve destek kuruluşlarının bundan böyle, organizasyonlar aracılığıyla teşvik ve destek uygulayacağı düşünülürse, bu organizasyonlar acilen tüm yumurta üreticilerini bünyelerine almalı ve bu yaklaşım hükümet tarafından da desteklenmelidir.

Hibrit materyal (Genotip) temini:

Ülkemizde yumurtacı dişi civcivler çok uluslu şirketlerin uzantısı konumundaki ebeveyn yetiştiren ve aynı zamanda kuluçka yapan (teksir) firmalarımızdan temin edilmektedir. Üreticilerimiz tarafından yetiştirmeye alınan bu civcivler 3 kademede elde edilen dörtlü melezleme ürünüdürler. Bunların elde edilişleri aşağıdaki şekilde gösterilmiştir. Damızlıkçı firmalar Türkiye'ye cinsiyet ayırımı yapılmış dört saf hata ait büyük ebeveyn civcivler vermektedirler.

Bunların her üretim sezonu sonunda bağlantılı firmadan tekrar satın alınmaları gerekmektedir. Her hata ait tek cinsiyette civciv olduğundan, hatların yurt içinde üretilmesi ve gelecek jenerasyonlara aktarılması söz konusu değildir. Bu bakımdan Türkiye'de kullanılan yumurtacı, hatta etçi civcivler bakımından dışa bağımlılık söz konusudur. Damızlıkçı firma

cinsiyet ayırımı yapma durumunda, aksi halde yaptığı ıslah amaçlı yatırımların karşılığını öngördüğü projeksiyonda alamayacaktır.



Şekil 1. Hibrit civciv üretiminde kademe işletmeleri

Bu durumun ne zararı var diyebiliriz. Birincisi döviz çıkışı söz konusu, ikincisi ise mevcut dünya konjektüründe bağlantılar her an inkıtaya uğrayabilir. Tedbirimizi almaya çalışmalıyız. Bu cümleden olarak, Türkiye kendi hibrit ebeveynlerini geliştirmeli mi? Sorusu gündeme gelebilir. Bu husus hakkında yaygın iki görüş mevcuttur. Tavukçulukta çok yakın bir zamana kadar bilinen 16-18 adet çok uluslu damızlıkçı şirket vardı. Bunların bir kısmı birleşerek büyüme politikası gereği birleştiler ve sonuçta 5 adet büyük damızlıkçı şirket kaldı. Dolayısıyla bu çok büyük şirketlerle rekabet etmemiz söz konusu değildir. Sonuç olarak, tavuk ıslahı işine girmemeliyiz görüşüdür. Bu görüşün mahsuru nedir? diyecek olursanız. Gelişmiş ülkeler tarafından yapılan tavuk ıslahı işine biz girmeyelim, bu sahada ulusal ve uluslararası düzeyde ticaret yapmayalım ve para kazanmayalım demektir. Türkiye bu konuda pazar olsun ve öyle devam etsin demektir. Bu durum gelişmiş ülkelerin çok işine gelir.

2004 yılında İstanbul'da yapılan uluslararası sempozyumda açılışta sunu yapan Hindistan temsilcisi Dr. Jain ülkelerinde yetiştirilen ebeveynlerin %85'ini içerden karşıladıklarını söylemiştir. Söz konusu sempozyuma paralel olarak yapılan makine ve ekipman fuarında ise Hindistanlı firmalar hibrit ebeveyni pazarlıyorlardı. Uzakdoğu ülkeleri Japonya ve Kore de bu şekilde hareket etmektedir. Yani kendi hibrit ebeveynlerini geliştirmek için çalışmaktadırlar.

Bilindiği gibi gelişmekte olan ülkelerde hayvan ıslahı işini devlet kurumları, gelişmiş ülkelerde ise entegre büyük şirketler yapmaktadır. Türkiye'de de ıslah işine girebilecek büyük tavukçuluk entegrasyonları geliştirmeliyiz. Devlet memurluğu şartlarında tavuk ıslahı yapmanın mümkün olmadığı geçmiş dönemlerde görülmüştür. Tarım bakanlığı araştırma kuruluşları ancak bu sahada eleman yetişmesine hizmet etmiştir.

Türkiye Kalkınma Vakfının bu yönde bir faaliyetlere girmesi beklenirken, yani tavuk ıslahı işine, geçmiş hükümet döneminde devlet tarafından kurtarılmayı bekleyen kuruluşlar listesine girmiştir.

Türkiye'de öncelikle özel sektörün tavuk ıslahına girebilmesi için gerekli hukuki düzenlemeler yapılmalıdır. Bunun için gerekli şartların belirlenmesinde, üniversite ve araştırma kurumları da araştırmalar yapmalıdır. Tarım bakanlığının elinde bulunan ıslah materyalleri ve araştırma enstitüsü mensupları, özel sektörün de katılımlarıyla, bir anonim şirket çatısı altında birleşmelidirler. Türkiye'nin hayvan ıslahı alanında fevkalade birikimi mevcut olup, yapısal sorunlar nedeniyle, teşebbüsler çok ileri gidememektedir. Sonuç olarak tavuk ıslahı alanında Türkiye kendi hibrit ebeveynlerini geliştirmelidir.

Ülkelerin hayvancılıkta gelişmişlik derecesinin belirlenmesinde kullanılabilecek en önemli ölçülerden birisi de, o ülkenin damızlıkçı olup olmadığı hususudur. Çünkü hayvan ıslahı sadece bir yetiştiricilik işlemi olmayıp, teknolojik özellikleri olan bir uğraşıdır.

Bu arada, ülkeye giren yabancı hibritlerin ekonomik verim özelliklerini sürekli olarak test eden Rasgele Örnek Test (RÖT) istasyonları kurulmalı ve bu istasyonlar yetiştiricilerin civciv tercihine yardımcı olmalıdırlar. Hiç değilse orta Anadolu'da bir adet istasyonla işe başlamak uygundur. Bu istasyonun kuruluşu ise Yumurta Üreticileri Birliği tarafından organize edilmeli ve üreticiler desteklemelidirler. Diğer taraftan, böyle bir istasyon kurulana kadar ise, Avrupa ülkelerinde 11 istasyonda yapılan testlerin sonuçlarından yetiştiricilerin yararlanması için bir çalışma yürütülebilir. Bu ise üniversitelerde ilgili öğretim elemanları ile işbirliği yaparak yapılabilir. Bu konuda da birlik gayret sarf etmelidir.

Yetiştirme tekniği *(Zorunlu Tüydökümü)*

Yukarıda da zikredildiği gibi, bugün ülkemiz halen genetik materyal (hibrit civciv) bakımından %97.5 oranında dışa bağımlıdır. Büyük ebeveyn ve kısmen ebeveynler dışardan satın alınmaktadır. Bu ithal materyallerin en iyi bir şekilde yetiştirilerek, mümkün olduğunca optimum bir süre kullanılmaları gerekmektedir. Kullanma hayvanı dediğimiz hibritlerin de optimum süre elde tutulmaları yumurtacı işletmeler için önemli ve üretim maliyetine etki etmektedir. Nitekim Zeelen (1975) yaptığı saha çalışmasında yumurtaya gelmiş piliç (yarka) maliyetinin yumurta maliyetinin %20'sine ulaştığını bildirmektedir. Bu maliyet tavuk başına elde edilecek yumurta sayısına dağılacaktır. Bu cümleden hareketle tavuk başına elde edilecek yumurta sayısı artırılmalıdır. Bunu artırmanın yollarından birisi de hayvanları mümkün olduğunca daha uzun süre elde tutmaktır.

Türkiye şartlarında yumurta verim yaşına gelmiş piliçler yaklaşık bir yıl süre yumurtlatılmaktadır. Müteakiben verim düşmekte ve kalite kötüleşmektedir. Dolayısıyla bu hayvanların elden çıkarılması gerekmektedir. Elden çıkan hayvanların yerine ya yeni yetişmiş piliçler ikame edilir, yada eski hayvanlar tüy döküm programına tabi tutularak bir verim dönemi daha elde tutulurlar.

Bugün gerek yumurtacı hibrit ve gerekse ebeveynlerinde, elden çıkma aşamasındaki sürüleri zorlamalı tüy döküm programına tabi tutmak yaygınlaşmıştır. Dünyanın en gelişmiş ülkesi konumundaki ABD'de yumurtacı sürülerin yaklaşık %75'i tüy dökümüne sokulmaktadır. Bu durum bu ülkede son zamanlarda ebeveyn sürü ve kuluçkahane kapasitelerinin yarıya inmesine neden olmuştur (Bell, 2003). Ülkemizde de yumurtacı sürüleri ve ebeveynleri zorunlu tüy dökümü programlarına alarak kullanım sürelerini uzatmalıyız. Böyle bir uygulama, bu alanda ithal masraflarını azaltacaktır.

Zorlamalı tüy döküm programları genelde başlangıçta 8-10 günlük bir açlık periyodunu kapsamaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu uygulamaya, özellikle hayvan refahı cemiyetlerinin de tesiriyle, karşı çıkılmaktadır. Gerekçe ise bu dönemde hayvanların aşırı strese girmeleri ve boş sindirim siteminde *Salmonella enteritis* üremesinin artmasıdır. Nitekim dünyanın yaygın hazır yiyecek şirketleri (Mc Donalds vd) tüy dökümü yapılmış sürülerin yumurtalarını almayacaklarını ilan etmişlerdir.

Bunun üzerine bilim adamları açlık periyodu olamayan (yem çekmesiz) zorlanım programları geliştirme yönünde çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Biz de S.Ü. Ziraat Fakültesi Zootekni Bölümü Araştırma-Uygulama biriminde ülkemizde bulunan yaygın yem ham maddelerine dayalı yem çekmesiz zorlanım programları geliştirme yönünde çalışmalar yürütmekteyiz, ve en kısa zamanda yetiştiricilerimizle sonuçlarını paylaşacağız.

Diğer taraftan bu gün çok iyi bilmektedir ki; yumurtacı piliçlerin büyütme dönemi yetiştiriciliği verim dönemini etkilemekte ve bu dönemde yapılan hatalar telafi edilememektedir. Bu dönemde düzenli bir gelişme ile hedef canlı ağırlığı (CA) yakalamış,

üniform bir sürü elde edilmesi amaçlanmalıdır. Yumurtaya gelme aşamasındaki bir sürüde; yetiştiricilikte en önemli başarı kriteri hedef CA'da %80 ve daha yukarıda üniform bir sürüdür. Bundan dolayı, bu kriterler büyütme döneminde sıkı bir şekilde takip edilmelidir.

Günümüzde, yetiştirme döneminin verim dönemine etkileri üzerinde yoğun bir şekilde araştırmalar yapılmaktadır. Yetiştirme dönemi verim dönemini nasıl etkiliyorsa birinci verim dönemi de, zorlanım programının ardından, ikinci verim dönemindeki başarıyı etkilemektedir. Bu konuda ileri yetiştirme teknikleri mutlaka takip edilmeli ve sürü düzeyindeki verimlilik iyileştirilmelidir.

Yumurta kalitesi:

Yetiştiricilerimiz son zamanlarda yumurta kalitesine daha çok önem vermeye başladı. TSE kalite belgemiz var, kaliteden ödün vermiyoruz diyorlar.

Bugünün yetiştiricileri kalite bakımından kendi kendilerini denetliyorlar. Ancak, iddialı olabilmek için alınması gereken daha çok mesafe var. Bugün ortadoğu ülkelerine bile yumurta ihraç edecek olsak, standart 60 g yumurta istiyorlar. O halde standart yumurtaların oranı üretilenler içinde yüksek olmalıdır.

Tüketici tercihlerini etkileyen kalite kriterleri dendiğinde; irilik, renk, et-kan lekesi, sarı rengi, temizlik, tazelik, kabuk drenci ve düzgünlüğü gibi özellikler ilk olarak akla gelmektedir. Ancak, daha önemlisi pişmiş yumurtalarda bazen görülen kötü koku ve lekelerdir.

60 g'dan daha ağır yumurtalar pazarda tercih ediliyor ve daha fazla ödeniyorsa ticari bir anlamı vardır. Ancak, kitle halinde tüketim yapılan yerlerde (askeriye, okul, hastane vd) standart (bir örnek) 57-60 g yumurta tercih edilecektir. Hibrit yetiştiriciliğinin standart yumurta üretimi bakımından olumlu bir etkisi vardır.

Yumurta kabuk renginin besleme değeri bakımından bir anlamı yoktur. Ancak, genelde pazarda kahverengi yumurtalar tercih edilmektedir. Neden böyle yapıldığı sorulduğunda, bazı tüketiciler kabuğu sağlam diyorlar; bazıları ise herhangi bir cevap verememektedirler. Bu tüketicileri ise albeni etkilemektedir. Evet kahverengi yumurtalar daha güzel gözüküyorlar.

Aslında eskiden Türkiye'de yumurtalar beyaz olarak bilinirdi, kahverengi yumurtalar hibrit ebeveyni ithali başladıktan sonra görülmeye başladı. Bunun geçmişi 1963 yılına kadar dayanmaktadır. Çünkü tarım bakanlığı hibrit ebeveynleri ithaline bu dönemde izin vermiştir. ABD'de de yumurtalar çoğunlukla beyazdır. Esas itibarıyla beyaz yumurtacılar daha ekonomik yumurta üretmektedirler. Çünkü kahverengi yumurtacıların kökeni orta-ağır ırklara dayanmakta ve daha ağır olmalarından dolayı günde en az 10 g daha fazla yem tüketmektedirler. Bu verim periyodunun ileri dönemlerinde daha barizdir. Ancak, ıslahçı firmalar kahverengi yumurtacıların da daha rasyonel yumurta üretmeleri için gayret sarf etmektedirler.

Et-kan lekesi bazı yem maddelerinin karma yemde bulunması (PTK) durumunda görülür. Ayrıca ırk özelliği olarak kahverengi yumurtalarda beyazlara nazaran daha çok görülürler.

İyi bir yumurta sar rengi büyük ölçüde Vit-A provitamini'nin (beta karoten) karma yemde yeteri kadar bulunmasıyla sağlanabilir. Bu, yemde mısır, yonca unu (%2), doğal renklendiriciler (kırmızı biber, %0.04) bulunması durumunda iyi bir renk koyuluğu sağlanabilir. Ayrıca, yem katkısı maddesi satan firmaların bu amaçla hazırlanmış preparatları mevcuttur.

Temiz yumurta elde edilmesi büyük ölçüde kullanılan makine-ekipman ve manejmanla ilgilidir. Üreticilerin buna bizzat özen göstermeleri gerekir. Kabuk drenci ise hem genotip özelliği, hem de beslenme ve barındırma (sıcaklık) ile etkilenmektedir. Üretilen

yumurtaların toplama, tasnif, ambalajlama ve taşıma için yeterli düzeyde kabuk drencine sahip olmaları gerekmektedir. Bu özellik bakımından yumurtaların en az 3 kg/cm^2 dirence sahip olması gerekmektedir. Diğer taraftan ticari değeri çok düşük olan kırık yumurta oranı da kabuk mukavemetiyle yakından ilgilidir. Normal şartlarda bir işletmede kırık yumurta oranı %7 dolayındadır. Bunda azaltılacak %1 dolayındaki bir iyileşme bile toplamda önemli gelir artışı sağlayacaktır.

Yumurtada görülen kötü koku ve leke problemleri yumurtlamadan sonra oluşur. Bununla beraber, yemdeki çeşitli unsurlardan da kaynaklanabilir. BHC ve gama izomeri (lindane) ile bulaşık hububat tavuk yemlerine katılır ise yumurta sarısına birikerek koku ve leke meydana getirebilir. Keza fungusid preperatlarına katılan bileşikler (Chlorophenol) kereste yoluyla talaşa geçer ve bu tür talaş altlık olarak kullanılırsa yumurtalarda kötü kokulara sebep olabilirler. Bazı balık yağları da yumurtalarda balık kokusuna neden olur. Bu yüzden yumurta yemlerinde balık yağı %1'i ve balık unu da %10'u geçmemelidir. Diğer taraftan kolza ve lahana kaynaklı yem maddeleri de kötü yumurta leke ve kokularını getirebilir. Diğer kusur kaynağı ise küf olarak rapor edilmektedir.

Bu kalite kusurlarına sebep olan hususlara yem yapımı ile tüm sevk ve idare aşamalarında dikkat edilmelidir.

İç talebin artırılması:

Yukarıda belirtildiği gibi, ülkede önemli bir iç tüketim potansiyeli mevcuttur. Bu talebin artırılması sektörün daha da gelişmesine neden olacaktır. Böylece, önemli derecede bir alt yapıya sahip yumurta üretim sektöründen daha fazla gelir, iş ve istihdam alanı doğacak, toplum daha yeterli beslenecektir.

Hemen belirmekte yarar var ki; aslında yumurtanın gelir-talep elastikiyetinin yüksek olduğu biliniyor. Dolayısıyla tüketicinin alım gücü yükseldikçe iç talep artacaktır. Mevcut şartlarda kişi başına yıllık yumurta tüketimini Avrupa ülkeleri seviyesine çıkarmak oldukça zor görünüyor. Ancak, yapılacak gayretlerle önemli mesafeler kat edilebilir.

Peki bu aktiviteleri kim yapacak? Çoğu zaman ifade edildiği gibi bakanlık yapsın, üniversite yapsın vb gibi ifadeler bir anlam taşımamaktadır. İlgili özel ve tüzel kişilerin bu konuya duyarlı olması gerekmektedir. Bu tür aktiviteler için, projeye bağlı olarak bazı destekler (TUBİTAK) de sağlanabilir

Bu konuda öncelikle yapılacak faaliyetler ise toplumun beslenme bilincinin artırılmasıdır. Bu amaçla, yumurtanın besleme değerini ve önemini konu alan sempozyum, toplantı, panel gibi aktiviteler düzenleyerek ilgili teknik kişi ve kurumların bilim kültürünü artırmak gerekmektedir. Diğer taraftan, geniş tüketim kesimine yaygın eğitim kurumları (gazete, dergi, TV) aracılığıyla ulaşarak konunun önemi sürekli vurgulanmalıdır. Yani etkili ve sürekli bir reklam gerekmektedir.

İlk başta da üretici organizasyonu bu işin içinde olmalıdırlar. Tüm kesimleri harekete geçirecek yapı, diğerleriyle diyalog halinde, üretici birlikleridir. Çünkü, bu sektörde meydana gelecek bir ilerlemede başta üretici gelirleri artacaktır.

Yapılabilecek faaliyetler olarak; yumurta ile ilgili tüm yemekleri tarif eden kitapçıklar hazırlanmalı, parasız yumurta yemeği hazırlama kursları düzenlenmelidir. Doğrudan ve dolaylı yayınlar desteklenmelidir. Haftanın belirli günleri sabah TV'de yumurtalı kahvaltı kombinasyonları gözükmelidir. En iyi reklam ikramdır. Değişik bir tüketim şekli bir grup tüketiciye, üniversite öğrencisine, medyanın da bulunduğu bir ortamda, uygulattırılmalıdır. Bu tür faaliyetler üreticiler birliğinin faaliyeti olmalıdır.

5. Sonuç

Yumurta tavukçuluğu, ülkenin en önemli sektörlerinden biri olup geniş bir iş, gelir ve istihdam alanıdır. Gereken önem verilmelidir.

Yetiştiricilerin menfaatleriyle ülke menfaatlerinin çakışmasını sağlayan bir yol bulmak gerekir. Yetiştiriciler menfaatlerini toplu menfaatler içinde arayacaklar, devlet de üreticiyi destekleyecek bir yol bulacaktır.

Yumurta tavuğu yetiştiriciliği oldukça teknik bir konudur. Üretici, yayıncı ve araştırıcı üçgeni mutlaka kurulmalıdır. İlgili ihtisas disiplinleri sektörde geniş bir şekilde dikkate alınmalıdır.

Bu sektörde üretici organizasyonu, yumurta üreticileri birliği, desteklenerek yeterli düzeyde geliştirilmelidir.

Büyük entegre tavukçuluk işletmeleri desteklenmeli, küçük işletmeler ise bir entegrasyon içine çekilmelidir.

Üreticilerin danışman kullanmaları desteklenmeli, masrafları hiç değilse belirli süreler devletçe karşılanmalıdır.

Üretici organizasyonları, teşvik ve desteklerden de yararlanarak, yumurta üretiminin yoğun olduğu üretim bölgelerinde yumurta ileri işleme ürünleri tesisi kurmalıdırlar. Bu konuda hazırlanacak hibe veya teşvik projeleri S.Ü. Teknokenti bünyesinde hazırlanabilir.

Bölgesel olarak RÖT istasyonları acilen kurulmalıdır. Bu işe üretici organizasyonu destek vermelidir.

Türkiye'nin kendi hibrit ebeveynlerini geliştirmesi için, gerekli hukuki düzenlemelerin yapılması yanında, bu sahaya yatırım yapılabilmesi için gerekli şartların belirlenmesi amacıyla araştırmalar yapılmalıdır.

6. Faydalanılan Kaynaklar

BESD-BİR 2004. Kanatlı bilgileri Yıllığı. Besd-Bir yayınları No 5.

Zeelen, H. H. M. 1975. Technical and economic results from forced moulting of laying hens. WPSJ 31(1):57-67.

Bell, D. D., 2003. Historical and current molting practices in the U.S. Table Egg Industry. Poultry Science, 82-965-970.

Sönmez, R., F. Sevgican, M. Kaymakcı, 1986. Avrupa topluluğu ile ilişkiler açısından Türkiye hayvancılığı sempozyumu değerlendirme raporu. 4-6 Nisan, İzmir.

Efil, H. 1993, Türkiye'de Yumurta Tavukçuluğunun Sorunları. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı. Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü, Yayın No: 5, Samsun.

Akpınar, C., R. Akbay, M. Türkoğlu, M. Yeldan, Ç. Fıratlı, 1986. Küçük evcil hayvanların entansifleşme imkanları ve sorunlar. Güney Anadolu Projesi Kalkınma Simpozyumu. 18-21 Kasım, Ankara.

Güneş, T. 1985. Tavuk ürünleri pazarlama sorunlarının çözümlenmesinde pazarlama bordlarının etkinliği. Türkiye Bilimsel Tavukçuluk Derneği yayını (ayrı basım). Tavuk Ürünleri Pazarlaması Semineri. TSE Toplantı Salonu, 18 Kasım, Ankara.