

İNTEGRASYON : ÜRETİM VE SATIŞTA KOOPERATİFLEŞME

Integration : Cooperation in production and selling.

News Bulletin, Vol. VIII. No. 8, April 1967.

Tercüme Eden

Reşat ÖZNAÇAR

Bütün dünyada hayvancılık, diğer bir deyimle hayvan çiftçiliği, yüzyıllardır kuşaktan kuşağa nakledilen sabit bir kaide üzerine oturulmuştu. Ve yine yüzyıllardır hayvan çiftçiliği ekonomik bir sorun olarak dikkate alınmadı. Çiftçilik bir geçim yoluydu. Ürünlerin herhangi bir pazara götürülmesi düşünülmezdi. Ürünler, özellikle, çiftçinin kendi ailesi ve hayvanları tarafından kullanılırdı. Sadece komşu çiftliklerle temas halinde olup onlarla alışveriş yaparlardı. Yani üretici ile tüketici arasındaki münasebet çok sağlamdı.

Bu durum son yıllarda birçok ülkede değişti. Tarımsal ürün tüketicisi ile olan münasebet gölgelendi. Üretimin artması ve ulaştırma imkânlarının gelişmesinin bir sonucu olarak çiftçinin ürünü yakın çevrenin dışına çıktı, uzaklara satıldı. Çiftçi artık çiftliğine ticarî bir açıdan bakar oldu. Yani, çiftçi, çiftliğini genişletme aile gelirini arttırma amacı ile kâra geçmek için, kapital, arazi ve azami güçle çalışma gibi faydalı bazı üretim faktörlerinin lüzumuna inandı. Hayvan çiftliğini ticarî bir iş alanı olarak gören bu eğilim çeşitli ülkelerde büyük gelişmeler göstermeye başladı. Yani dünya gıda üretiminin arttırılmasına önemli bir etken oldu.

Modern Yönetimin Koşulları :

Modern anlamda çalışan bir hayvan çiftliği aşağıdaki hususları kapsamalıdır :

1. Yatırım. Bina ve hayvan barınakları için para ön plânda gelir. Para aynı zamanda istenen iyi verimli ve sağlam hayvan satın alınması için de kullanılır.

2. Bilgi ve ihtisas. Üretim ünite miktarını tesbit etmek. Her çiftçi, sığır, domuz, koyun ve tavuk gibi çiftlik hayvanlarını aynı zamanda başarılı olarak besleyemez. Hayvan türlerini azaltıp verim ve yetiştirme yönüne göre ilâveler yaparak hayvan miktarını arttırmak.

3. Üretim. Üretim tüketicinin ihtiyacını karşılamalı, onun isteğine göre yapılmalıdır. Bazı ülkelerde tüketici hayvansal ürünlerin kalitesini tenkid edebilir. Örneğin, taze süt, az yağlı et, sağlam kabuklu yumurta ister. Üretici, onun bu isteklerini en iyi şekilde karşılamak mecburiyetindedir.

4. Kaliteli üretim, sağlam hayvan ve kaliteli yemle mümkündür.

5. Üretici ile tüketici arasındaki yol kısa olmalı. Yani üretim merkezleri tüketim merkezlerine mümkün olduğu kadar yakın olmalı ve üretimle tüketim arasındaki bağlantı minimum seviyede kısaltılmalıdır.

6. Ürünler devamlı olarak makul fiatlarla satılmalı. Çiftçi, satışları güven altına alınmadıkça geçiminden emin olmaz, bu da çiftlik faaliyetlerinin devamı için normal bir gelire bağlıdır.

Bütün bu noktaları çiftçinin tek başına kontrol etmesinin mümkün olamayacağı aşikârdır. Gerçekte çiftçi, üretim ve satış gibi birçok faktörlerin etkisi altındadır, bu sebeple maksimum sonuçlara ulaşması için işbirliğine muhtaçtır ve yardım etmek gücüne sahiptir. Birçok ülkelerde bu nevi işbirliği için bir şekil seçilmiştir. Buna «Tamamlama, bütünleme» anlamına gelen (İntegrasyon) deniliyor. Burada, integrasyonun en çok geliştirildiği bir hayvansal üretim kolu olması nedeni ile bir tavuk çiftliği ana hatları ile örnek alınarak integrasyonun sağladığı bazı imkânların özetlenmesine çalışılacaktır.

Broiler Üretiminde Basamaklar :

Tavuk üretiminde ve ürünlerin satışında birbirine sıkıca bağlı birçok basamaklar önemli olarak gösterilebilir. Örneğin broiler'ler için durum aşağıdaki gibidir :

1. Yetiştirici : Tesis kurma müsaadesiyle kuluçkalık yumurta üreticisi lisansı alır.

2. Kuluçkalık yumurta üreticisi : Çiftlik için kuluçkalık yumurta temin eder.

3. Ana makinası : Çiftçi ve günlük yaşlı civciv ister.

4. Broiler yetiştiricisi : Piliçlerin kesimi, ağırlık ve kalite tayini için mezbahane ister.

5. Fırına verilecek şekilde hazırlanmış piliçlerin dağıtılması işi de önemlidir.

6. Dağıtıcılık : Ürünün perakendeciye ulaştırılmasını icabettirir.

7. Perakendeci : Piliçleri tüketiciye satar.

8. Tüketici.

Birbirine bağlantılı bu basamaklardan başka karma yem sanayii ve veterinerlik önemli bir rol oynar. Bütün bu hallerin büyük ölçüde bağınlaşması daha bir çok hallerde de görülür. Örneğin kuluçka makinalarına sahip çiftçiler yüksek randımanlı yumurta temin edecek yumurta üreticisine ihtiyaç gösterecektir. Yumurta üreticisi de, sıra ile, karma yem sanayiinden aldığı yeme bağlıdır. Eğer tüketici (müşteri) 1.2 Kg. lık piliç istiyecek olursa, o zaman perakendeci, dağıtıcı ve mezbahaneler çiftçiden kesim ağırlığı 1.2 Kg. olan piliç istiyceklerdir. Bu minval üzere çiftçi de yetiştiriciden çabuk gelişen, az yem tüketen, yemi en uygun şekilde değerlendiren, kaliteli karkaslı ve sağlam piliç yetiştirmesini istiyecektir. Tüketicinin az talep ettiği buna mukabil pahalı ihtiyaçlar haliyle üretimin her halkasında malî kayıplara sebep olacaktır. Bu örnekler gösteriyor ki, ürünün kalite ve değerinde derhal satılabilmesini temin için, bütün bu basamakların birbiriyle çok sıkı bir işbirliği halinde bulunmaları zorunludur. Dikey (vertical) integrasyonun bu maksat için en iyi hizmet ettiği ispatlanmıştır. Böylece bu vertical integrasyon çatısı altında karma yem sanayii ve modern tesisli tavukçuluk ayakta kalabilir. Tavuk çiftçisi, tavukçuluk tesisleri için uygun şartlarda taksitlerini ödeyebilecek ve fakat o aynı zamanda ihtiyacı olan karma yemin tamamını da yem fabrikasından almak mecburiyetindedir. Çiftçi, ferdi ağırlıkları daha önceden tesbit edilmiş belli bir miktar piliç 8-10 haftada bir mezbahaya vermek işini yüklenmiş olabilir. Mezbahalar, bu şekilde, kontrat süresince, serbest pazarlarda fiat düşük olsa bile, tesbit edilen fiatı ödeme zorundadır.

Perakendecilerle mezbahacılar arasında aktebilecek benzer bir anlaşma ile dağıtıcılar aradan çıkartılabilir. Böyle bir durumda mezbahacılar da, sabit kaliteli bir ürün ihtiyacı gösterebilirler. Tüketici satışları teşvik eden üretime güvenecektir. Bütün bu anlaşmalar detayına kadar yazılmalı ve dikkatlice saklanmalıdır.

Avantaj ve dezavantajları :

Bunlar aşağıdaki gibi özetlenebilir : Vertical integrasyon sisteminde müteşebbis kontrolünün büyük bir kısmı, üretim şeridindeki bir veya daha fazla ortağa geçebilir. Diğer taraftan, müteşebbisler satışlarının makul fiyatlarla yapılacağına kesin olarak emindirler.

Avantajlar :

- a) Üretimle ilgili para kolaylıkla temin edilir.
- b) Daha geniş üretim ünitelerinin tesisi mümkün olur, bunun sonucu olarak da maliyet düşer, iş daha yeterli olur.
- c) Vertical integrasyon ürünlerin en iyi şekilde pazarlama plânının hazırlanmasına imkân verir. Bundan başka fiyatların daha önceden bilinmesine hizmet eder.
- d) Teknik ve ticarî işleri daha çok kaynaştırır.
- e) Müteşebbisin muhtemel risklerini limite indirir.
- f) Vertical integrasyon tüketicinin arzu ettiği belli kalitede ürünün piyasaya çıkartılmasını mümkün kılar.

Dezavantajları :

- a) Vertical integrasyon müteşebbisin ziraî serbestisini kısıtlar.
- b) Kapital bazan çok kolay temin edilirse de, integrasyonda ortağın bazı yatırımlarının teminat olarak gösterilmesi şarttır.
- c) Makul pazar şartlarında, vertical integrasyon, ortağın ferdi kazanç fırsatlarını sınırlandırır.
- d) Belli bazı işlerin yönetimi için çok önemli kararlar yalnız birkaç kişi tarafından alınır. Bunların yapacakları hatalar, bütün ortaklar için, ciddi ekonomik zararlara sebep olur. Bu itibarla üretim hattının her halkası ile devamlı temas şarttır.

Bazı Bölge İmkânları :

İntegrasyonun böyle basit bir şekilde izah edilemeyeceği aşikârdır. İntegrasyon ancak tavukçuluğun tam manası ile başarıya ulaştığı ülke veya bölgelerde mümkündür. İyi bir ürün elde etmek için, üretimin bütün dallarında ileri bir ihtisasa ihtiyaç vardır.

İntegrasyon şüphesiz ki bölge şartlarının teşvik ettiği bütün alanlarda kooperatifçiliği gerektirir. Bu arada karma yem sanayii ve mez-baha alanlarında kooperatifçilik yapılması zikredilebilir.