



Veetelers se blik op waardeketting

Die vinnig veranderende stoetbedryf fokus ál meer op die kommersiële bedryf se ekonomiese lewensvatbaarheid. En om vleis te lewer wat 'n kieskeurige verbruiker se eerste keuse is, moet die vleis doeltreffend geproduseer word.



In die onlangse artikel “Alle rolspelers in bedryf moet vleis beter verstaan” (*LBW*, 6 Maart) het ek betekenisvolle veranderinge in die kleinhandel-, slagplaa- en voerkraalsektore bespreek. Die vier groot kleinhandelaars verkoop nou die meeste van Suid-Afrika se vleis.

Daar is 'n betekenisvolle verskuiwing na die verkoop van hoofsnitte. Die verkoop van vakuumpverpakte produkte gaan die vleisbedryf drasties verander. Die slagplaa- sektor belê op groot skaal – óf in die bou van nuwe ontbeningsfasiliteite óf die uitbreiding van bestaande geriewe, en beesvleis wat in kartonhouers verpak is, raak nou die norm.

Aangesien dit ekonomies lewensvatbaarder is om 'n groter dier te slag, is die neiging wêreldwyd na groter karkasse, bloot oor die benuttingskaal daarvan in die kleinhandel- en slagplaa- sektore. Die voerkraalsektor sal 'n groot rol in die bedryf bly speel, veral met Suid-Afrika se spesifieke nat en droë seisoene, die tekort aan grond en die vraag na die meer konsekwente lewering van produkte.

DIE ROL VAN DIE STOETBEDRYF

Die rol van die stoet- en kommersiële bedryf sal aanhou verander namate die bedrywe aanpas om aan die uitdagende vereistes van 'n kieskeurige verbruiker en kleinhandel-

sektor te voldoen, soos in die vorige artikel beskryf is. Daar word besef die kommersiële bedryf het 'n doeltreffender vroulike dier met 'n medium raam nodig weens ons strawwe klimaat. Terselfdertyd moet die koei (of die ooi in die kleinveebedryf) nageslag produseer wat doeltreffender is en die vereiste groei het om aan ál veeleisender voerkraalvereistes te voldoen.

Uiteindelik moet aan die vereistes van die kleinhandelaars voldoen word wat kliënte bedien, wat ook ál meer eise stel. Verbruikers wil 'n produk hê wat deurentyd sag en sappig is en tot 'n goeie eetondervinding lei.

Danksy goeie data en gevorderde genetiese evalueringstelsels kry stoetboere heeltyd beter statistiese hulpmiddels wat met groter sukses diere in die ras kan identifiseer wat aan dié markvereistes kan voldoen.

Met hulpmiddels, soos 'n ekonomiese seleksie-indeks (“Wat is genetiese verbetering?”, *LBW*, 12 Desember 2014), behoort 'n randwaarde nou aan elke stoetdier toegeken te word. Dié waarde is die genetiese en ekonomiese waarde van 'n spesifieke dier (en sy nageslag) vir 'n gegewe produksie-omgewing. Dit beskryf die genetiese waarde van die dier in 'n bepaalde produksie-omgewing.

Dit is waarlik een van die beste heden- daagse hulpmiddels vir dieretelers, want dit

KORTOM

- Goeie data en gevorderde genetiese evalueringstelsels verskaf beter statistieke aan stoetboere, wat met groter sukses diere kan identifiseer wat aan spesifieke markvereistes voldoen.
- Dit is doeltreffender om die vereiste genetiese materiaal in jou kudde in te bring as om te probeer om self 'n seleksieprogram te implementeer.
- Suid-Afrika kan baie by Namibië leer, waar groot vertroue tussen die verskillende sektore in die veebedryf opgebou is.

haal die raaiwerk uit die teelprogram, veral vir die kommersiële boer.

Die tweede manier waarop slim stoetelers aan dié markvereistes kan voldoen, is deur diere met hoë genetiese meriete in kruisteelprogramme te gebruik. Die bedryf sal aanhou om 'n onderskeid tussen moederlyne van diere en terminale kruisteelprogramme te sien.

Die kruising van 'n groot Europese bul met 'n koei van 'n ander ras met 'n kleiner liggaambou (soos 'n *Bos indicus*- of Sanga-tipe koei) sal kommersiële boere toelaat om makliker nageslag te produseer wat bloot

LINKS: In Namibië is daar groot vertroue tussen die verskillende veesektore. Byna die helfte van bulverkope in dié land is aan ontluikende boere. FOTO: ANDRIES GOUWS

weens basterkrag 10% tot 20% swaarder is. Voeg daarby die ekstra gewig wat van die terminale ras bekom is en dit raak makliker om aan die markvereistes te voldoen.

Voortaan sal daar ook meer gebruik gemaak word van geslaggeskeide semen. Dit is met ander woorde 'n situasie waar boere die geslag van al die nageslag sal kan kies. Dié neiging sal die bedryf verder tussen die moeder- en terminale lyne skei.

ROL VAN GENOMIKA, GOEIE DATA

Op lang termyn sal genomika 'n groter rol speel. Op kort termyn sal die insameling van goeie data, veral vir eienskappe wat moeilik is om te meet, maar ekonomies belangrik is (soos voedingsdoeltreffendheid en karkasgehalte) 'n voorraagsaak bly.

Die rol van die stoetbedryf sal ook aanhou om aansienlik te verander, veral in sy benadering tot die verkoop van stoetdiere aan die kommersiële bedryf. Die rol van die stoetbedryf is eenvoudig, naamlik om meer geld vir die kommersiële bedryf te maak.

Die dae van 'n boer wat bloot 'n stamboomsertifikaat voorsien en seker maak dat die dier fenotopies goed lyk, is lankal verby. Stoetters sal ook 'n volledige "telings- en bestuursprogram" moet verkoop en nie net 'n bul of ram met 'n sertifikaat nie.

Dié "program" sal omvattende en akkurate inligting moet insluit oor eienskappe wat moeilik is om te meet, soos reproduksie, voerdoeltreffendheid, karkasgehalte, temperament, hoe maklik gekalf word vir die moeder én vader se nageslag, moedereienskappe en selfs unieke eienskappe, soos sappigheid en vleissagtheid.

Stoetdiere sal verkoop word vir spesifieke markvereistes en bepaalde omgewings- en produksiestelsels. Daar sal verwag word dat hulle maklik by hul nuwe omgewing sal aanpas. Party internasionale boere verkoop reeds bulle "ongesiens". Jy plaas met ander woorde eenvoudig jou bestelling en vertrou dat die "program" waarna ek hierbo verwys, en die integriteit van die verkoper, die regte diere vir jou vereistes sal oplewer.

Stoetboere sal diere teen markverwante pryse verkoop. Die dae van 'n "goedkoop" bul of ram is dus getel, maar terselfdertyd sal die kommersiële koper nie belang stel in bulle of ramme waarvan die prys te hoog is nie. Die internasionale norm is 'n realistieser prys van byvoorbeeld R40 000 tot R80 000 vir 'n bul. In 'n latere artikel sal ek die prys van

Binne drie geslagte weerspieël die teelmateriaal van die kommersiële produsent bloot die teelmateriaal van die stoetboer by wie hy sy diere gekoop het.

stoetbulle en -ramme in meer detail bespreek.

Die stoetboer moet ook die kommersiële kliënt opvoed. Die teelprogram en die voedings- en gesondheidsregime wat die nageslag nodig het om optimaal te presteer, sal in detail aan die boere verduidelik word.

Produsentedaer, wat spesiaal daarop gemik is om in die behoeftes van 'n stoetboer en sy spesifieke kommersiële kliënte te voorsien, sal toenemend gewild raak. Die hele "stoetprogram" sal in detail aan alle kopers verduidelik word. Die kommersiële bedryf sal ook meer lojale kliënte van bepaalde telers in die stoetbedryf raak namate hul begrip van die hele kwessie en die program verbeter.

DIE KOMMERSIËLE BEDRYF

Die Suid-Afrikaanse kommersiële bees- en skaapboer word ongelukkig met gemengde boodskappe gebombardeer, veral wat die definisie van genetiese verbetering betref. Baie van dié aansprake is bloot verkoopspraatjies. Verkoopsmanne maak belaglike aansprake, soos "ons het presies die regte bul vir jou" of "dié ram is 'n ware winskoop". Dié aansprake het dikwels geen wetenskaplike grondslag nie.

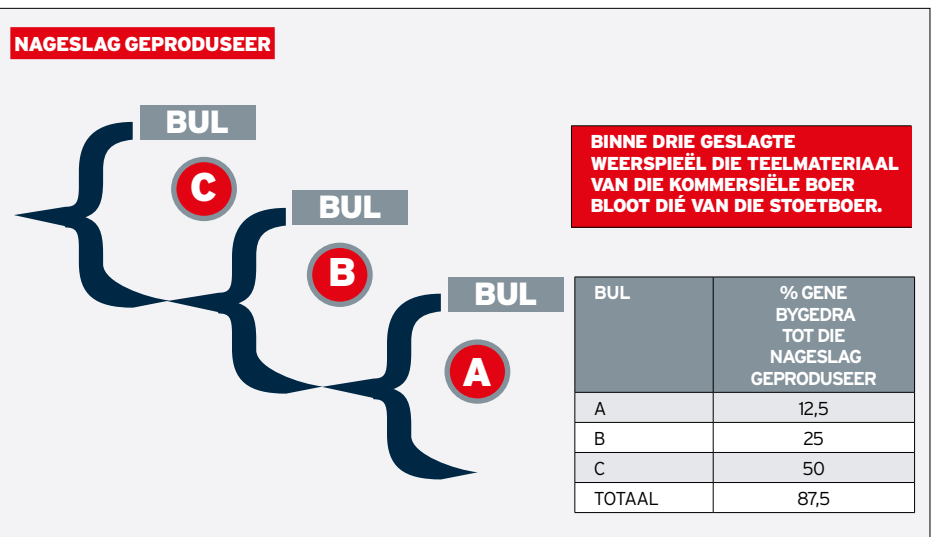
Die boodskap aan die kommersiële bedryf is duidelik: Binne drie geslagte weerspieël die teelmateriaal van die kommersiële produsent bloot die teelmateriaal van die stoetboer by wie hy sy diere gekoop het (sien die **TABEL** hiernaas). Met die eerste bul of ram wat hy gekoop en met 'n groep koeie laat paar het, sal 50% van die diere in die trop die teelmateriaal van die bul bevat. In die tweede

geslag is die hydrae 75% tot die totale trop en teen die derde geslag is die hydrae 87,5%.

Dit beteken sowat 90% van die teelmateriaal van jou kudde of trop sal afhang van die drie bulle of ramme wat jy gekoop het. Jy is dus aan die genade van die stoetboer se genetiese materiaal uitgelewer. (Let wel: Die aantekening van die prestasie van diere in jou kommersiële kudde is op lang termyn van waarde as jy dit as verwysingspunt vir jou kudde se prestasie gebruik. Dit verseker dat die diere wat jy bykoop, waarde tot die kudde se prestasie sal toevoeg.)

Dit is dus baie doeltreffender om die vereiste teelmateriaal in jou kudde in te bring as om te probeer om self 'n seleksieprogram te implementeer. Teling vir vrugbaarheid is 'n goeie voorbeeld. As 90% van jou kudde bloot die teelmateriaal weerspieël van die laaste drie geslagte van bulle wat jy gebruik het, sal jy moet seker saak dat die bulle of ramme wat jy gekoop het, uit vrugbare vroulike en manlike lyne kom. Maak seker jy vra en kry 'n goeie verduideliking van hoe daar in die stoetkudde vir vrugbaarheid geselekteer is.

Dit is dus vir jou as kommersiële boer van die uiterste belang om seker te maak dat jou stoetboer betroubare data het, groot en betekenisvolle bestuurs- of kontemporêre groepe (soos 'n groot groep bulle wat in die seleksieprogram gebruik word wat almal in dieselfde jaar en seisoen gebore is), ekonomies belangrike eienskappe meet en jou goeie bewyse kan gee dat die diere uit vrugbare lyne kom, die nuutste tegnologie gebruik en eerlik, toeganklik en betroubaar is. ▶



◀ ONTLUIKENDE PRODUSENTE

As veebedryf in Suid-Afrika kan ons baie leer by ons eweknie in Namibië. Daar is baie vertroue tussen die verskillende sektore in die veebedryf opgebou en hulle gaan betekenisvol met hul ontluikende medeboere om. Hulle sien hulself as “ware vennote” in die hele waardeketting van veeteelt. As ek ’n raaiskoot kan waag, sal ek sê in Namibië is byna die helfte van alle bulverkope deesdae aan ontluikende produsente. As ’n bedryf kan ons óf wag vir dié sektor om self te ontwikkel óf kies om aktief daarby betrokke raak. Gelukkig het van ons grootste kleinhandelaars en teelgenootskappe al die geleentheid aangegryp.

STRATEGIEË

Ongelukkig is die kommersiële veesektor ’n prysnemer in ’n moeilike en mededingende proteïenmark. Ons produk moenie net gesien word as ’n kommoditeit wat bloot op grond van prys met ander produkte meeding nie. As ’n bedryf moet ons verseker dat ons waarde aan ons produk toevoeg en dit onderskei van ander produkte wat om dieselfde rand meeding. Vleis en vleisprodukte sal altyd verbruikers na slaghuise en

kleinhandelaars lok.

Om mededingend te bly, moet ons as stoet- en kommersiële bedryf seker maak ons is bereid om die veranderinge te maak wat nodig is om te verseker dat ons ’n produk lewer wat doeltreffend geproduseer is. Ons moet ook die ekonomiese vereistes verstaan wat sal verseker dat ons produk mededingend bly en die ál kieskeuriger verbruiker se eerste keuse as proteïenbron sal wees.

Die stoetbedryf verander vinnig en raak baie meer gefokus op die ekonomiese lewensvatbaarheid van die kommersiële bedryf. Die kommersiële en ontluikende sektore verander ook en vereis meer van stoetboere om te verseker dat hulle waarde vir geld kry as hulle stoetmateriaal koop. Hulle sal voortaan die “program” koop en nie bloot die bul of ram nie. **LBW**

Dr. Michael Bradfield het die graad B.Sc. aan die Universiteit van die Vrystaat, M.Sc. aan die Universiteit van Edinburg en Ph.D. aan die Universiteit van Nieu-Engeland verwerf. Hy skryf in sy persoonlike hoedanigheid.

NAVRAE: Dr. Michael Bradfield, e-pos: **Michael@agribsa.co.za**.



BO: Die stoet- en kommersiële bedryf moet bly aanpas om aan kieskeurige verbruikers se vereistes te voldoen. ’n Doeltreffende vroulike dier is nodig én die ooi moet ’n nageslag produseer wat doeltreffender is. FOTO: JOHAN COETSEE