

**ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI ÜRETEK KÜÇÜK VE
ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI
VE BU SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK
ALTERNATİF ÖNERİLER**

BURÇİN BAŞARAN

DOKTORA TEZİ

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
DANIŞMAN: YRD.DOÇ.DR. GÜLEN ÖZDEMİR**

T.C.
NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

**ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI ÜRETEN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ
İŞLETMELERİN SORUNLARI VE BU SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK
ALTERNATİF ÖNERİLER**

BURÇİN BAŞARAN

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: YRD.DOÇ.DR. GÜLEN ÖZDEMİR

TEKİRDAĞ-2011

Yrd.Doç.Dr. Gülen ÖZDEMİR danışmanlığında, **Burçin BAŞARAN** tarafından hazırlanan bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından. Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda DOKTORA tezi olarak kabul edilmiştir.

Juri Başkanı : Prof.Dr. Mustafa KARA

İmza :

Üye : Prof.Dr. İ.Hakkı İNAN

İmza :

Üye :Doç.Dr. Canan SAĞLAM

İmza :

Üye : Doç.Dr. O.Murat KOÇTÜRK

İmza :

Üye : Yrd.Doç.Dr. Gülen ÖZDEMİR

İmza :

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve sayılı
kararıyla onaylanmıştır.

Doç.Dr. Fatih KONUKÇU
Enstitü Müdürü

ÖZET

Doktora Tezi

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI ÜRETEN KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELERİN SORUNLARI VE BU SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNE YÖNELİK ALTERNATİF ÖNERİLER

Burçin BAŞARAN

Namık Kemal Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Yrd.Doç.Dr. Gülen ÖZDEMİR

Bu çalışmada, Balıkesir, Bursa ve Çanakkale’de zeytin ve zeytinyağı üreten küçük ve orta ölçekli işletmelerin durumları ortaya konmuş, üretimleri ve sorunlarına yönelik bilgi düzeyleri ve tutumları incelenerek beklentileri belirlenmiştir.

Çalışma sofralık zeytin üretiminin yoğun olduğu Bursa’da ve özellikle yağlık zeytin üretiminin yoğun olarak yapıldığı Balıkesir ve Çanakkale illerindeki toplam 264 üretici ve 71 işletme ile yüz yüze görüşülerek yapılmıştır. Elde edilen veriler istatistiki açıdan bilgisayar ortamında paket program yardımı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Faktör Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Uyum Analizinden yararlanılmıştır.

Üreticiler açısından üretime ve zeytinciliğe ilişkin çok sayıda yargı faktör analizi yardımıyla belli gruplar altında toplanmıştır. İşletmelerin de zeytin ve zeytinyağı ihracatına ve sektörde yaşanan sorunlara yönelik yargılara katılımları da faktör analiziyle değerlendirilmiştir.

Çalışmaya katılan üreticilerin %45’i ilkokul, %44’ü ortaokul ve lise mezunudur. Sahip oldukları zeytin arazisinin %74,7’si 3-49 da arasında, %17,4’ü 50-99 da arasında ve %7,9’u 100 da ve üzerindedir. Yapılan uyum analizi sonucunda ilkokul mezunu olan üreticilerin (%45,0’i) arazi büyüklüğünün 0-49 da arasında; ortaokul ve lise mezunu üreticilerin (%44,0) ise 50-99 da arazi büyüklüğü arasında yoğunlaştığı görülmüştür.

Üreticiler açısından zeytincilikte yaşanan en önemli sorun girdi maliyetlerinin yüksekliği (%27,5) olarak belirtilirken; işletmeler açısından maliyetlerin yüksekliği (%15,7) en önemli sorun olarak belirtilmiştir.

Üreticilere yönelik yapılan Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizinde Balıkesir ilindeki üreticiler Bursa ve Çanakkale’deki üreticilere göre zeytinciliğimizin sorunlarını daha fazla desteklediklerini ve katıldıklarını belirtmişlerdir.

Çalışmada araştırmaya katılan üreticilerin ve işletme sahiplerinin zeytinciliğe ve sorunlarına bakış açıları araştırılmış ve sorunların çözümüne yönelik alternatif öneriler getirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Zeytin, zeytinyağı, işletme, üretici, analiz.

2011, 210 sayfa

ABSTRACT

Ph.D. Thesis

THE PROBLEMS OF OLIVE AND OLIVE OIL PRODUCING SMALL AND MEDIUM SIZED FIRMS AND ALTERNATIVE SOLUTIONS TO THE THESE PROBLEMS

Burçin BAŞARAN

Namık Kemal University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Dept. Of Agricultural Economics

Supervisor: Assist.Prof. Dr. Gülen ÖZDEMİR

In this research, the economic positions of small and medium sized olive farms and olive oil producing firms were studied and besides their expectations regarding production and marketing problems were evaluated by examining their knowledge levels and behaviors.

In order to collect original research material, 264 olive producers were visited in the provinces of Bursa where the most of the olives were produced for table and in the provinces of Balıkesir and Çanakkale where the majority of the olives were produced for oil. Besides 71 olive oil producing firms were visited. The data obtained were analysed by means of a statistical software in the computer. Factor Analysis, One Way Analysis of Variance (ANOVA) and Correspondence Analysis were used in the analysis of research material.

A large number of opinions of producers related to olive growing were gathered under certain groups by using Factor Analysis. These opinions of the oil firms regarding olive and olive oil exports and the problems of the olive oil industry were analyzed by Factor Analysis as well.

45 % of the producers who participated in the study were the graduates of primary schools, 44 % were medium and high school graduates. In the research area, 74.7 % of olive gardens were between 3 and 49 decares, 17.4 % between 50 and 99 decares and only 7.9 % were more than 100 decares. According to the findings of Correspondence Analysis most of the primary school graduates owned farm land less than 49 decares, the majority of medium and high school graduates owned between 50-99 decares.

From the point of olive producers the most important problem is the high cost of inputs with a 27.5 %, on the other hand, the olive oil firms pointed high cost of inputs as a problem with a percentage of 15,7%.

One way variance analysis (ANOVA) made for olive producers indicated that the producers living in Balıkesir province supported and contributed to the solution of the problems of olive growing compared to the producers in Bursa and Çanakkale.

The viewpoints of olive producers and olive oil plant owners regarding olive growing and the problems of olive and olive oil industry were investigated and alternative proposals were put forward for the solution of the problems.

Anahtar kelimeler: Olive, oliveoil, business, producer, analysis.

2011, 210 pages

KISALTMALAR DİZİNİ

AB:	Avrupa Birliği
ADNKS:	Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi
ANOVA:	Tek Yönlü Varyans Analizi
AT:	Avrupa Topluluğu
BDDK:	Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu
ÇKS:	Çiftçi Kayıt Sistemi
DTM:	Dış Ticaret Müsteşarlığı
FAO:	Dünya Gıda ve Tarım Organizasyonu (Food and Agricultural Organization)
FOB:	Gemide Teslim (Free on Board)
GSİS:	Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı
HACCP:	Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi (Hazard Analysis and Critical Control Points)
ISIC:	Uluslar arası Gıda Sanayi Sınıflandırması
KKO:	Kapasite Kullanım Oranı
KMO:	Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü
KOBİ:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB:	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÜSGEM:	Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi
KÜSGET:	Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı
TARİŞ:	Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği
TBMM:	Türkiye Büyük Millet Meclisi
TSE:	Türk Standartları Enstitüsü
TSKB:	Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
YEGBİS:	Yem ve Gıda Bilgi Sistemi
UZZK:	Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
KISALTMALAR DİZİNİ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ	vii
1.GİRİŞ	1
2.KAYNAK ÖZETLERİ	5
3.MATERYAL ve YÖNTEM	8
3.1. Materyal	8
3.2. Yöntem	8
3.2.1. Örnekleme Yöntemi	8
3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler	10
3.2.3. Faktör Analizi	10
3.2.4. Varyans Analizi (ANOVA)	11
3.2.5. Uyum Analizi (Correspondence Analysis, CA)	12
3.2.6. SWOT Analizi	12
4.ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA BİLGİLER	13
4.1.Balıkesir	13
4.2.Bursa	14
4.3.Çanakkale	16
4.4. Araştırma Alanı İçerisinde Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Bilgileri	18
5.KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER (KOBİ)	20
5.1.Türkiye’de KOBİ Tanımı	21
5.2.Diğer Ülkelerdeki KOBİ Tanımları	23
5.3.Türkiye’de KOBİ’lerin Gelişimi	25
5.3.1.Cumhuriyet Öncesi Dönem: KOBİ’lerin Temelleri	25
5.3.2.Cumhuriyet Dönemi KOBİ’lerin Gelişimi	25
5.3.2.1.1923-1950 Dönemi	25
5.3.2.2.1950-1980 Dönemi	26
5.4.Kalkınma Planları ve KOBİ’ler	27
5.5.KOBİ’lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri ve Önemi	28
5.6.İmalat Sanayinde KOBİ’ler	31
5.6.1.Türkiye’de Gıda Sanayi	34
5.6.1.1. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı İşletmeleri	37
5.6.1.1.1. Sofralık Zeytin İşletmeleri	37
5.6.1.1.2.Zeytinyağı İşletmeleri	39
5.6.1.2.Diğer Ülkelerde Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü	41
6.ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI EKONOMİSİ	43
6.1.Dünyada Zeytin ve Zeytinyağı	43
6.1.1.Dünya Sofralık Zeytin Üretimi	43
6.1.2.Dünya Sofralık Zeytin Tüketimi	46
6.1.3.Dünya Sofralık Zeytin İhracatı	47
6.1.4.Dünya Sofralık Zeytin İthalatı	49
6.1.5. Dünyada Zeytinyağı Üretimi	51
6.1.6.Dünya Zeytinyağı Tüketim	51
6.1.7.Dünya Zeytinyağı İhracatı	52
6.1.8.Dünya Zeytinyağı İthalatı	53
6.2.Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı	54

6.2.2. Zeytin ve Zeytinyağı Tüketimi	64
6.2.3. Zeytin ve Zeytinyağı Dış Ticareti.....	65
6.2.3.1. İthalat	65
6.2.3.2. İhracat	66
6.2.3.3. Zeytinyağı Piyasa Fiyatları	73
6.2.3.4. Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Üretim Maliyetleri.....	74
6.2.3.4. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytinde Tarımsal Üretici Örgütlenmeleri	75
7. DÜNYADA ve TÜRKİYE’DE ZEYTİNCİLİK VE ZEYTİNYAĞI POLİTİKALARI	77
7.1. Avrupa Birliği’nde Ortak Tarım Politikası ve Zeytinyağı Piyasa Düzeni.....	77
7.1.1. Destekleme ve Pazar Politikaları	78
7.1.2. Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni’nde 1966-1979 Yılları	78
7.1.3. Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni’nde 1979-1986 Yılları	79
7.1.4. Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni’nde 1986-1998 Yılları.....	79
7.1.5. İç Pazarda Müdahale (Üçlü Fiyat Sistemi).....	81
7.1.6. Ürünlere Doğrudan Destek Sağlayan Düzenlemeler.....	81
7.2. Türkiyede Zeytincilik Sektörüne Verilen Tarımsal Destekler	85
8. ARAŞTIRMA BULGULARI	88
8.1. Zeytin Üreten Küçük ve Orta Ölçekli Tarım İşletmelerinin Ekonomik Yapısı ve Sorunları	88
8.1.1. Üreticiler ile İlgili Bilgiler	88
8.1.2. Üreticilerin İşletmeleri İle ilgili Bilgiler.....	95
8.1.3. Pazarlama İle İlgili Bilgiler	99
8.1.4. Üreticilerin Zeytinciliğe Yönelik Bilgileri ve Sorunları	101
8.2. Zeytin Ve Zeytinyağı Üreten işletmelere Yönelik Araştırma Bulguları	116
8.2.1. İşletmecilerin Yapısı ve Demografik Özellikleri İle İlgili Bilgiler	116
8.2.2. İşletmelerin Yapısı ve İşleyişi ile İlgili Bilgiler	117
8.2.3. Pazarlama ve Dış Ticaret İle İlgili Bilgiler.....	127
8.3. Üreticilere ve İşletmelere Uygulanan Analizler	136
8.3.1. Faktör Analizi	136
8.3.1.1. Üreticilere Yönelik Faktör Analizi	136
8.3.1.2. İşletmelere Uygulanan Faktör Analizi.....	141
8.3.2. Varyans Analizi	145
8.3.2.1. Üreticiler Açısından Zeytinciliğimizin Sorunlarına Yönelik Varyans Analizi	145
8.3.2.2. İşletmelere Yönelik Varyans Analizleri	151
8.3.2.2.1. Zeytin ve Zeytinyağı İhracatının Önündeki Temel Kısıtlamalar	151
8.3.2.2.2. Zeytin ve Zeytinyağında Yaşanan Sorunlar	153
8.3.3. Uyum Analizi	156
8.3.4. SWOT Analizi	157
9. SONUÇ VE ÖNERİLER	159
9.1. Araştırma Sonuçları ve Değerlendirme	159
9.1.1. Üreticilere Yönelik Araştırma Sonuçları	159
9.1.2. İşletmelere Yönelik Araştırma Sonuçları	163
9.2. Zeytini Üreten Tarım İşletmelerinin ve Zeytin ve Zeytinyağını Üreten İşletmelerin Sorunları ve Bu Sorunlara Yönelik Alternatif Çözüm Önerileri.....	168
9.2.1. Araştırma ve Eğitim Sorunu ve Çözüm Önerileri	168
9.2.2. Ekonomik Sorunlar ve Çözüm Önerileri	170
9.2.3. Pazarlama Sorunu ve Çözüm Önerileri	172
9.2.4. Teknik Sorunlar ve Çözüm Önerileri	174
9.2.5. Politika Sorunları ve Çözüm Önerileri	175
10. KAYNAKLAR.....	178

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1. Balıkesir ili Tarım Arazisi Dağılımı.....	13
Şekil 4.2. Bursa İli Kültür Arazisi Kullanım Durumu.....	15
Şekil 4.3.1.Çanakkale İli İşlenebilir Arazinin Dağılımı (2008)	17
Şekil 6.1. Dünyada Zeytin Üretim Yayılgı Alanları	43
Şekil 6.2. 1998/2003-2004/2009 Yılları Dünya Sofralık Zeytin Üretim Ortalaması	45
Şekil 6.3.1998/2003-2004/2009 Dönemlerinde Dünya Sofralık Zeytin Tüketim Ortalaması .	47
Şekil.6.4. 1998/2003-2004/2009 Dönemi Dünya Sofralık Zeytin İhracatı Ortalamaları	49
Şekil.6.5. 1998/2003-2004/2009 Dönemi Dünya Sofralık Zeytin İthalatı Ortalamaları	50
Şekil 6.6. Ülkemizde Zeytin Üretim Alanları	56
Şekil 6.7.Alkali İşleme ile Sofralık Zeytin Üretim Akış Şeması	60
Şekil 6.8.Doğal Fermantasyon Yöntemi ile Sofralık Siyah Zeytin Üretim Akış Şeması.....	61
Şekil 6.9. Üç ve İki Fazlı Sistem Akışı	63
Şekil 8.1. Anket Uygulanan İllerin Payları.....	88
Şekil 8.2. Aile Tüketimine Ayrılan Zeytinyağı	101
Şekil 8.3. Zeytinin Nasıl Muhafaza Edilmesi Gerektiği Konusunda Üreticilerin Tercihleri .	105
Şekil.8.4. Zeytinyağının Nasıl Muhafaza Edilmesi Gerektiği Konusunda Üreticilerin Tercihleri	106
Şekil 8.5. Üreticilerin Zeytincilikle İlgili İlk Akıllarına Gelen Sorun	110
Şekil 8.6. İşletmecilerin İşletmedeki Pozisyonu.....	116
Şekil 8.7. İşletme Türü	119
Şekil 8.8. İşletmelerin Ortak Sayısı	119
Şekil 8.9. İşletmelerin Hukuki Yapıları İtibariyle Dağılımları.....	120
Şekil 8.10. İşletmelerde İşlenen Zeytin ve Zeytinyağının Temini	121
Şekil 8.11. İşletmelerde Bulunan Bilişim Teknolojileri	122
Şekil 8.12. İnternette Araştırılan Konular	122
Şekil 8.13. Zeytinyağı Üretim Teknolojisi	123
Şekil 8.14. İşletmenin Fason Üretim Durumu	124
Şekil 8.15. Hammaddenin Finansmanı.....	125
Şekil. 8.16. İşletmecilerin Tarih ve Marmarabirlik Hakkındaki Olumlu ve Olumsuz Düşüncelerinin Nedenleri	126
Şekil 8.17. İşletmecilerin Ürünlerini Pazarlama Şekli	128
Şekil 8.18. İşletmelerin İhracattan Vazgeçme Nedenleri	131

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 3.2.1. İllere Göre Örnek Hacmi	9
Çizelge 3.2.2. Araştırma Alanında Sektörler ve İşletme Sayıları.....	10
Çizelge 4.1.1. Yıllar itibariyle Balıkesir ili zeytin alanı, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim.....	14
Çizelge 4.2.1. Yıllar itibariyle Bursa ili zeytin alanları, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim.....	16
Çizelge 4.3.1. Yıllar itibariyle Çanakkale ili zeytin alanları, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim.....	18
Çizelge 4.4.1. Araştırma Alanı Sektörel Personel ve Kapasite Bilgileri	19
Çizelge 5.1. Ülkelerin KOBİ Tanımlarını Belirlerken Dikkate Aldığı Ölçütler	20
Çizelge 5.1.1. KOBİ Tanımı Yönetmeliğine Göre İşletmelerin Sınıflandırılması.....	21
Çizelge 5.1.2. Kurumlar Arasında Çalışan Sayısı Açısından KOBİ'lerin Değerlendirilmesi.....	23
Çizelge 5.2.1. Çalışan Kişi Sayısına Göre Ülkelerin KOBİ Tanımları	23
Çizelge. 5.3.2.2.1. Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Edilenlerin Oranı (2004-2009)	27
Çizelge 5.5.1. Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler	29
Çizelge 5.5.2. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisi İçindeki Payı	31
Çizelge 5.6.1. İmalat Sanayinde İşletmelerin ve İstihdamın Ölçeksel Dağılımı.....	32
Çizelge 5.6.2. Türkiye'de İşletmelerin Sektörel Dağılımı	33
Çizelge 5.6.3. İmalat Sanayi Alt Sektörlerine İşletmelerin Dağılımı.....	33
Çizelge 5.6.4. İmalat Sanayi İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımı	34
Çizelge 5.6.1.1.2.1. Türkiye Zeytinyağı Fabrika Sayısı ve Kurulu Kapasiteleri.....	40
Çizelge 6.1.1.1. Dünya Sofralık Zeytin Üretimi (2004-2009) (Bin ton).....	44
Çizelge 6.1.1.2. Zeytin Yetiştirilen Önemli Ülkelerde Hasat Edilen Alan (Ha)	45
Çizelge 6.1.2.1. Dünya Sofralık Zeytin Tüketimi (2004-2009) (Bin Ton)	46
Çizelge 6.1.3.1. Dünya Sofralık Zeytin İhracatı (2004-2009) (Bin ton)	48
Çizelge 6.1.4.1. Dünya Sofralık Zeytin İthalatı (2004-2009) (Bin Ton).....	50
Çizelge 6.1.5.1. Dünya Zeytinyağı Üretimi (2004-2009) (Bin Ton).....	51
Çizelge 6.1.6.2. Dünya Zeytinyağı Tüketimi (2004-2009) (Bin Ton)	52
Çizelge 6.1.7.1. Dünya Zeytinyağı İhracatı (2004-2009) (Bin Ton).....	53
Çizelge 6.1.8.1. Dünya Zeytinyağı İthalatı (2004-2009) (Bin Ton).....	54
Çizelge 6.2.1. Türkiye'de Toplam Tarım Alanı İçinde Zeytinin Yeri (Bin Ha)(1990-2009) ..	57
Çizelge 6.2.3. Tarım Bakanlığı'nın "2004-2014 Zeytin/Zeytinyağı Projeksiyonu"	59
Çizelge 6.2.2.1. Türkiye'de Zeytin-Zeytinyağının Üretimi ve Tüketim (2004-2008)	65
Çizelge 6.2.3.1. Türkiye'nin Zeytinyağı İthalat Miktarı (1998-2007) (Ton)	65
Çizelge 6.2.3.2.1. Tarımsal Ürünler İhracatı içinde Zeytinyağının Payı (Milyon Dolar)	66
Çizelge 6.2.3.2.2. Türkiye'de Zeytinyağı İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009) ...	67
Çizelge 6.2.3.2.3. Ambalaj Türlerine Göre Türkiye Geneli Zeytinyağı İhracatı	69
Çizelge 6.2.3.2.4. Tiplerine Göre Türkiye Geneli Zeytinyağı İhracatı	71
Çizelge 6.2.3.2.5. Türkiye'de Siyah Zeytin İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009) ..	72
Çizelge 6.2.3.2.6. Türkiye'de Yeşil Zeytin İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009) ..	72
Çizelge 6.2.3.3.1. Türkiye'de Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (TL/Kg)	74
Çizelge 6.2.3.3.2. İspanya'da Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (€/Kg).....	74
Çizelge 6.2.3.3.3. İtalya'da Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (€/Kg).....	74
Çizelge 6.2.3.4.1. Araştırma Alanı İçerisinde Zeytin ve Zeytinyağı Alan Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri	76
Çizelge 7.1.1. Avrupa Birliği'nde İç Pazara Yönelik Fiyat Mekanizması (1998-2006).....	83
Çizelge 7.1.2. AB'de Zeytinyağı Üretiminde Garanti Edilmiş Ulusal Kotalar	84
Çizelge 7.1.3. Zeytinyağında Avrupa Birliği Dışında Üretici Üçüncü Ülkelere Tanınan Kotalar	85

Çizelge 7.2.1. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Zeytinyağında Üreticilere Ödenen Prim Miktarları	86
Çizelge 7.2.2. Türkiye’de Zeytinde Doğrudan Gelir Desteği Ödemeleri.....	86
Çizelge 7.2.3. Türkiye’de Zeytin Üreticilerinin Yararlandıkları Mazot ve Gübre Desteği.....	87
Çizelge 7.2.4. Sertifikalı Zeytin Fidanı Destek Birim Fiyatları (TL/Da)	87
Kaynak: Başaran ve Unakıtan, 2010.	87
Çizelge 8.1.1.2. Üreticilerin Yaş Dağılımı	88
Çizelge 8.1.1.3. Üreticilerin Eğitim Durumu	89
Çizelge 8.1.1.4. Üreticilerin Mesleki Durumu	89
Çizelge 8.1.1.5. Üreticilerin Sahip Olduğu Arazi Miktarı.....	90
Çizelge 8.1.1.6. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytin Arazisi Miktarı	90
Çizelge 8.1.1.7. Zeytin Dışında Yetiştirilen Ürünler.....	91
Çizelge 8.1.1.8. Ailedeki Fert Sayısı	91
Çizelge 8.1.1.9. Üreticilerin üye/ortak oldukları üretici örgütleri	92
Çizelge 8.1.1.10. Kooperatif Ortaklığından Memnuniyet	92
Çizelge 8.1.1.11. Üreticilerin Kooperatif Ortaklığından Memnuniyet Nedenleri.....	93
Çizelge 8.1.1.12. Üreticilerin Kooperatif Ortaklığından Memnun Olmama Nedenleri	93
Çizelge 8.1.1.13. Zeytincilik Dışında Gelir Durumu	93
Çizelge 8.1.1.14. Zeytincilik Dışında Elde Edilen Gelirin Kaynağı	94
Çizelge 8.1.1.15. Toplam gelir içinde zeytincilikten elde edilen gelirin payı.....	94
Çizelge 8.1.1.16. Üreticilerin zeytincilik yaptıkları Süre (Yıl)	95
Çizelge 8.1.1.17. Üreticilerin Zeytincilikten Elde Ettikleri Gelirden Tatmin Durumu.....	95
Çizelge 8.1.2.1. Üreticilerin Ürettikleri Zeytin Tipi.....	95
Çizelge 8.1.2.2. Üreticilerin Zeytini Üretme Amaçları	96
Çizelge 8.1.2.3. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytinlik Parsel Sayısı	96
Çizelge 8.1.2.4. Zeytinliklerin Mülkiyet Durumu	97
Çizelge 8.1.2.5. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytin Ağacı Sayısı (adet)	97
Çizelge 8.1.2.6. Zeytin Ağaçlarının Yaşı	98
Çizelge 8.1.2.7. Ağaç Başına Ortalama Verim (kg).....	98
Çizelge 8.1.2.8. Araştırma Alanında Yer Alan Zeytinliklerin Arazi Yapısı	98
Çizelge 8.1.2.9. Zeytinlik Arazilerin Sulama Durumu.....	99
Çizelge 8.1.3.1. Sofralık Zeytinin Değerlendirilme Şekli	99
Çizelge 8.1.3.2. Tercih Edilen Zeytinyağı Türü	100
Çizelge 8.1.3.3. Hasat Sonu Satış.....	100
Çizelge 8.1.3.4. Hasattan Sonra Fabrikaya Teslim Süresi.....	100
Çizelge 8.1.3.1. Üreticilerin Zeytini/Zeytinyağını Satış Şekli	101
Çizelge 8.1.4.1. Üreticilere Yönelik Eğitim Faaliyetinin Varlığı.....	102
Çizelge 8.1.4.2. Üreticilere Yönelik Eğitim Veren Kuruluşlar	102
Çizelge 8.1.4.3. Üreticilerin Zeytini Hasat Şekli.....	103
Çizelge 8.1.4.4. Üreticilerin Elle Hasadı Tercih Nedenleri.....	103
Çizelge 8.1.4.5. Üreticilerin Sırıkla Hasadı Tercih Nedenleri.....	104
Çizelge 8.1.4.6. Üreticilerin Makinalı Hasadı Tercih Nedenleri.....	104
Çizelge 8.1.4.1. Araştırma Alanında Coğrafi İşaret Almış Zeytin ya da Zeytinyağının Varlığı	106
Çizelge 8.1.4.2. Zeytinliklerin amaç dışı kullanımı konusunda üreticilerin görüşleri	107
Çizelge 8.1.4.3. Zeytinden zeytin ve zeytinyağı dışında yararlanma şekilleri	107
Çizelge 8.1.4.4. Devlet Tarafından Üreticilere Verilen Desteklerin Yeterlilik Durumu.....	107
Çizelge 8.1.4.5. Üreticilerin Zeytincilik Konusunda İhtiyaç Duyduğu Destekler	108
Çizelge 8.1.4.6. Zeytincilik Konusunda İlk Akla Gelen Sorun.....	108
Çizelge 8.1.4.7. Üreticiler Açısından Zeytinciliğimizin En Önemli Sorunları	113

Çizelge 8.1.4.8. Zeytinciliğimizin Sorunlarına Üreticiler Tarafından Önerilen Çözüm Yolları	115
Çizelge 8.2.1.1. İşletmecilerin Yaş ve Eğitim Durumları	116
Çizelge 8.2.1.2. İşletmedeki Çalışma Süresi ve Sektördeki Yöneticilik Tecrübesi	117
Çizelge 8.2.1.3. İşletmecilerin sektör dışı tecrübeleri	117
Çizelge 8.2.2.1. İşletmenin En Üst Yöneticisi	117
Çizelge. 8.2.2.2. İşletmelerin Kuruluş Yılı	118
Çizelge 8.2.2.3. İşletmelerin Kuruluş Bölgesi	118
Çizelge. 8.2.2.4. İşletme Türü ve İşletmede İşbölümü	119
Çizelge 8.2.2.6. İşletmenin Faaliyetleri	120
Çizelge 8.2.2.7. İşletmelerde Bulunan Kalite Sistemleri	123
Çizelge 8.2.2.8. Alınacak Hammadde Miktarını Belirleyen Unsurlar	124
Çizelge 8.2.2.9. Hammadde Alımı İçin Ödeme Şekli ve Finansman Kaynağı	124
Çizelge 8.2.2.10. İşletmecilerin Marmarabirlik ve Tariş Hakkındaki Düşünceleri	125
Çizelge 8.2.1.4. İşletmecilerin Yabancı Dil Bilme ve Yurtdışına Çıkış Durumu	128
Çizelge 8.2.3.1. Tüketici Düzeyinde Pazar Araştırması ve Ürünlerin Kalite Kontrolü	128
Çizelge 8.2.3.2. İşletmenin Pazarlama Kanalı	129
Çizelge 8.2.3.3. İşletmenin Fiyatlandırma Kararı	129
Çizelge 8.2.3.4. İşletmelerin Yurtiçinde Zeytin/Zeytinyağı Pazarlarken Karşılaştıkları Sorunlar	130
Çizelge 8.2.3.4. İşletmenin İhracat Durumu	130
Çizelge 8.2.3.5. İşletmelerin İhracata Yönelmeme Sebepleri	131
Çizelge 8.2.3.6. İşletmelerin İhracat Şekli ve İhracat Sıklığı	131
Çizelge 8.2.3.7. Tescilli Marka ve Ödül Varlığı	132
Çizelge 8.2.3.8. Ulusal ve Uluslar arası Ödül Varlığı	132
Çizelge 8.2.3.9. KOBİ'ler İçin Verilen Destek ve Kredilerden Yararlanma Durumu	132
Çizelge 8.2.3.10. Bu Destek ve Kredilerden Yararlanma İsteği	133
Çizelge 8.2.3.11. İşletmecilerin Destek ve Kredileri Değerlendirme Durumları	133
Çizelge 8.2.3.12. İşletmecilerin Zeytincilik Konusunda İlk Akıllarına Gelen Sorun	134
Çizelge 8.2.3.13. Zeytincilik Sektöründe Karşılaşılan Sorunlar	135
Çizelge 8.2.3.14. Zeytincilik Sektöründe Karşılaşılan Sorunlara Önerilen Çözümler	136
Çizelge 8.3.1.1.1. Üreticilerin Zeytincilik Yapmalarında Etkili Olan Faktörler	137
Çizelge 8.3.1.1.2. Zeytin Üretimi İle İlgili Faktörler	138
Çizelge 8.3.1.1.3. Zeytinciliğin Sorunlarına Yönelik Faktör Analizi	139
Çizelge 8.3.1.2.1. Zeytin ve Zeytinyağı İhracatının Önündeki Kısıtlamalara Yönelik Faktör Analizi Sonuçları	141
Çizelge 8.3.1.2.2. Zeytin ve Zeytinyağında Yaşanan Sorunlara Yönelik Faktör Analizi Sonuçları	143
Çizelge 8.3.2.1.1. Varyansların Homojenliği Testi	146
Çizelge 8.3.2.2.1.1. Varyansların Homojenlik Testi	151
Çizelge 8.3.2.2.2.1. Varyansların Homojenliği Testi	153

1.GİRİŞ

Dünyanın en eski alfabelerinin ana harfleri doğal olarak tarım toplumunun izlerini taşır: “Alfa” (Alpha) öküz, “beta” (Beth) ev, “gama” (Gamal) deve ve “zeta” (Zai) zeytini simgeliyordu. Akadça *zertum* ya da *zeirtum* hem zeytin ağacını hem de meyvesini tanımlıyordu. *Zai*, İbranilerde *zait* oldu, Araplarda ise *zaitun*. Orta Asya’dan Anadolu’ya gelen Türkler ise Arapça’nın etkisiyle önce zeytun, sonra zeytinde karar kılmışlardır. Zeytine Giritliler *elaiwa*, Yunanlılar *elaia* demişlerdir. Romalılar önce *olea*, sonra *oliva*’yı, Fransızlar ve İngilizler ise *olive*’i benimsemişlerdir.

Zeytinyağı sözcüğüne gelince, Yunanlıların *elaion*’u Roma’da *oleum* olmuş, İtalyanlar *oli*’ye, Fransızlar *huile*’e, İngilizler *oil*’a, İspanyollar ise Arapça *az-zeit*, zeytin suyundan esinlenerek *aceite*’ye çevirmişlerdir (Ünsal, 2008).

Orijinal metni Topkapı Müzesi Revan Kütüphanesinde bulunan; Sultan II. Bayezid tarafından yürürlüğe konulan ve Dünyanın bugünkü manada ilk standardı olan “Kanunname-i İhtisab-ı Bursa (1502)” da zeytinle ilgili standarda da rastlamaktayız. Zeytinler başlığında Karaburun zeytini ve Çekişte zeytininin, ikiyüz dirhemi bir akçaya olacağı; Yalı zeytinin, bir okkası bir akçaya olacağı belirtilmiştir (Anonim, 2010a).

Tarıma dayalı endüstriler, gıda-gıda dışı tarımsal hammaddelere ilave değer katan endüstriler olarak tanımlanabilir. Bu tarımsal hammaddeler, üreticilerin karlılığını ve gelirini artırırken aynı zamanda işlenerek pazarlanabilir, kullanılabilir ya da yenilebilir ürünlere dönüştürülürler (Anonim, 2003).

Sofralık olarak hazırlanmak suretiyle dane olarak ve yağı çıkarılarak değerlendirilen zeytin, tarıma dayalı önemli sanayi kollarına kaynak oluşturmaktadır. Yetiştirme faaliyetleri, hasat, taşıma işlerine, değerlendirme işlemlerinin de katılmasıyla zeytinin ekonomik önemi daha da artmaktadır. Bu, yağlık zeytinlerle ilgili olarak torba imali, kırma ve öğütme işlemleri, yağın ayrılması, taşıma, depolama, ambalajlama, dağıtım ve zeytinyağının satışı; sofralık zeytinlerle ilgili olarak da işleme, tasnif, ambalajlama ve mamul madde satışı gibi işlemleri içine almaktadır. Diğer yandan zeytinyağı çıkarıldıktan sonra kalan artıklardan elde edilen pirina yağı da ilave edilmelidir. Buna bağlı ekstraksiyon çalışmaları ile rafinasyon işlemleri de önemli endüstri kollarına teşkil etmektedir. Pirina, odun, yaprak, zeytin çekirdeği, karasu gibi zeytin ve zeytinyağı üretimi yan ürünleri de önemsenmesi gereken ürünlerdir (Anonim, 1997).

Zeytin ve zeytinyağı sektörü; hammadde üretiminden mamul madde olarak tüketiciye ulaşıncaya kadar üreticiler, zeytin sıkma tesisleri, makine ekipman üreticileri ve servis sağlayıcıları, salamura zeytin üreticileri, zeytinyağı depolama tesisleri, nakliyeciler,

toplayıcılar, toptancılar, sanayiciler, tüccarlara kadar geniş bir kitleyi barındıran önemli bir sektördür. Sektör, ülkemiz tarım ekonomisi açısından önemli bir konuma sahiptir. Gerek istihdam ettiği nüfus açısından, gerekse yarattığı katma değer yönünden ve ayrıca yüksek ihracat potansiyeli ile rekabette avantajlara sahip önemli bir sektördür (Özışık, 2010).

Zeytin ağacını diğer tarımsal ürünlerden ayıran en önemli özelliği, bu ağacın uzun ömürlü bir ağaç olmasının yanı sıra uyum yeteneği ve dayanıklılığıdır. İklim koşullarının elverişli olduğu bölgelerde, eğimi fazla ve verimsiz topraklarda da yetişebilmesi, zeytinliklerin diğer kültür bitkileriyle değerlendirilemeyen bu tip alanlarda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Bu oluşum zeytinliklerin yerine başka tarımsal ürünlerin ikamesini neredeyse imkânsız kıldığından birçok zeytin üreticisinin ağaçlarından başka bir gelir kaynağı bulunmamaktadır (Anonim, 2006a).

Akdeniz bölgesinde yaşayan insanların kronik hastalıklara daha az yakalanmaları ve ortalama yaşam sürelerinin daha uzun olması araştırmacıların ilgisini çekmiş ve yapılan bir takım deneysel çalışmalarla da bu bölgenin diyetel alışkanlıklarının buna sebep olduğu kanıtlanmıştır. Akdeniz diyetinin yüksek oranda antioksidan ihtiva etmesi, yaşam uzunluğuna etki eden en önemli faktörlerden biridir. Bu antioksidanlar taze sebze ve meyvelerde bulunur. Zeytinyağı ise meyveden elde edilen tek yağ olması sebebiyle besleyici özelliklerinin yanında antioksidanlar ve vitaminler de içerir. Zeytinin yüksek oranda antioksidan içermesini havayla temas eden ve kendisini oksijene karşı koruması gereken bir meyve olmasına bağlayabiliriz. Sızma (rafine edilmemiş ve endüstriyel bir işleminden geçmemiş) zeytinyağı bu maddeler bakımından zengindir ve serbest radikallerin yaratabileceği hasarlara ve kanser oluşumuna karşı güçlü antioksidan etkilere sahiptir (Laleli, 2006).

Zeytin periyodisite gösteren bir bitki olduğu için bir yıl var yılı ertesini yıl yok yılı yaşanmaktadır. Ancak hem zeytin hem zeytinyağı stoklanabilen ürünler oldukları için bu olumsuzluk fiyatlara aynı oranda yansımamaktadır (TEAE, 2006).

Son bir kaç yıldır sektörde doğal sabunlar, doğal şampuanlar ve diğer doğal ürünler ilgi görmeye başlamıştır. Özellikle doğal sabun üretimi ülke çapında birçok küçük ölçekli firma tarafından gerçekleştirilmekte ve üretilen mallar dış pazarlarda alıcı bulmaktadır. Dünyaca ünlü defne ve zeytinyağı sabunlarına talep gitgide artmakta olup ihracata yönelik bir sektör oluşmuştur. Türk sabun üreticileri yurtiçinde kendi markalarını yaratmış ve bu markalarla dış piyasalara yönelerek başarı kazanmışlardır (Anonim, 2009).

Zeytine verilen doğrudan gelir desteğinden 2007/2008 döneminde 199.599 üretici yararlanmıştı. Ancak üretici sayısının bundan daha fazla olduğu kabul edilmektedir. Üreticiler çok küçük parçalı ya da ağaç sayılı zeytin arazisine sahiptirler, bu nedenle doğrudan

gelir desteği için hazırlanması gereken dosya masraflarından ve bürokrasiden kaynaklanan sıkıntılardan dolayı verilen bu destekten yararlanmamışlardır. Bunun yanında üreticilerin arazilerinin bir kısmı kendisine ait olamaması (örneğin eşe ait olması) dolayısıyla o kişinin üretici olmamasından dolayı destekten yararlanamaması gibi sebepler gerçek zeytin üreticisi sayısını ortaya koymayı zorlaştırmaktadır.

Ülkemizde 400,000 çiftçi ailesi ve her aile ortalama beş kişi kabul edildiğinde, yaklaşık 2 milyon kişi geçimini doğrudan zeytincilikten sağlamaktadır. Zeytincilik sektörüyle bağlantılı olarak, zeytin işleme tesislerinden, rafinasyon ve ambalajlama tesisleri ile sabun sanayine kadar geniş bir yelpazede, doğrudan veya dolaylı olarak yaklaşık 8 milyon kişiye istihdam sağlanmaktadır. Bu nedenle zeytincilik ülkemizde önemli bir tarım, sanayi, ticaret ve istihdam ürünüdür (Boyraz ve ark., 2010).

Araştırma alanı 2009 verilerine göre zeytin ekilen alan açısından ülke toplamının %19,3'ünü, toplam ağaç sayısının da yaklaşık %17'sini oluşturmaktadır. Üretim açısından değerlendirildiğinde; toplam dane zeytin üretiminin %21,9'u, sofralık zeytin üretiminin %22,8'i ve yağlık zeytin üretiminin de %21,4'ü Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde gerçekleştirilmiştir. Bu üç il içerisinde yer alan zeytin ve zeytinyağı işletmeleri ülkemizde bu konuda faaliyet gösteren işletmelerin %27,3'ünü oluşturmaktadır. Araştırma alanının iklim ve toprak koşulları zeytin üretimine uygundur ve çok uzun yıllardır bu alanda zeytincilik faaliyeti sürdürülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre üreticilerin %35,2'si geçimini yalnızca zeytincilikten sağlamaktadır. Bununla birlikte, bölgede zeytincilik faaliyetini hem üreticiler hem de işletmeler açısından değerlendiren yeterli sayıda çalışma yapılmamıştır.

Türkiye, zeytin ve zeytinyağı üretimi konusunda dünyada ilk beş ülke arasında yer almaktadır. Ancak üretimde kalite, tüketim ve ihracat konularında dünyada olunması gereken noktalara uzak görünmektedir. Ülkemizde zeytin ve zeytinyağına yönelik hem üreticiler hem de işletmeciler açısından sorunlar bulunmaktadır. Bu çalışma sorunları tespit etmek, üreticilerin ve işletmecilerin beklentilerini ve çözüm önerilerini ortaya koyabilmek için yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümü zeytin ve zeytinyağına yönelik genel bilgilerin ve araştırmanın amacının yer aldığı Giriş kısmından oluşmaktadır. İkinci bölümde bu konuda yapılmış benzer çalışmaların özeti yer almaktadır. Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan birincil ve ikincil materyal, örnek sayısının belirlenmesine ilişkin yöntem ve uygulanan analiz yöntemleriyle ilgili ayrıntılı bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde araştırma alanını oluşturan Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illeri hakkında genel bilgiler verilmiş, tarımsal yapıları zeytinciliği de içererek aktarılmaya çalışılmıştır. Beşinci bölümde küçük ve orta

ölçekli işletmeler hakkında ayrıntılı bilgi verilmiştir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin tanımı, diğer ülkelerde KOBİ'ler, ülke ekonomileri içindeki yeri ve önemi, gıda sanayi içerisinde yer alan sofralık zeytin ve zeytinyağı işletmeleri konuları incelenmiştir. Zeytin ve zeytinyağı ekonomisi başlığıyla altıncı bölümde Dünya'da ve Türkiye'de zeytin ve zeytin yağı üretimi, ekilen alan, tüketimi ve dış ticareti hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Yedinci bölümde Dünya'da ve Türkiye'de zeytincilik ve zeytinyağı politikaları, verilen destekler ve uygulamalar; Dünya'daki politikalar Avrupa Birliği başlığında incelenmiştir. Araştırmanın sekizinci bölümünde zeytini üreten küçük ve orta ölçekli tarım işletmeleri ve zeytin ve zeytinyağı üreten işletmelere (girişimler) yönelik araştırma sonuçları ve uygulanan analizler yer almaktadır. Dokuzuncu bölüm olan son bölümde araştırma sonuçlarına yer verilmiş; sonuçlar hakkında değerlendirme yapılarak bu sorunlara yönelik alternatif çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

2.KAYNAK ÖZETLERİ

Olgun (1992), “Türkiye’de Zeytinyağı Sektörünün Yapısal Analizi ve İhracat Kapasitesi” isimli çalışmasında 1967-1992 yılları arasında zeytinyağında uygulanan üretim, fiyat, pazarlama vb politikaların genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Makro düzeydeki bu değerlendirmenin yanında Ege kıyılarında ve daha ziyade İzmir, Aydın, Balıkesir, Muğla ve Manisa civarında yoğunlaşan zeytinciliğin; gerek zeytin üreticileri, gerek zeytin işleme tesisleri (yağhaneler), gerek rafine fabrikaları ve gerekse zeytinyağı ihracatçıları açısından etüt edilerek mevcut sorunları ve durumlarının incelenmiş ve buradan hareketle de Türkiye genelinde bazı öneriler yapılmıştır.

Çetin ve Budak (2000), “Türkiye’de Sofralık Zeytin İşleme Sanayinin Ekonomik Yapısı ve Sorunları” isimli çalışmalarında ülkemiz sofralık zeytin üretimi sonrasındaki aşamayı oluşturan işleme tesislerinin mevcut durumu, kapasite büyüklükleri, kuruluş yerleri, kapasite kullanım oranları ve bu aşamada ortaya çıkan sorunlar incelenmiş ve öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Gökçe ve Tunahoğlu (2002), “Ege Bölgesinde Optimal Zeytin Yayılış Alanlarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma” isimli çalışmada, araştırma bölgesindeki zeytincilik yayılış alanları ve bunların ekonomik sınırları, zeytin üreticilerinin sosyo-ekonomik özellikleri, zeytincilikte mülkiyet anlaşmazlıkları, eğim-verim ilişkileri ve yükselti-verim ilişkileri saptanarak tablolar halinde verilmiş ve bu durumun ortaya çıkardığı bazı sorunlar saptanmaya çalışılmıştır.

Aksu ve ark. (2003), “Sofralık ve Yağlık Zeytinde Üretim Maliyetleri ve Karlılık” isimli çalışmada Ege ve Marmara bölgelerinde üretici şartlarında yağlık ve sofralık zeytin üretim maliyetlerini, girdi kullanımını ve karlılığını incelemiştir. Bu çerçevede yapılan analiz ve değerlendirmeler sonucunda; birim alana ve kilogram başına üretim maliyetleri ve gelir unsurları nominal ve reel fiyatlar kullanılarak zeytin üretiminin karlılık düzeyi saptanmış, zeytinyağı destekleme fiyatlarının daha sağlıklı belirlenmesine metodolojik olarak katkıda bulunulması düşünülmüştür. Alan çalışması Ege ve Güney Marmara zeytin bölgelerinde yürütülmüştür. Söz konusu bölgeler Bursa, Balıkesir, Manisa, İzmir, Aydın ve Muğla illerini kapsamıştır.

Atabay (2005), “İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi: Zeytinyağı Sektöründe Bir İnceleme” isimli çalışmasında: ihracat yapan işletmelerle ihracat yapmayan işletmeler arasında işletme özellikleri açısından farklılık bulunup bulunmadığı, ihracatçı işletmeler arasında da işletme özelliklerinin, ürün özelliklerinin ve ihracat pazarlama karmasında uyarılma stratejisinin

ihracat performansına etkisini belirlemeye yönelik olarak zeytinyağı sektöründe yapılan uygulama sonuçları ele alınmıştır.

Şahin (2005), “Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatiflerinde Devlet Yatırım Yardımları ve Kooperatif Ortak İlişkileri” konulu doktora tezinde Aydın, Balıkesir, Çanakkale, İzmir, Manisa ve Muğla illerinde faaliyette bulunan ve teşvik belgesi almış Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği’ne devlet yardımlarının ekonomik etkilerini araştırmak ve kooperatif ortak ilişkilerini ortaya koymak amacıyla 22 kooperatif incelenmiş; 97 adet ortakla anket yapılmıştır.

Viesca ve ark., (2005), “Situation of European SMEs in The Olive Oil and Table Olive Area. Survey” isimli çalışmalarında Avrupa’da sofralık zeytin ve zeytinyağı sektöründeki küçük ve orta ölçekli girişimlerin durumlarını; çevresel etkiler, kalite kontrol, bilgi ve iletişim teknolojileri uygulamaları, araştırma-geliştirme-yenilik programlarına katılımı ve bilgi gibi başlıca ihtiyaçlarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Kullanılan veriler Türkiye, İspanya, Portekiz, İtalya, Yunanistan, Almanya ve Fransa’da zeytin ve zeytinyağı sektöründe faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelere gönderilen anketlerden elde edilmiştir. Çalışmanın sonuçları arasında bilgi ve iletişim teknolojilerine girişin mantıklı olduğu, en son ve ilgili mevzuata yönelik kursalara artan bir ilginin olduğu ve ürün kalitesini geliştirme ve pazarlanın önemli olduğu yer almaktadır.

Durman ve Önder (2007), “Ekonominin Minik Devi KOBİ’ler ve KOSGEB Teşvikleri” isimli eserde KOBİ’lerin ekonomideki ağırlıklarının yanında bir ülke ekonomisi için bazı avantaj ve dezavantajlarının bulunduğu belirtilmiştir. KOBİ’lerin desteklenmesindeki amaç; büyük firmalar ile rekabet ve gelişmelerinin sağlanmasının yanında, KOBİ’lerin avantajlarından faydalanmak ve dezavantajlarını minimize etmektir. Eserde en son şekli ile KOSGEB teşvikleri ve bu teşviklerden nasıl yararlanılacağı aktarılmıştır.

Gazanfer, (2007), “Tam Üyelik Sürecinde Türkiye ve Avrupa Birliği Zeytinyağı Sektörlerinin Karşılaştırmalı Analizi” konulu yüksek lisans tezinde Türkiye ve Avrupa Birliği’ndeki zeytin ve zeytinyağı sektörleri ve uygulanan politikalar incelenmiştir. Ülkemizin AB Zeytinyağı Piyasa Düzenine uyum çalışmalarının başlaması gerektiği, somut adımlar atılması için gereken acil konuların örgütlenme, destekler ve kalite standardizasyonu olduğu belirtilmiştir.

Aykaç ve ark. (2008), “Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Artırılması ve Türkiye’de KOBİ’ler” adlı eserinde küreselleşme sürecinde KOBİ’lerin rekabet gücüne yönelik teorik yaklaşımlar, gelişmiş ülkelerin bu alandaki deneyimleri ve küresel fırsatlar

ışığında değerlendirmek ve Türkiye'nin kendi dinamiklerini ve özgün şartlarını gözeterek stratejiler geliştirilmiştir.

Cansız (2008), "Türkiye'de KOBİLER ve KOSGEB" isimli eserde KOBİ'lerin önemi ve desteklenmesine ilişkin gelişmiş ülke örnekleri hakkında literatür taraması ve AB'de KOBİ'leri geliştirmeye ve desteklemeye yönelik politika programları incelenerek Türkiye ile karşılaştırması yapılmış, Türkiye'de KOBİ'lerin durumu analiz edilmiştir.

Özışık ve Öztürk (2009), "Dünya'da ve Türkiye'de Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Durum Değerlendirilmesi; Türkiye'de Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri ile Gelişme Fırsatları ve Gelişmeyi Sınırlayabilecek Faktörler" adlı makalede sektörün Dünya ve Türkiye açısından mevcut durumu ortaya konulmuştur. Dünyada ve Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı sektörü üretim, tüketim ve dış ticaret konuları açısından yıllara göre incelenmiş ve sektörün güçlü ve zayıf yönleri SWOT analizi ile değerlendirilmeye çalışılmıştır.

3.MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırma materyali birincil ve ikincil verilerden elde edilmiştir.

Araştırmanın birincil verileri:

Bu çalışmanın ana materyalini Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde sofralık ve yağlık zeytin yetiştiren üreticiler ile zeytin ve zeytinyağı sektöründe yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerle yapılan anket çalışmasından sağlanan veriler oluşturmuştur. Bu ilin seçilme nedeni bu iller has sofralık zeytin ve zeytinyağı çeşitlerinin olması, buradaki işletmelerin sofralık ve yağlık zeytin yetiştiriciliği konusunda uzmanlaşması, ulusal ve uluslar arası alanda ödül almış ve almaya devam eden ürünlerin varlığı, sektörde yer alan firmaların bu bölgede uzun yıllardır bulunması sayılabilir. Çalışmanın anket aşamasında yeterli örnek hacmini belirlemek ve uygulanacak anketin eksikliklerini gidermek için pilot anketler hazırlanmıştır. Hazırlanan bu anketler tesadüfi olarak seçilen zeytin üreticileri ile zeytin ve zeytinyağı işletmelerine uygulanmıştır. Pilot anketlerden elde edilen sonuçlardan hareketle anket formları gözden geçirilmiş, düzenlemeler yapılmış ve esas anketler hazırlanarak Haziran 2009'da anket çalışmasına başlanmıştır ve 264 üretici, 71 işletme ile yüz yüze görüşülmüştür.

a) Araştırmanın ikincil verileri:

Araştırmanın ikincil verilerinin elde etmek amacıyla aşağıda belirtilen kaynaklardan yararlanılmıştır.

Gıda, zeytin ve zeytinyağı konusunda ülkemizde yayınlanan süreli yayınlardan (Zeytin ve Zeytinyağı Dergisi, Gıda Teknolojisi Dergisi, Dünya Gıda Dergisi vb.), Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) yayınlarından, Tarımsal Araştırma Enstitüsü'nün yayınlarından, Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) yayınlarından, Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi (IOOC) ve Dünya Gıda ve Tarım Organizasyonu (FAO) verilerinden yararlanılmıştır. Konuyla ilgili kaynak kitaplar, tez çalışmaları, makaleler, sempozyum bildirileri ve çalışma konusu ile ilgili resmi internet kaynakları araştırmanın diğer ikincil verilerini oluşturmaktadır.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örneklem Yöntemi

Araştırmaya ait orijinal verilerin sağlanmasında kişisel görüşme anket yöntemi esas alınmıştır. Anket formlarında, kapalı ve açık uçlu soruların yanında 5'li Likert ölçeğinde hazırlanmış sorular da bulunmaktadır. Anket uygulanmasında ana kitlenin tamamı ulaşılabilir

nitelikte olmadığı için ana kitleyi temsil edecek örnek hacmi örnekleme yöntemi ile seçilmiştir.

Çalışmada 2008 yılı Çiftçi Kayıt Sistemi verileri kullanılmıştır. Çalışma iki farklı grup baz alınarak yapılmıştır. Birinci grubu zeytin üreticileri, ikinci grubu ise zeytini işleyen küçük ve orta ölçekli işletmeler oluşturmuştur. Örnek hacminin belirlenmesinde kullanılan örnekleme formülü ve değişkenlerin açıklamaları aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir. Hesaplama yapılırken %95 güven katsayısı ve %10 hata payı dikkate alınmıştır. Bu tip örnekleme türünde uygulanan genel kural $(p) = (q) = 0.5$ kabul edilmiştir. Bu durumda sabit bir örnekleme hatası ile mümkün olan en büyük örnek hacmi elde edilmektedir (Malhotra, 1993).

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot (d / z_{\alpha/2})^2 + p \cdot q}$$

n: örnek hacmi

$Z_{\alpha/2}$: güven katsayısı

d: örnekleme hatası

p: yağlık zeytin üreten köy oranı

q: sofralık zeytin üreten köy oranı

Çalışma sahasında toplam 1005 köyde zeytincilik ile uğraşmaktadır. Örnekleme sonucunda anket uygulanacak köy sayısı aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

$$n = \frac{1005 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(1005 - 1) \cdot (1,96 / 0,10)^2 + (0,5 \cdot 0,5)} = 88$$

Örnekleme sonucunda 88 köyde 3'er zeytin üreticisi ile olmak üzere toplam 264 adet zeytin üreticisi ile anket yapılmıştır.

Çizelge 3.2.1. İllere Göre Örnek Hacmi

İller	Zeytincilik Yapılan Köy Sayısı	Örnekteki Köy Sayısı	Anket Yapılan Zeytin Üreticisi Sayısı
Balıkesir	355	31	93
Bursa	344	30	90
Çanakkale	306	27	81
Toplam	1005	88	264

Hazırlanan anket formu Balıkesir’de 93, Bursa’da 90 ve Çanakkale’de 81 adet zeytin üreticisine uygulanmıştır.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Sanayi Veritabanına göre Balıkesir, Bursa ve Çanakkale’de salamura zeytin (işlenmiş yeşil zeytin dahil), zeytin ezmesi, ham zeytinyağı ve rafine zeytinyağı olmak üzere 316 kayıtlı işletmeci bulunmaktadır. Çizelge 3.2.2’de bu 316 işletmenin sektör içerisinde dağılımı yer almaktadır.

Çizelge 3.2.2.Araştırma Alanında Sektörler ve İşletme Sayıları

Sektörler	İşletme sayısı
Salamura zeytin (işlenmiş yeşil zeytin dahil)	152
Zeytin ezmesi, haşhaş ezmesi vb	12
Ham zeytinyağı (Natürel yağ)	146
Rafine zeytinyağı	6
Toplam	316

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Sanayi Veritabanı, 28.07.2010

İşletmeler için örnek sayısı 100 işletme anketi olarak hedeflenmiştir. Ancak araştırma sahası içinde hedeflenen anket sayısına ulaşamamış 71 işletme sahibiyle yüz yüze görüşülerek anket yapılmıştır. Yapılan bazı çalışmalarda örnek sayısının 50’den az olması durumunda açık ve basit faktör yapısı keşfetmenin zor olabileceği, 100 ya da aşağı yukarı 100’e yakın örneğin yapıyı açıklamakta daha tercih edilebilir olacağı belirtilmiştir. Ancak 50 örneğin de tanınabilir faktör modeline açıklık getirmek için minimum olabileceği ifade edilmiştir (Darlington, 2011). İşletmelere uygulanan 71 anket sayısı uygulanan faktör analizine açıklık getirmek için kabul edilebilir bir sayı olarak değerlendirilmiştir.

3.2.2. Verilerin Analizinde Kullanılan Yöntemler

Anket çalışmalarından sağlanan veriler kodlanarak SPSS 13.0 for Windows bilgisayar paket programında değerlendirilmiş ve elde edilen çıktılar çizelgeler halinde düzenlenmiştir. Elde edilen veriler istatistiksel olarak bilgisayar ortamında paket program yardımıyla analiz edilmiştir. Ayrıca verilerin değerlendirilmesinde faktör analizi, varyans analizi (ANOVA), uyum analizi ve SWOT analizi uygulanmıştır.

3.2.3. Faktör Analizi

Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir. Faktör Analizi terimi, birbirinden farklı fakat aynı zamanda birbiriyle ilişkili teknikleri içerir. Bunlar: *Principal Component Analysis*, *Principal Factor Analysis*, *Image Factoring*, *Maximum Likelihood Factoring*, *Alpha Factoring*, *Unweighted Least Squares Factoring*, *Generalized veya Weighted Least Squares Factoring*. Sayılan bu

faktör analizi yöntemlerinden, faktörlerin elde edilmesinde en yaygın kullanılanı, Temel bileşenler analizidir (*Principal Component Analysis*). Bu yöntemde, değişkenler arasındaki maksimum varyansı açıklayan birinci faktör hesaplanır. Kalan maksimum miktardaki varyansı açıklamak için ikinci faktör hesaplanır. Bu durum böylece devam eder. Burada önemli olan nokta analiz sonucu elde edilen faktörlerin arasında korelasyon olmamasıdır.

Faktör analizinde bağımlı değişken ve bu değişkeni açıklamaya çalışan bağımsız değişkenler seti mevcut değildir. Faktör analizinde aralarında yüksek korelasyon olan değişkenler setinin bir araya getirilmesi suretiyle faktör adı verilen genel değişkenlerin (Faktörler) oluşturulması söz konusudur. Burada amaç; değişken sayısını azaltmak ve değişkenler arası ilişkilerdeki yapıyı ortaya çıkarmaktır.

Faktör analizinde dört temel aşama söz konusudur. Bunlar; veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi, faktörlerin elde edilmesi, faktörlerin rotasyonu ve faktörlerin isimlendirilmesidir. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla 3 yöntem kullanılır. Bunlar korelasyon matrisinin oluşturulması, Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testleridir. Analizlerde KMO testi kullanılmıştır.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü; gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO oranının (0.5)'in üzerinde olması gerekir. Oran ne kadar yüksek olursa veri seti faktör analizi yapmak için o kadar iyidir denilebilir (Kalaycı, 2009).

3.2.4. Varyans Analizi (ANOVA)

Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır. Temel hedef ortalamalar arasında fark olup olmadığını anlamaktır. Varyans analizinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerden bahsedilir. Bağımsız değişkenlere faktör adı verilir. Faktörlerin, bağımlı değişkenler üzerinde etkisi araştırılır.

Tek Yönlü ANOVA en basit varyans analizidir. İki tane değişken vardır. Bunlardan birisi kategorik özellik gösteren bağımsız değişkendir ve diğeri de metrik özellik gösteren bağımlı değişkendir. Bağımsız değişken içinde iki veya daha fazla grup olabilir. Tek Yönlü ANOVA, bu gruplara göre, bağımlı değişkendeki ortalamalar arasında fark olup olmadığını test eder. Tek Yönlü ANOVA'da iki temel varsayım vardır. Bu varsayımlara göre her bir grup normal dağılımdan gelir ve görece olarak grupların varyansları homojendir. Çalışmalarda genellikle varyansların homojenliği testine bakılır. Eğer varsayımlar homojen ise varsayımların tamamının sağlandığı kabul edilir (Kalaycı, 2009).

3.2.5. Uyum Analizi (Correspondence Analysis, CA)

Uyum Analizi (Correspondence Analysis, CA) kontenjan tablosu durumuna getirilmiş kategorik verilerin sıra ve sütunlarının birlikte değişimlerini, daha az boyutlu bir uzayda grafiksel olarak göstermeyi amaçlayan çok değişkenli analiz yöntemidir. Uyum analizi çapraz tablo biçiminde gösterilen değişkenler arasındaki uyumluluğu ya da değişkenin kendi kategorileri arasındaki uyumluluğu analiz için yararlanılan bir kategorik analiz yöntemidir. Değişkenlerin kategorileri arasındaki benzerliklerin ya da farklılıkların uzaklıklar cinsinden ifade edilmesi ve hangi alt kategorinin diğer kategorilere göre daha çok benzer olduklarını bulmayı, çapraz tablolardaki değişkenlerin alt kategorileri arasındaki benzerlikleri daha az sayıda boyutta grafiksel olarak görüntülemeyi amaçlamaktadır (Anonim, 2011c).

3.2.6. SWOT Analizi

SWOT analizi, işletmelerin iç ve dış faktörleri dikkate alarak strateji belirlemelerinde yararlı olan bir tekniktir. İç faktörler işletmenin güçlü yönleri (strengths) ve zayıf yönleri (weaknesses), dış faktörler ise fırsatlar (opportunities) ve tehditler (threats) olarak isimlendirilmektedir. SWOT terimi İngilizce strengths, weaknesses, opportunities ve threats sözcüklerinin baş harflerinin bir araya getirilmesi ile oluşturulmuştur. Güçlü yönler, işletmenin rekabet gücünü artıran ve fırsatları değerlendirmeyi kolaylaştıran iç dinamiklerdir. Zayıflıklar ise, işletmenin rekabet gücüne zarar veren ve dolayısıyla piyasadaki fırsatları değerlendirmeyi önleyen yapısal koşul ve eğilimlerdir. Geniş kapsamlı tanımlanırsa, zayıflık işletmelerin iç açılarıdır. Fırsat, işletme dışı koşullar veya eğilimlerden kaynaklanan bir rekabet gücü olarak tanımlanabilir. Tehditler, rakip işletmelerin geleceğe yönelik stratejik planları ve hükümetlerin politikalarıdır (İnan, 2008).

4.ARAŞTIRMA ALANI HAKKINDA BİLGİLER

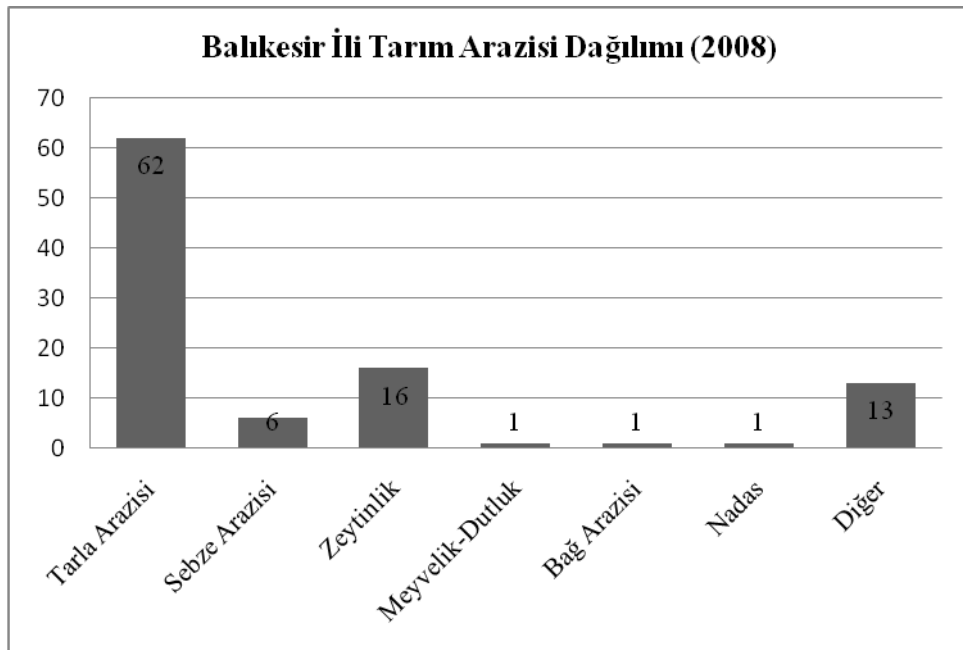
Araştırma alanı olarak zeytin ve zeytinyağı üretiminin yoğun olduğu Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illeri seçilmiştir.

4.1.Balıkesir

Balıkesir, Anadolu yarımadasının kuzeybatısında ve önemli bir kısmı Marmara'da olmak üzere geriye kalan kısmı da Ege Bölgesi'nde yer alan bir ildir. Coğrafi konum olarak 39 06' ve 40 39' kuzey enlemleri ile, 26 39' ve 28 58' doğu boylamları arasında yer almaktadır. Avşa, Paşa limanı, Ekincik, Marmara, Alibey, Çiçek, Çıplak ada başta olmak üzere 32 adası vardır. Balıkesir ili genellikle tepelerin hakim olduğu bir alan niteliği taşımakla birlikte, yer yer 1800 metreyi bulan dağların yer aldığı görülür. Batı'da Kaz dağları, Şapçı Dağı ve Madra Dağları; Doğu'da Alaçam Dağları önemli yükseltilerdir. Balıkesir çevresi kış dönemi kuzeyden gelen soğuk ve çok soğuk hava kütleleri ile Akdeniz üzerinden gelen nispeten ılık etki yapan hava kütlelerinin etkisi altında kalır. İlde bütün iklim elemanlarında olduğu gibi sıcaklık özellikleri de güneyden-kuzeye, batıdan-doğuya değişmektedir (Anonim, 2010f). Balıkesir'in 2009 yılı sonu itibarıyla toplam nüfusu 1 milyon 140 bin 85 kişidir.

İlin toplam yüzölçümü 1.452.814 ha'dır. İldeki tarım alanı toplam alanın %35'ini oluşturmaktadır ve bu alan 513.946 hektardır. Bu arazinin %16'sını zeytinlikler oluşturmaktadır. En fazla zeytin üretiminin gerçekleştiği ilçeler sırasıyla Edremit, Ayvalık, Gömeç, Burhaniye ve Havran'dır.

Şekil 4.1. Balıkesir ili Tarım Arazisi Dağılımı



2008 yılı ÇKS (Çiftçi Kayıt Sistemi) verilerine göre beyan edilen toplam alan 2.917.742 dekar olup başvuruda bulunan işletme sayısı ise 60.017' dir. Buna göre işletme başına ortalama arazi büyüklüğü 48,61 dekadır. İşletmelerin %69,3'ü küçük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır ve toplam alanın %66'sına sahiptirler (Anonim, 2010f).

Balıkesir'de 2000 yılında 10 milyon 651 bin olan ağaç sayısı 2009 yılında %4,9 oranında bir artışla 11 milyon 176 bine yükselmiştir.

Çizelge 4.1.1. Yıllar itibariyle Balıkesir ili zeytin alanı, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim

Yıllar	Ürün	Toplu Meyveliklerin Alanı (da)	Üretim (Ton)	Ağaç Başına Ortalama Verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
2000	Zeytin	782.130	299.801	29	10.363.150	287.715	10.650.865
2001	Zeytin	786.050	43.677	4	10.382.565	291.105	10.673.670
2002	Zeytin	786.600	191.885	18	10.382.515	352.755	10.735.270
2003	Zeytin	781.490	122.859	12	10.182.580	320.995	10.503.575
2004	Sofralık	73.930	19.418	13	1.485.130	212.459	1.697.589
	Yağlık	747.580	137.682	15	8.934.945	196.665	9.131.610
	Toplam	821.510	157.100		10.420.075	409.124	10.829.199
2005	Sofralık	73.750	23.103	16	1.483.445	220.994	1.704.439
	Yağlık	715.340	192.352	21	8.955.110	203.640	9.158.750
	Toplam	789.090	215.455		10.438.555	424.634	10.863.189
2006	Sofralık	116.016	32.541	16	2.096.860	254.205	2.351.065
	Yağlık	674.425	108.019	17	6.208.990	235.335	6.444.325
	Toplam	790.441	140.560		8.305.850	489.540	8.795.390
2007	Sofralık	119.503	23.199	11	2.126.745	278.930	2.405.675
	Yağlık	680.118	55.299	7	8.343.982	320.354	8.664.336
	Toplam	799.621	78.498		10.470.727	599.284	11.070.011
2008	Sofralık	124.213	29.084	13	2.202.090	300.660	2.502.750
	Yağlık	679.313	104.514	13	8.281.202	324.309	8.605.511
	Toplam	803.526	133.598		10.483.292	624.969	11.108.261
2009	Sofralık	125.806	25.873	12	2.230.885	304.916	2.535.801
	Yağlık	681.003	126.742	15	8.281.442	358.999	8.640.441
	Toplam	806.809	152.615		10.512.327	663.915	11.176.242

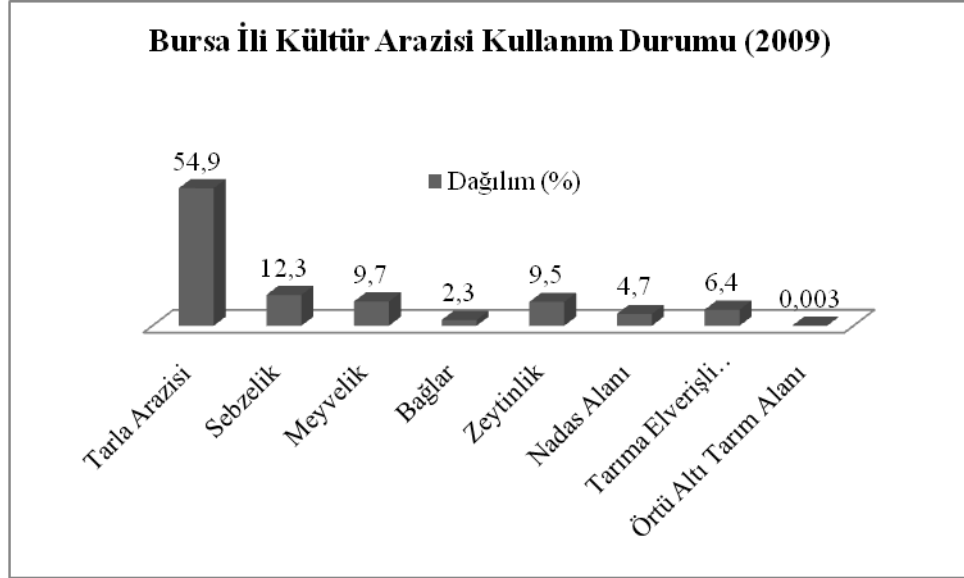
Kaynak: TÜİK, 2011. Bitkisel Üretim İstatistikleri Veritabanı, 03.08. 2010. Not:2009 verileri geçicidir.

4.2.Bursa

Marmara Bölgesinin güneyinde, 40° doğu boylam ve 28-30° kuzey enlemleri arasında yer alan Bursa, kuzeyde Marmara Denizi, Yalova ve İzmit, doğuda Bilecik ve Adapazarı, güneyde Kütahya ve batıda Balıkesir illeri ile çevrilidir. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerine göre ilin toplam nüfusu 2008 yılında 2.507.963 tür. İlin yüzölçümü 10.819,54 km²dir. Marmara Denizi kıyı şeridinde yer alan Bursa'da genellikle Akdeniz iklim özellikleri hakim olup, yazlar sıcak ve kurak, kışlar ılık ve yağışlıdır. Denizden uzaklaştıkça iç kısımlarda yarı karasal iklim görülmektedir. İklim şartlarına bağlı olarak hemen her türlü tarım ürünü yetiştirilmektedir. İlde sahil ve göller çevresinde sofralık zeytin ve üzüm ile iç

kesimlerde verimli ova topraklarında çeşitli sebze ve meyve, daha yüksek dağ ve yaylalardaki arazilerde patates ve çilek tarımı geniş yer tutmaktadır. Bursa toplam 1.081.954 hektar alana sahip olup, bunun 397.323 hektarını (%36,72) tarım yapılan kültür arazisi teşkil etmektedir. Bu arazinin kullanım durumu aşağıdaki gibidir.

Şekil 4.2. Bursa İli Kültür Arazisi Kullanım Durumu



2009 yılı ÇKS (Çiftçi Kayıt Sistemi) verilerine göre beyan edilen toplam alan 1.523.826,305 dekar olup başvuruda bulunan işletme sayısı ise 31.767' dir. Buna göre işletme başına ortalama arazi büyüklüğü 47,96 dekadır. İşletmelerin %69,3'ü küçük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır.

Bursa'da 2000 yılında 8 milyon 965 bin olan ağaç sayısı 2009 yılında %6,8 oranında bir artışla 9 milyon 579 bine yükselmiştir. Ağaç başına verim ortalama 10 kg civarındadır. En fazla sofralık zeytin üretiminin gerçekleştiği ilçeler sırasıyla Gemlik, Mudanya, Orhangazi ve İznik'tir.

Çizelge 4.2.1.Yıllar itibariyle Bursa ili zeytin alanları, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim

Yıllar	Ürün	Toplu Meyveliklerin Alanı (da)	Üretim (Ton)	Ağaç Başına Ortalama Verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
2000	Zeytin	346.400	90.421	11	8.258.550	707.250	8.965.800
2001	Zeytin	353.590	71.896	9	8.365.700	787.650	9.153.350
2002	Zeytin	360.050	84.345	10	8.501.300	1.241.350	9.742.650
2003	Zeytin	376.000	105.991	12	8.697.750	742.200	9.439.950
2004	Zeytin(Sofralık)	369.740	48.847	6	8.718.200	785.150	9.503.350
2005	Zeytin(Sofralık)	374.600	85.089	10	8.761.180	820.425	9.581.605
2006	Zeytin(Sofralık)	374.690	90.441	10	8.774.860	862.980	9.637.840
2007	Zeytin(Sofralık)	381.110	94.590	11	8.813.376	942.868	9.756.244
2008	Zeytin(Sofralık)	381.200	80.877	9	8.782.181	932.673	9.714.854
2009	Zeytin(Sofralık)	381.150	75.913	9	8.793.505	785.423	9.578.928

Kaynak: TÜİK, 2011. Bitkisel Üretim İstatistikleri Veritabanı ,03.08.2010. Not:2009 verileri geçicidir.

4.3.Çanakkale

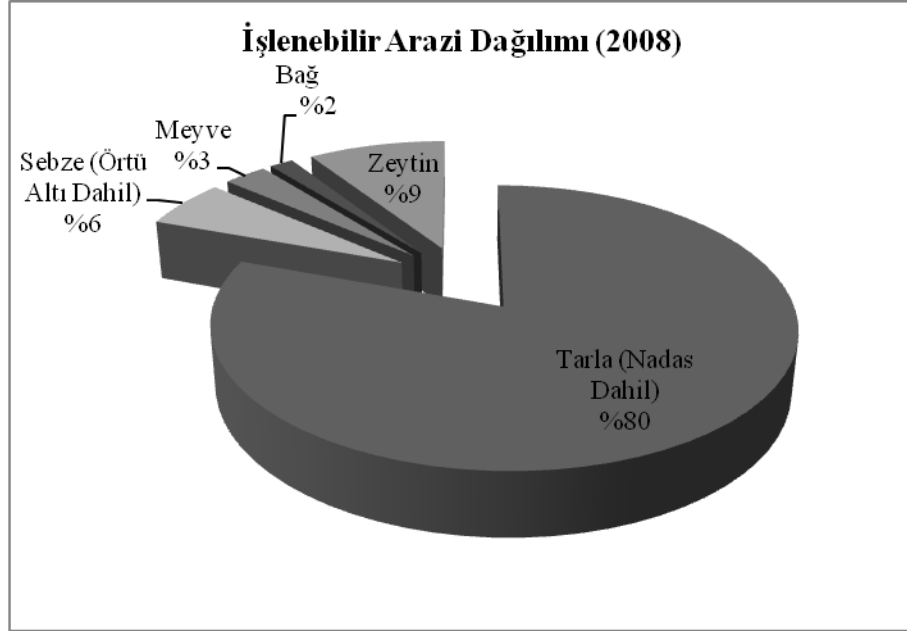
Çanakkale; Türkiye'nin Kuzeybatı yönüne düşen Balkan Yarımadasının Doğu Trakya topraklarına bağlanmış Gelibolu Yarımadası ile Anadolu'nun batı uzantısı olan Biga Yarımadası üzerinde toprakları bulunan bir ilimizdir. Coğrafi konum olarak 25 derece 35 dakika ve 27 derece 45 dakika doğu boylamları ile 39 derece 40 dakika ve 40 derece 45 dakika kuzey enlemleri arasında yer alır. Çanakkale ilinin toprakları büyük kısmıyla Marmara Bölgesi'nin Güney Marmara bölümüne, Edremit Körfezi Kıyısındaki küçük bir alanı ile de Ege Bölgesi'ne girer. Anadolu Yarımadası'nın en batı noktası Baba Burnu ile ülkemizin en batı noktası olan Gökçeada'daki Avlaka Burnu il sınırları içersindedir. İlin en yüksek yeri 1767 metre yükseklikle Kaz dağlarıdır. İlin toplam nüfusu 2008 yılı Adrese Dayalı Nüfus verilerine göre 474.791 kişidir.

Çanakkale ilinin iklimi genel karakterleriyle Akdeniz ve Karadeniz geçiş iklimi özelliğindedir.

Çanakkale ilinde 50.720 tarımsal işletme mevcut olup, işletme başına düşen arazi miktarı 65,12 dekadır. Ülkemizde işletme başına düşen arazi miktarı 60,9 dekadır. İldeki tarımsal işletmelerin dağılımı incelendiğinde; küçük ölçekli işletmelerin toplam tarımsal işletmeler içindeki payı %66,3' tür (33.654 işletme). Küçük ölçekli işletme başına düşen arazi miktarı 32,3 dekadır ve bu işletmeler toplam arazinin %33,0'ünü işlemektedirler.

Çanakkale ilinin yüzölçümü 993.300 hektar olup; ormanlık ve fundalık arazi %53.75, işlenebilir arazi %33,25, çayır ve mera arazisi ise %2,24 oranında pay almaktadır. Çanakkale ilinde işlenebilir arazinin ürün ve kullanım alanına göre dağılımı incelendiğinde; en büyük payı %80,5 ile tarla arazisi (nadas dahil) yer almaktadır. Bunu %9,2 ile zeytin arazisi ve %5,8 ile sebze arazisi (örtü altı dahil) izlemektedir (Anonim, 2010e).

Şekil 4.3.1.Çanakkale İli İşlenebilir Arazinin Dağılımı (2008)



Çanakkale’de zeytin 30.351 ha alan ile işlenebilir arazinin %9,2’lik kısmını oluşturmaktadır. Türkiye içindeki payı incelendiğinde; Türkiye zeytin alanı 753.000 hektardır (2007) ve Çanakkale 30.351 ha ile Türkiye’deki zeytin alanının %4,0’lük kısmını oluşturmaktadır. Çanakkale’de 2000 yılında 4 milyon 311 bin olan ağaç sayısı 2009 yılında %23,8 oranında bir artışla 5 milyon 337 bine yükselmiştir.

İlde sofralık ve yağlık zeytin tarımı yapılmaktadır. Meyve veren ağaç sayısının %93,4’ünü (4.122.666) yağlık zeytin çeşitleri, %6,6’sını (290.691) sofralık çeşitler oluşturmaktadır. Ağaç başına ortalama verim sofralık zeytinde 25 kg, yağlık zeytinde 23 kg’dır. 2008 yılında meyve veren ağaçlardan 7.297 ton sofralık zeytin, 95.837 ton da yağlık zeytin elde edilmiştir. Elde edilen bu yağlık zeytinlerden 19.966 ton zeytinyağı çıkarılmıştır.

İlçeler bazında işlenebilir arazi dağılımını zeytincilik açısından değerlendirdiğimizde; en büyük payı %36,8 ile Ezine ve %36,7 ile Ayvacık almaktadır. Bu iki ilçeyi %11,7 ile Bayramiç ve %5,1 ile Eceabat izlemektedir. En fazla zeytin üretim değerine sahip ilçeler sırasıyla Ayvacık, Ezine, Bayramiç ve Eceabat’ tır. Ezine ilçesinin en çok Geyikli bölgesinde Ayvacık ilçesinin ise en çok Küçükkuşu bölgesinde zeytin yetiştiriciliği yapılmaktadır. (Anonim, 2010e).

Çizelge 4.3.1.Yıllar itibariyle Çanakkale ili zeytin alanları, ağaç sayısı, üretim ve ağaç başına ortalama verim

Yıllar	Ürün	Toplu Meyveliklerin Alanı (da)	Üretim (Ton)	Ağaç Başına Ortalama Verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
2000	Zeytin	271.750	91.642	23	4.069.120	242.310	4.311.430
2001	Zeytin	272.590	29.959	7	4.071.650	259.040	4.330.690
2002	Zeytin	265.160	126.503	31	4.086.517	297.660	4.384.177
2003	Zeytin	267.100	49.894	13	3.718.844	316.573	4.035.417
2004	Sofralık	13.820	5.246	22	233.681	65.701	299.382
	Yağlık	254.830	77.250	20	3.845.022	265.688	4.110.710
	Toplam	268.650	82.496	42	4.078.703	331.389	4.410.092
2005	Sofralık	15.350	6.082	26	235.672	111.481	347.153
	Yağlık	261.600	98.946	26	3.804.070	424.306	4.228.876
	Toplam	276.950	105.028	52	4.039.742	536.287	4.576.029
2006	Sofralık	15.965	4.970	19	268.296	100.491	368.787
	Yağlık	278.453	79.741	20	4.010.806	385.806	4.396.494
	Toplam	294.418	84.711	39	4.279.102	486.179	4.765.281
2007	Sofralık	17.249	5.350	19	283.116	103.611	386.727
	Yağlık	284.072	53.635	13	4.106.511	472.313	4.578.824
	Toplam	301.321	58.985	32	4.389.627	575.924	4.965.551
2008	Sofralık	17.398	5.108	18	290.691	99.712	390.403
	Yağlık	286.112	58.895	14	4.122.666	504.878	4.627.544
	Toplam	303.510	64.003	32	4.413.357	604.590	5.017.947
2009	Sofralık	17.348	3.185	11	292.911	97.795	390.706
	Yağlık	298.471	50.648	12	4.174.706	771.578	4.946.284
	Toplam	315.819	53.833		4.467.617	869.373	5.336.990

Kaynak: TÜİK, 2011. Bitkisel Üretim İstatistikleri Veritabanı, 03.08.2011. Not:2009 verileri geçicidir.

4.4. Araştırma Alanı İçerisinde Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Bilgileri

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Sanayi Veritabanına göre Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsayan araştırma alanı içerisinde zeytin ve zeytinyağı sektörü ile ilgili 316 işletme yer almaktadır. Araştırma alanı içinde yer alan salamura zeytin (işlenmiş yeşil zeytin dahil) işletme sayısı 152'dir ve Türkiye salamura zeytin işletmeleri toplamı içerisindeki payı %33,8'dir. Zeytin ezmesi, haşhaş ezmesi işletme sayısı 12'dir Türkiye toplamı içindeki payı %21,4'tür. Ham zeytinyağı (natürel yağ) işletme sayısı 146'dır ve Türkiye ham zeytinyağı işletmeleri içindeki payı %23,5'tir. Rafine zeytinyağı sadece Balıkesir ilinde yer almaktadır (6 işletme) ve Türkiye toplamı içindeki payı %19,3'tür. Çizelge 4.4.1'de Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde zeytin ve zeytinyağı sektöründe faaliyet gösteren işletme sayıları yanında personel bilgileri ve üretim kapasitelerine yönelik bilgiler yer almaktadır. İşletmelerin personel sayıları dikkate alındığında salamura zeytin, ham zeytinyağı ve rafine zeytinyağı işletmeleri küçük ölçekli işletmelerden, zeytin ezmesi işletmeleri ise orta ölçekli işletmelerden oluştuğu görülmektedir.

Çizelge 4.4.1.Araştırma Alanı Sektörel Personel ve Kapasite Bilgileri

Sektörler	İl adı	Kayıtlı üretici	Personel Bilgileri						Üretim Kapasitesi Ton
			M	T	U	İ	İD	Toplam	
Salamura zeytin (işlenmiş yeşil zeytin dahil)	Balıkesir	60	93	55	73	1 325	203	1 749	114 993
	Bursa	90	92	21	52	807	193	1 165	712 284
	Çanakkale	2	2	1	2	11	2	18	*
	Toplam	152	187	77	127	2 143	398	2 932	827 277
	Türkiye Toplamı	449	481	155	471	5 788	913	7 808	1 525 860
Zeytin ezmesi, haşhaş ezmesi vb.	Balıkesir	1	14	17	7	252	46	336	*
	Bursa	11	18	9	14	247	36	324	2 857 680
	Çanakkale	-	-	-	-	-	-	-	-
	Toplam	12	32	26	21	499	82	660	2 857 680
	Türkiye Toplamı	56	73	43	81	917	165	1 279	11 669 927
Ham zeytinyağı (Natürel yağ)	Balıkesir	91	55	45	123	886	178	1 287	107 610
	Bursa	26	27	11	19	263	48	368	28 316
	Çanakkale	29	9	4	26	84	22	145	177 470
	Toplam	146	91	60	168	1 233	248	1 800	313 396
	Türkiye Toplamı	622	327	135	677	3 479	873	5 491	882 460
Rafine zeytinyağı	Balıkesir	6	20	6	47	152	38	263	176 020
	Bursa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Çanakkale	-	-	-	-	-	-	-	-
	Toplam	6	20	6	47	152	38	263	176 020
	Türkiye Toplamı	31	82	38	147	771	305	1 343	469 315

Kaynak: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Sanayi Veritabanı, 28.07.2010

M:Mühendis; T:Teknisyen; U:Usta; İ:İşçi; İD:İdari; *Kayıtlı üretici sayısı 3 ve daha az ise üretim kapasitesi bilgileri verilmemektedir.

5.KÜÇÜK VE ORTA ÖLÇEKLİ İŞLETMELER (KOBİ)

Küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) kavramı hemen hemen tüm ülkelerde kullanılan bir kavramdır. Kavramın ifade ettiği büyüklük; ekonomiye, sanayileşme düzeyine, pazarın büyüklüğüne, sektöre ve kullanılan üretim yöntemine bağlı olarak ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. İşletmelerin uluslar arası pazarlarda rekabet edebilme kapasitesi, iç piyasada var olabilmek için taşınması gereken asgari nitelikler ve ülkelerin destek uygulamalarına tahsis edecekleri kaynakların büyüklüğü bu tanımların sınırlarının çizilmesinde belirleyici olan başlıca unsurlardır. Ülkeler, KOBİ'lerin ekonomiye olan katkılarını artırmak için çeşitli politika ve programları uygulamaya koymakta, politika ve programların hedef kitlesini belirleyebilmek amacıyla da kendi KOBİ tanımlarını oluşturmaktadırlar (Cansız, 2008). Ülkeden ülkeye KOBİ tanımlamasında farklılık olduğu gibi ülke içerisindeki kurumlarda da KOBİ tanımlamasında bir karmaşıklık söz konusudur. KOBİ tanımlamaları işletmelerin ulusal ve uluslar arası düzeyde teşvik ve yardımlardan faydalanması açısından son derece önemlidir. Bir KOBİ'nin ulusal veya uluslar arası herhangi bir kurumdan yardım ve destek alması için o kurumun yapmış olduğu KOBİ tanımına uygun olması gerekmektedir (Durman ve Önder, 2007)

Ülkeler, KOBİ tanımlarını, politikaları ve kaynakları çerçevesinde sermaye büyüklüğü, işçi sayısı ve ciro gibi belirleyici unsurlardan bir ya da birkaçını kullanarak belirlemektedirler. Bazı ülkelerin tanımlarının nasıl belirlendiğine ilişkin ölçütler Çizelge 5.1'de verilmektedir. Çizelgede de görüldüğü gibi; tanım oluşturmada genel olarak gelişmiş ülkelerin, ciro, sermaye ve çalıştırılan işçi sayısı ölçütlerini birlikte kullanarak KOBİ tanımlarını oluşturdukları görülmektedir (Cansız, 2008).

Çizelge 5.1.Ülkelerin KOBİ Tanımlarını Belirlerken Dikkate Aldığı Ölçütler

Ölçütler			
Ülkeler	Sermaye	İşçi Sayısı	Ciro+Sermaye+İşçi Sayısı
	Bangladeş	Brezilya	AB
	Endonezya	Malezya	ABD
	Gana	OECD	Filipinler
	Hindistan	Tayland	Japonya
	Nepal		Peru
	Nijerya		Sudan
	Kenya		Türkiye
	Sri Lanka		Venezüella

Hemen her toplumda baskın olan benzerlik, küçük işletmelerin bağımsız kişilerin sahip olduğu, alanlarında diğer işletmelere göre hakim durumda bulunamayan işletmeler olduğudur. Bazı sektörlerde küçük işletmelerin tanımlandırılmasında satış miktarı veya

çalışan sayısı gibi ilave unsurlar da dikkate alınmaktadır. Tarım sektöründe küçük aile çiftlikleri, kasap, bakkal, özel ticari mallar satan işyerleri, perakende sektöründe muhtelif ticari mallar satan küçük perakendeci firmalar, kahvehane, restoran, eğlence sektöründeki tiyatro ve sinemalar küçük işletmelerin tipik örneklerindedir (Mirze, 2010).

5.1.Türkiye’de KOBİ Tanımı

Farklı ülkelerde ve iktisadi oluşumlarda bir takım kriterler göz önüne alınarak KOBİ'lere ilişkin çeşitli tanımlamalar getirilmiş, ancak tanımlama konusunda belli bir uzlaşmaya varılmamıştır. Ülkemizde ilk defa yasal KOBİ tanımı 3624 sayılı Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kuruluş Kanunu'nda yapılmıştır. Çeşitli kurum ve kuruluşların kendilerine özgü KOBİ tanımlarının kullanımı tanım kargaşasına yol açmış, tanım birliği sağlamak üzere 2002 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından çalışmalar başlatılmıştır. Tanım birliğini sağlamak ve KOBİ tanımını AB ile uyumlaştırmak amaçlarıyla yapılan çalışmalar 2005 yılında tamamlanmıştır (Anonim, 2010c). 08.01.1985 tarihli ve 3143 sayılı Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun'a aşağıdaki bir ek madde eklenerek küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin tanımlanmasına, niteliklerine, sınıflandırılmasına ve uygulamalarına ilişkin esaslar; net satış hâsılatları, mali bilanço tutarları ve çalışan sayıları dikkate alınarak Bakanlıkça hazırlanan ve Bakanlar Kurulu'nca yürürlüğe konulan yönetmelikle yapılacağı belirtilmiş, bu hükmün gereği olarak da “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik” 18 Kasım 2005 tarihli 25997 Resmî Gazete’de yayımlanarak 18 Mayıs 2006 tarihinde yürürlüğe girmiştir (Durman ve Önder, 2007).

KOBİ tanımı tüm kurum ve kuruluşlar için, tek bir tanım getirirken, daha önce sadece çalışan sayısı esas alınırken mali bilanço değeri, yıllık net satış hâsılatı, aidiet gibi kriterler de bir işletmenin tanımlanmasında dikkate alınmaya başlamıştır. Ayrıca, işletmenin ölçeğine üç yıllık bir dönemdeki veriler dikkate alınarak karar verileceği belirtilmiştir (Anonim, 2010i).

Çizelge 5.1.1. KOBİ Tanımı Yönetmeliğine Göre İşletmelerin Sınıflandırılması

Çalışan Sayısı	Ölçek	Mali Bilanço Değeri (YTL)	Yıllık Net Satış Hasılatı (YTL)
0-9	Mikro	1.000.000	1.000.000
10-49	Küçük	5.000.000	5.000.000
50-249	Orta	25.000.000	25.000.000
≥250	Büyük	≥25.000.000	≥25.000.000

Kaynak: DPT, 9. Kalkınma Planı, KOBİ ÖİK, 13.09.2011.

KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) desteklerinden faydalanmak isteyen işletmeler yukarıda belirtilen sınırlar

dahilinde kalmaları durumunda yani mikro ölçekli, küçük ölçekli, orta ölçekli işletme sınırları içerisinde olmaları gerekmektedir. İşletme sınıfları ve KOBİ özelliği tespit edilirken göz önüne alınan kriterlerden herhangi birini, birbirini izleyen iki hesap döneminde de yitiren veya aşan işletmeler buldukları sınıfı değiştirirler veya KOBİ vasfını kaybederler (Durman Önder, 2007).

Hazine Müsteşarlığı'nın verilerine göre; imalat sanayinde faaliyette bulunan ve yasal defter kayıtlarında, arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis, taşıt araç ve gereçleri, demirbaşlar vb. toplamının net tutarı 400.000 YTL'yi aşmayan; 1-9 işçi çalıştıran işletmeler çok küçük ölçekli, 10-49 işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 50-250 işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletmeler olarak tanımlanmaktadır. En fazla 400.000 YTL tutarında sabit yatırım harcaması yapan işletmelerin tüm yatırımları KOBİ kapsamında değerlendirilmektedir (Anonim, 2010b).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) da KOBİ tanımlamasını çalışan işçi sayısına göre yapmıştır. TÜİK'in yapmış olduğu KOBİ sınıflamasında işletmeler; çok küçük, küçük, orta ve büyük ölçekli olarak ayrılmıştır. İşçi istihdam etmeyen işletmeler çok küçük, 1 ila 49 arasında işçi çalıştıran işletmeler küçük ölçekli, 50 ila 99 arasında işçi çalıştıran işletmeler orta ölçekli, 100'den fazla işçi çalıştıran işletmeler büyük ölçekli işletmeler olarak tanımlanmıştır (Durman Önder, 2007).

KOBİ'lerin dış ticarete açılmalarında Dış Ticaret Müsteşarlığı çeşitli destekler sağlamaktadır. Para Kredi Koordinasyon Kurulu Tebliğine istinaden KOBİ'lere ihracatta devlet yardımları olarak isimlendirilen çeşitli teşvikler sağlanmaktadır. Bu açıdan Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yapmış olduğu tanımlama bu desteklerden faydalanacak olan firmaların belirlenmesinde çok önemlidir. Dış Ticaret Müsteşarlığının KOBİ tanımlamasında Hazine Müsteşarlığı ve TÜİK'in yapmış olduğu KOBİ tanımlamasından farklı olarak çalışan işçi sayısının yanında bilanço değeri de dikkate alınmaktadır (Durman Önder, 2007).

Dış Ticaret Müsteşarlığı tanımına göre, imalat sanayinde faaliyet gösteren, 1-200 işçi çalıştıran, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço net değeri itibariyle 2 milyon ABD doları karşılığı YTL'yi aşmayan işletmeler, KOBİ olarak tanımlanmaktadır (Anonim, 2010b).

Kurumlar arasındaki farklı uygulamalar çalışan sayısı açısından Çizelge 5.1.2'de değerlendirilmiştir. Çizelgede çalışan sayısı açısından en ayırıcı tanım Dış Ticaret Müsteşarlığı'nda görülmektedir. Mikro, küçük ve orta olarak ayırmaksızın 1-200 işçi çalıştıran işletmeleri KOBİ olarak kabul etmiştir.

Çizelge 5.1.2. Kurumlar Arasında Çalışan Sayısı Açısından KOBİ'lerin Değerlendirilmesi

Kurumlar	Çok küçük (Mikro) işletme	Küçük ölçekli işletme	Orta ölçekli işletme
Sanayi ve Ticaret Bakanlığı	0-9	10-49	50-249
Türkiye İstatistik Kurumu	İşçi istihdam etmeyen	50'den az	100'den az
Hazine Müsteşarlığı	1-9	10-49	50-250
Dış Ticaret Müsteşarlığı	1-200		

5.2.Diğer Ülkelerdeki KOBİ Tanımları

Türkiye'nin küreselleşen dünyadaki yeri ve Avrupa Birliği sürecinde, KOBİ'lerin diğer devletlerden ve uluslararası kurumlardan destek alması hem dış pazarlara açılması hem de dış finansman kaynağı sağlaması bakımından oldukça önemlidir. Bu nedenle Türkiye'deki KOBİ'lerin ilgili ülkelerin ve kurumların yapmış olduğu KOBİ tanımına uygun olmaları gerekmektedir (Durman Önder, 2007).

Çizelge 5.2.1.Çalışan Kişi Sayısına Göre Ülkelerin KOBİ Tanımları

Ülkeler	Çalışan Kişi Sayısı			
	Çok küçük (mikro) işletme	Küçük ölçekli işletme	Orta ölçekli işletme	Büyük ölçekli işletme
Türkiye	1-9	10-49	50-250	-
OECD Ülkeleri	1-9	10-99	100-499	500'den fazla
Fransa	-	1-99	100-249	250'den fazla
İngiltere	Sektörlere göre tanımlama yapılmıştır			
ABD	-	20-499	500-1499	1500'den fazla
İtalya	1-19	20-99	100-250	250'den fazla
Japonya	Sektörlere göre tanımlama yapılmıştır			
Malezya	-	1-49	50-199	200'den fazla
Avrupa Birliği	1-9	10-49	50-249	

OECD ülkelerinde, Fransa'da ve İtalya'da KOBİ tanımlaması da firmada çalışan işçi sayısına göre yapılmıştır. İngiltere KOBİ tanımlamasını sektörlere göre ayrı ayrı yapmıştır. İngiltere'de imalat sanayinde faaliyet gösteren bir firmanın KOBİ olarak sayılabilmesi için 20'den fazla çalışanın olmaması, inşaat sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın KOBİ olarak sayılabilmesi için 25'den fazla çalışanın olmaması, madencilik sektöründe faaliyet gösteren bir firmanın da yine KOBİ olarak sayılabilmesi için 25'den fazla çalışanın olmaması gerekmektedir. Perakende ve toptan ticaret ile uğraşan firmaların KOBİ olarak

tanımlanmasında yıllık cirolar değerlendirmeye alınmaktadır. Perakende sektöründe faaliyet gösteren firmaların yıllık satış cirosu 50 bin Pound'u geçmemesi, toptan ticaret alanında faaliyet gösteren firmaların ise yıllık satış cirosu 200 bin Pound'u geçmemesi gerekmektedir.

ABD'nin KOBİ tanımı Amerikan kongresinin 1953'de çıkarmış olduğu küçük işletme kanunundaki tanıma dayanmaktadır. Kanundaki bu tanıma göre "Küçük işletme, bağımsız olarak sahip olunan ve işletilen ayrıca faaliyet alanında hakim gücü olmayan bir işletme" olarak tanımlanmıştır. Bu kriter temel bir dayanaktır. Bu temel kritere bağlı olarak ABD'de de çalışan kişi sayısına göre işletme sınıflandırılması yapılmıştır. ABD'deki bu sınıflandırma Tablo ..'de gösterilmiştir. 1 ila 499 arasında işçi çalıştıran firmalar küçük ölçekli, 500 ila 1499 arasında işçi çalıştıran firmalar orta ölçekli, 1500'den fazla çalışanı olan firmalar büyük ölçekli firma olarak tanımlanmıştır (Durman Önder, 2007).

ABD'de ki KOBİ tanımında kullanılan çalışan işçi kıstası diğer ülkelerinkinden daha büyük aralıktadır. Bu sınıflandırma ABD'nin ekonomik yapısına uygun olarak yapılmıştır. Japonya'nın KOBİ tanımlamasında iki kriter kullanılmaktadır. Bu kriterler; çalışan kişi sayısı ile sermaye tutarıdır. Bu kriterler sektörler için ayrı ayrı belirlenmiştir. İmalat sanayinde faaliyet gösteren firmaların KOBİ tanımlamasına uyabilmeleri için 300'den fazla çalışanı ve 100 milyon Yen'den fazla sermayesi olmaması, hizmetler sektöründe faaliyet gösteren firmaların ise 50 kişiden fazla çalışanı 10 milyon Yen'den fazla sermayesi olmaması, ticaret sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin KOBİ olarak sayılabilmesi içinde 100 kişiden fazla çalışanı ve 30 milyon Yen'den fazla sermayesinin olmaması gerekmektedir.

Avrupa Birliği'nin KOBİ tanımı firmaları çalışan sayısı, yıllık ciro veya bilanço değeri ve bağımsızlık kriterlerine göre sınıflandırmaktadır. AB'nin yapmış olduğu KOBİ sınıflandırmasında temel kriter bağımsızlıktır. Bağımsızlık kriterine göre işletmenin KOBİ olarak sayılabilmesi için, firmanın hissesinin %25'in üzerinde başka firmalara ait olmaması gerekmektedir. Bu temel kriterden başka çalışan sayıları ve bilanço değerlerine göre KOBİ sınıflandırması şöyledir; 10 kişiden az işçi çalıştıran firmalar çok küçük ölçekli, 10 ila 49 arasında işçi çalıştıran ve yıllık satış cirosu 5 milyon Euro veya sabit sermaye tutarı 7 milyon Euro olan firmalar küçük ölçekli, 50 ila 249 arasında işçi çalıştıran ve yıllık satış cirosu 40 milyon Euro'yu, veya sabit sermaye tutarı 27 milyon Euro'yu aşmayan firmalar orta ölçekli firmalar olarak tanımlanmıştır (Durman Önder, 2007).

5.3.Türkiye'de KOBİ'lerin Gelişimi

5.3.1.Cumhuriyet Öncesi Dönem: KOBİ'lerin Temelleri

Ekonomik açıdan Türkiye'de 19. yüzyıl öncesi döneme dair çok fazla bilgi mevcut değildir. Eldeki sınırlı verilere bakıldığında, 19. yüzyılda Sanayi Devrimi ortaya çıkana kadar, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de ekonominin esas olarak tarımsal faaliyetlere dayalı olduğu görülmektedir. 16., 17. ve 18. yüzyıllar boyunca Osmanlı ekonomisinin % 90'ını kırsal kesimde yaşayanlarca gerçekleştirilen tarım ve hayvancılık faaliyetleri oluşturmaktadır. Bu dönemde, yalnızca % 10'luk bir kesim kentlerde yaşamakta ve çeşitli zanaatlarla ve tarım dışı diğer faaliyetlerde bulunmaktadır. Üretimi gerçekleştiren bu kesimin yanında bir grup insan da ticaret işleriyle uğraşmaktadır. Ekonomik dinamizmin temel kaynağı olan KOBİ'ler Türkiye ekonomisinde her zaman var olmakla birlikte, KOBİ'lerin ülkemizde önem kazanması 1980'lerden sonradır. Geçmişe baktığımızda, KOBİ'lerin 1950'li yıllara kadar genelde durağan bir yapıya sahip olduğu, tüketicinin taleplerine ancak cevap verebildiği gözlenmektedir. Daha sonra, KOBİ'leri geliştirecek ve güçlendirecek yeterlikte politikaların olmadığı uzunca bir dönem yaşanmıştır. 1980'lerden sonra, özellikle de AB'ye uyum çalışmalarının başladığı son zamanlarda KOBİ'lerin küresel dünyada ve rekabet ekonomilerinde sahip oldukları önemin farkına varılmıştır. Ne var ki, gelişmiş ülkelerde olduğu gibi yeterli düzeyde bir desteğin henüz KOBİ'lere verilemediği de bir gerçektir (Anonim, 2008a).

5.3.2.Cumhuriyet Dönemi KOBİ'lerin Gelişimi

Yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti, gelişmiş bir sanayiye ve çok sayıda işletmeye dayalı bir ekonomik yapıyı miras olarak devralmamıştır. Sanayi Devrimi'nden sonra Batı'da gerçekleştirilen ve bu ülkelerle aramızdaki farkı hızlı bir şekilde artıran ekonomik gelişme ve kalkınma süreci, çeşitli nedenlerle Osmanlı döneminde yeterli düzeyde yakalanamamıştır. Cumhuriyet döneminde girişimciliğin ve KOBİ'lerin gelişimini üç dönemde ele almak uygundur. Bunlar; 1923-1950 Dönemi, 1950-1980 Dönemi ve 1980 Sonrası Dönem'dir.

5.3.2.1.1923-1950 Dönemi

Türkiye Cumhuriyeti, kuruluşundan itibaren önce piyasa ekonomisi, sonra devletçilik, daha sonra planlı karma ekonomi ve sonunda da özelleştirme ile sosyal piyasa ekonomisine geçiş çabalarında bulunmuş bir ülkedir. Genç Cumhuriyetin ilk döneminde kısa bir piyasa ekonomisi deneyiminin ardından, 1929'da dünyada yaşanan büyük bir ekonomik bunalımın etkisiyle Avrupa'da ve ABD'de olduğu gibi ülkemiz ekonomisinde de devletçilik hakim olmuştur. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde yeterli sermayeye, bilgi ve teşebbüs ruhuna sahip olunamamasından dolayı, ekonomide devletin öncülüğüne gereksinim duyulmuş; devlet, mal

ve hizmetlerin üretimini kendisi üstlenmiştir. Yatırımlar için sermaye birikiminin yetersiz olması, devasa altyapı yatırımları ihtiyacı ve bunların ancak devlet eliyle yapılabileceği gerçeği, büyük ve orta ölçekli sanayi işletmelerinin kurulması/işletilmesi için gereken tecrübenin (özel sektörde) bulunmayışı gibi sebepler, devleti ekonominin içine sokmuş, 1933 ve 1935 Sanayi Planları'nın uygulanmasıyla kurulan İktisadi Devlet Teşekkülleri'nin ekonomi içindeki payı artmıştır (Anonim, 2008a).

5.3.2.2.1950-1980 Dönemi

1950 sonrasında ise özel sektör eliyle kalkınma tercihi yapılarak müteşebbis yaratma ve mevcutları destekleme politikası takip edilmiş, bunların teşviki bir ideolojik tercih olarak da algılanmıştır. Bu dönemde, gösterilen çabaların sonucu olarak bir Türk girişimciler grubunun oluştuğu gözlenmiştir. Ancak, bunların hem sayısı hem de nitelikleri henüz istenilen düzeyde değildir. Ülkemizde girişimciliğin ve KOBİ'lerin gerçek anlamda önemsenmeye başlanması, 1980'li yıllardan itibaren başlamıştır. 24 Ocak 1980 Kararları'yla birlikte yapısal bir dönüşüm başlatan Türkiye, bu tarihten itibaren piyasa ekonomisini tercih etmiş, bu tercihin bir gereği olarak girişimciliği ve girişimcileri öne çıkartmıştır. 24 Ocak 1980 Kararları ile Türkiye de dünyadaki genel gidişe uygun politikaları benimsemeye başlamış, dönemin en belirleyici uygulaması olan özelleştirme uygulamalarına yönelen az sayıda ülke arasında yer almıştır. Ülkemizde tarım sektörünün payı azalsa, sanayi ve özellikle hizmetler sektörlerinin payı giderek yükselse de, toplumumuz tarım toplumu özellikleri sergilemekten henüz tam anlamıyla kurtulamamıştır ((Anonim, 2008a).. Çizelge 5.3.2.2.1'de ekonomik faaliyet kollarına göre istihdam edilenlerin oranları incelendiğinde; 2009 itibariyle hizmetler sektörünün %50, sanayi sektörünün %25,3 ve tarım sektörünün de %24,7'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Tarımda çalışan nüfusun oranı 2004 yılında %29,1 iken, yıllar itibariyle azalarak 2008'de %23,7'ye düşmüştür. Böyle bir yapıda, sanayi ve hizmetler sektörlerinde faaliyette bulunan KOBİ'lerin, ülkenin kalkınması ve büyümesi açısından, daha fazla desteklenmelerinin ve geliştirilmelerinin ne kadar önemli olduğu açıktır.

Çizelge. 5.3.2.2.1.Ekonomik Faaliyetlere Göre İstihdam Edilenlerin Oranı (2004-2009)

Ekonomik Faaliyetler	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Tarım	29,1	25,7	24,0	23,5	23,7	24,7
Sanayi	24,9	26,3	26,8	26,7	26,8	25,3
Hizmetler	46,0	48,0	49,2	49,8	49,5	50,0
Toplam	100	100	100	100	100	100

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, 2010.

5.4.Kalkınma Planları ve KOBİ'ler

Türkiye'de Planlı Kalkınma dönemi 1962 yılından itibaren başlamıştır. Bu dönem, devletin özel sektör için yol gösterici, kamu kesimi için nispeten bağlayıcı, genellikle 5 yıllık süreler şeklinde "Kalkınma Planları"nı hazırladığı ve uyguladığı dönemdir. Devletin ekonomideki ağırlığı, özel sektörün teşvikiyle dengelenmeye çalışılmış, bize özgü bir "karma ekonomik sistem" benimsenmiştir. Kalkınma Planlarına, KOBİ'lerle ilgili getirdiği belli başlı düzenlemeler açısından kısaca bakılacak olursa; Birinci Beş Yıllık Plan döneminden Dokuzuncu Kalkınma Planı'na kadar olan dönemde, esnaf ve sanatkarlar ile küçük sanayici olarak ifade edilen KOBİ'lere yönelik çeşitli düzenlemelere yer verilmiştir. Kalkınma planlarında öngörülen çeşitli yasal düzenlemelerin ve kuruluşların, daha sonraki yıllar içerisinde gerçekleştirilmesine yönelik politikalar oluşturulmuştur. Her bir plan dönemini çok kısa bir şekilde ifade edecek bazı gelişmeleri şu şekilde özetlemek mümkündür:

Öncelikle, Birinci Beş Yıllık Plan'da (1962-67) KOBİ'lerin Sanayi Bakanlığı'nın sorumluluğu altında olduğu ifade edilmiş; İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1968-72) KOBİ'lere yönelik olarak KÜSGEM (Küçük Sanayi Geliştirme Merkezi) tesis edilmiştir. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında (1973-78) KOBİ'lere yönelik finansman, eğitim ve teknik danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılacağı öngörülmüştür. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1979-84) KÜSGET (Küçük Sanayi Geliştirme Teşkilatı) kurulmuş; Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (1986-90) KOBİ'lerin önemli altyapı sorunlarını ortadan kaldıran Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri'nin kurulmasını teşvik edecek düzenlemelerin gerçekleştirileceğine yer verilmiştir. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1990-94) KOBİ'lere yönelik faaliyetler daha da genişletilerek, onların her açıdan destekleyecek (eğitim, finansman, teknoloji, altyapı, organizasyon vb.) ve sorunlarını çözecek bir takım tedbirlere yönelinmiştir. Ayrıca Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)'nin oluşturulmasına karar verilmiştir.

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1996-2000), KOBİ'lere verilen önemi belirtmek üzere, 1996 yılı "KOBİ Yılı" olarak ilan edilmiş, KOBİ'lerin proje, finansman, organizasyon ve teknoloji alanlarında desteklenmesi, girişimcilik eğitimi verilmesi bu Plan'da da yer almıştır. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (2001-05) KOBİ'lere yönelik destek ve teşvikler ve bu amaçla gerçekleştirilen düzenlemeler daha da genişletilmiş, KOBİ'ler Kredi Garanti Fonu, Risk Sermayesi, Finansman Yatırım Ortaklığı, Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı gibi modern finansman araçları ve kurumlarıyla desteklenmiştir (İTO, 2008). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (2007-13) ise, özellikle KOBİ'lerin rekabet güçlerini artırıcı ve ihracat olanaklarını genişletici şekilde düzenlemelere yer verilmiş, ancak bu planda KOBİ'lere özel bir bölüm ayrılmamıştır ancak KOBİ'lere yönelik bir Özel İhtisas Komisyon Raporu hazırlanmıştır (Anonim, 2010i).

5.5.KOBİ'lerin Ülke Ekonomileri İçindeki Yeri ve Önemi

KOBİ'lerin ekonomiye katkılarını beş ana başlıkta toplayabiliriz. Bunlar; istihdam yaratması, esneklikleri sayesinde yeniliklere hızla uyum sağlaması, girişimciliği teşvik etmeleri, ürün farklılaştırmasını sağlamaları ve büyük işletmelerin ara malı gereksinimlerini karşılamalarıdır.

Avrupa Birliği'nin 1995'teki toplam 16 milyon 350 bin firma sayısının %99,78'si KOBİ'lerdir. 101 milyon 350 bin olan toplam istihdamın da %71,48'i KOBİ'ler aracılığıyla sağlanmaktadır. AB'deki KOBİ'ler firma başına 6 kişi istihdam edebilmektedir. Bu sayı ülkemizde 2 ila 3 kişi arasında değişmektedir (Durman ve Önder, 2007).

Türkiye'nin de içinde yer aldığı coğrafya olarak Doğu Avrupa ve Orta Asya Bölgesinde bin kişi için 15-16 mikro işletme sayılırken AB'nin ana gövdesini oluşturan batı Avrupa için 50'nin üzerinde mikro işletme sayısı verilmektedir. Kesin olarak saptanamayan tahmini rakamlara göre, sadece 23 milyonu Avrupa'da yerleşik olan ancak küresel boyutta 500 milyon mikro işletme bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerdeki toplam işletmelerin %80'i mikro işletmelerdir. AB ülkelerinde 1990-2001 yılları arasında KOBİ'ler net olarak 8 milyon yeni istihdam imkanı yaratan tek kaynak olmuşlardır (Sirkeci, 2010)

AB 27'de finansal hizmetlerin dışında endüstri, inşaat sektörü, malların üreticiden tüketiciye ulaşmasında rol olan büyük ve küçük tüm işletmeler, hizmetler olarak tanımlanan iş ekonomisinde 2006 yılında 20.2 milyon girişimin varlığı tahmin edilmiştir. İmalatçı girişimler, İmalat sanayi girişimcileri AB 27 reel sektör iş ekonomisinde % 11,50 oranında pay almış; bu ekonomiye ilave 1712 milyon avro değer kazandırmış ve 34.4 milyon kişiye de istihdam sağlamıştır. Küçük ve orta ölçekli işletmeler (250 den az kişi çalıştıran) reel sektörde iş gücünün %67,4'ünü sağlamakta ve katma değerinin %56,9'unu gerçekleştirmektedirler.

Mikro işletmeler (10 kişiden az kişi çalıştıran) büyük işletmeler gibi birçok insana istihdam sağlamada özellikle önemli rol oynarlar (Eurostat, 2010).

Bütün ülkelerde KOBİ'lerin toplam işletmeler içindeki payı aşağı yukarı aynı düzeylerde olmakla birlikte, verimlilikleri ve ekonomiye katkıları ülkemizden farklı bir durumdadır. Çizelge de çeşitli ülkelerin ekonomilerinde KOBİ'lerin yeri gösterilmektedir. KOBİ'lerin toplam istihdamdaki payı İngiltere hariç seçilmiş ülkelerde %50 ve üzerinde seyretmektedir. KOBİ'lere verilen kredi oranı Hindistan, İngiltere ve Almanya haricinde %35'in üzerindedir. Seçili ülkelerde küçük işletmelerin ihracattaki payları ise %20,2 ile %40 arasında değişmektedir.

Çizelge 5.5.1. Çeşitli Ülkelerde Küçük İşletmelerle İlgili Ekonomik Göstergeler

	A.B.D	Alm.	Jap.	İng.	G.Kore	Fra.	İta.	Hin.	Tür.
Küçük İşletmelerin Toplam İşletmelere Oranı	97,2	99,8	99,4	96,0	97,8	99,9	97,0	98,6	98,8
Küçük İşletmelerde İstihdam Oranı	50,4	64,0	81,4	36,0	61,9	49,4	56,0	63,2	45,6
Küçük İşletmelerin Yatırım Payı	38,0	44,0	40,0	29,5	35,7	45,0	36,9	27,8	6,5
Küçük İşletmelerin Üretim Payı	36,2	49,0	52,0	25,1	34,5	54,0	53,0	50,0	37,7
Küçük İşletmelerin İhracat Payı	32,0	31,1	38,0	22,2	20,2	23,0	-	40,0	8,0
Küçük İşletmelere Verilen Kredi Payı	42,7	35,0	50,0	27,2	46,8	48,0	-	15,3	9,0

Kaynak: Durman ve Önder,2007, Sirkeci, 2010.

Dünya ekonomisinde mevcut firmaların %95'ini oluşturduğu tahmin edilen KOBİ'lerin önemi bütün dünya tarafından kabul edilmiştir. KOBİ'lerin geliştirilmesi ve dış pazarlara açılabilmesi için bütün ülkeler KOBİ'leri yoğun bir şekilde desteklemektedir (Durman ve Önder, 2007)

AB üyesi ülkelerde benimsenen neo-liberal ekonomi politikaların da etkisi ve yürürlüğe sokulması ile gerek kamu sektöründe, gerekse büyük sanayi ve ticaret sektörlerinde yeni istihdam olanaklarının şimdi ve yakın bir gelecekte mümkün olamayacağı anlaşılınca mevcut üretim faktörlerinin, yine mevcut oto dinamikler ile üretime sokulması arayışları hız kazanmıştır. Bu araştırma ve çabalar yaşlı ama tecrübeli boşa olan ya da işsiz kalacak, eğitilmiş insan faktörünün, emek gücünün üretimde daha aktif olarak sürece dahil edilmesinin ancak onun daha yoğun olarak bireysel katılımı ile mümkün olacağı sonucuna varılmıştır. Avrupa Komisyonu 25 Haziran 2008 tarihli kararı ile "AB için Küçük İşletmeler Yasası"nı (A Small Business Act for Europe-SBE) duyurmuş ve üye ülke hükümetlerine uygulamaya dönüştürmek amacıyla onayına sunmuştur. Bu yasa ile Avrupa Komisyonu geleceğe dönük, uzun vadeli KOBİ vizyonunu belirlemiş bulunmaktadır. Bu 10 temel ilke ile çerçevesi

belirlenen yol gösterici mahiyetteki sosyal ağırlıklı ekonomi politika ile aile işletmelerinin ve mikro girişimlerin sayısı artırılabilecek, yeni kurulacaklarla birlikte mevcut işletmelerin üretim kapasitelerini artırıp geliştirerek daha yüksek kapasitelerle, verimli çalışma ortamı bulabilmeleri sağlanacaktır. Yasanın uygulanabilmesi ve sonuçta öngörülen amaçlara ulaşabilmek için risk alabilecek bireysel girişimlerin desteklenerek teşvik edilebilmesinin en geniş olanakları sağlanacaktır. Politikacıların, medyanın, tüm danışmanlık ve teşvik kuruluşlarının adeta bir seferberlik halinde “Önce Küçük Düşün” felsefesi ile hareket etmeleri ve bu felsefeyi rehber edinmiş bir girişimcilik ruhu benimseyip yaygınlaştırmaları amaçlanmaktadır (Sirkeci, 2010)

Ekonomik kalkınmada KOBİ’lerin rekabet gücünün yükseltilmesi, anahtar etkenlerdendir. Ekonominin yanında sosyal kalkınmada da KOBİ’lerin önemi yadsınamaz boyuttadır. Ülkemizdeki KOBİ’ler geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel farklılıkların giderilmesinde, mülkiyetin geniş tabana yayılmasında, istihdam yaratılmasında ve özellikle demokratik yaşamın desteklenmesinde de büyük bir önem taşırlar. Türkiye’de 1963’ten beri uygulanan beş yıllık kalkınma planı dönemlerinde “sanayiye dayalı büyüme” temel amaç olmuştur. Öte yandan benimsenen sanayileşme stratejileri ve uygulanan ekonomi politikaları 1980 yılı öncesi ve sonrasında büyük farklılıklar arz etmiştir. 1980 yılına kadar benimsenen sanayi politikasında ithal ikamesi esas iken, 1980 yılından sonra ihracata yönelik sanayileşme ve serbest piyasa ekonomisi ilkelerinin geliştirilmesi benimsenmiştir. Bu yönde kaydedilen gelişme 2001 krizi ile kesintiye uğramış ancak, krizin ardından başlayan iyileşme ile birlikte, 2002 yılından itibaren imalat sanayi yatırımında, üretiminde ve ihracatında önemli artışlar yaşanmıştır. 1980 yılından itibaren gerçekleştirilen reformlar, özel sektörün dinamizminin artırılmasına önemli katkı sağlamış ve Türkiye ekonomisinin iç ve dış etkilere karşı uyum yeteneğini artırmıştır. Böylece son yıllardaki endüstriyel büyümenin kaynağını özel sektörün yatırımları ve dinamizmi oluşturmuştur. Reel sektör adı da verilen özel sektör içinde KOBİ’ler önemli bir yer tutmaktadır (Anonim, 2010c).

Ülkemizde, KOBİ’ler tüm işletmelerin %99,9’unu, istihdamın %81,48’ini oluştururken, KOBİ’lerin yatırımlardaki payı %26,5, üretimdeki payı %38 ve ihracattaki payı ise %16,0’da kalmaktadır.

Çizelge 5.5.2. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisi İçindeki Payı

Göstergeler	2002 Yılı Göstergeleri (%)
KOBİ'lerin Toplam İşletmelere Oranı*	99,90
KOBİ'lerde İstihdam Oranı*	81,48
KOBİ'lerin Yatırımlardaki Payı**	26,50
KOBİ'lerin Üretimdeki Payı**	38,00
KOBİ'lerin Toplam Kredilerden Aldıkları Pay***	25,00
KOBİ'lerin İhracattaki Payı****	16,00

Kaynak:Anonim, 2010c. *TÜİK (2002), **DPT(2002),

BDDK (2007), *KOSGEB (Tahmin 2006)

Ekonomideki yerini giderek artan bir önemle korumakta olan KOBİ'ler ekonominin temelini oluşturmayı sürdürmektedir. TÜİK'in 2002 yılı Genel Sanayi ve İşyeri Sayımına (GSİS) göre toplam KOBİ sayısı 1.880.879 olup, imalat sanayinde faaliyet gösteren KOBİ sayısı ise 272.513'tür.

Gelişen ve kalkınan bir ekonomiye sahip ülkemizde de; daha az yatırımla daha çok kişiye istihdam sağlayan, makro ekonomik dalgalanmalardan daha az etkilenen, talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine daha kolay uyum sağlayabilen, teknolojik yeniliklere ve inovasyona daha yatkın olan, bölgeler arası dengeli gelişmeye büyük katkısı olan, büyük işletmelerin vazgeçilmez destekleyicisi ve tamamlayıcısı olan, istihdam ve üretime katkıları ile KOBİ'ler ekonominin omurgasını oluşturmaktadır (Anonim, 2010c).

5.6.İmalat Sanayinde KOBİ'ler

İmalat sanayi işletmelerinin sayısı ve istihdamdaki payı açısından ölçeksel dağılımı ülke bazında Çizelge 5.6.1.'de verilmiştir. Pek çok ülkede mikro ölçekli işletmelerin sayısal oranı yaklaşık % 80 iken, İrlanda'da % 40, Almanya'da % 60 seviyesindedir. Öte yandan 250+ işçi çalıştıran büyük ölçekli işletmelerin sayısal oranı %2 civarında iken istihdamdaki payı % 40 seviyesindedir.

İşletme sayısı ve istihdam oranının ölçeksel dağılımı, ülkelere göre değişiklikler göstermektedir. Ülkelerin çoğunda 1-9 işçi çalıştıran mikro ölçekli işletmelerin sayısal oranı %70-%80 aralığında değişirken, ülkemizde bu oran %89,73 ve istihdamdaki payları %27,6'dır. Mikro ölçekli işletmelerin sektörel dağılımına bakıldığında gelişmiş ülkelerde orta ve ileri düzey teknoloji kullanan işletmelerin ağırlıkta olduğu, ülkemizde ise orta düzey ve eski teknoloji kullanan işletmelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Çizelge 5.6.1. İmalat Sanayinde İşletmelerin ve İstihdamın Ölçeksel Dağılımı

Ülkeler	1-9 Çalışan		10-49 Çalışan		50-249 çalışan		250+ Çalışan	
	İşletme sayısı (%)	İstihdam (%)	İşletme sayısı (%)	İstihdam (%)	İşletme sayısı (%)	İstihdam (%)	İşletme sayısı (%)	İstihdam (%)
Türkiye	89.73	27.6	8.24	20.9	1.66	34.9	0.37	30.5
Avustralya	72.6	14.1	21.8	20.5	4.1	17.8	1.5	47.7
Avusturya	71.0	10.3	21.8	18.9	5.5	26.9	1.6	43.8
Belçika	79.4	11.6	15.5	18.9	4.1	23.8	1.0	45.8
Çek Cumh.	89.2	14.2	7.6	15.6	2.6	25.5	0.7	44.7
Danimarka	71.4	7.4	21.1	18.9	6.0	26.3	1.5	47.4
Finlandiya	84.0	9.0	11.4	14.8	3.6	22.5	1.0	53.7
Fransa	81.6	12.0	14.0	19.0	3.4	22.3	0.9	46.7
Almanya	62.1	6.7	27.3	14.5	8.4	23.7	2.2	55.1
Yunanistan	-	-	79.4	26.6	17.1	34.0	3.5	39.5
Macaristan	87.2	16.1	9.4	16.5	2.7	23.2	0.8	44.2
İrlanda	39.0	4.4	42.0	19.2	15.2	32.3	3.8	44.2
İtalya	83.4	25.5	14.4	31.0	1.9	20.8	0.3	22.8
Japonya	50.9	10.8	39.2	28.4	8.5	29.9	1.4	30.9
Kore	88.6	42.9	8.3	20.7	2.9	23.2	0.2	13.3
Hollanda	74.7	9.9	18.9	23.3	5.2	30.6	1.2	36.2
Norveç	60.6	8.7	29.4	22.9	7.6	28.3	1.7	40.1
Polonya	89.7	19.4	6.5	12.8	3.0	27.9	0.8	39.9
Portekiz	78.9	18.9	16.7	28.1	3.9	29.3	0.5	23.7
İspanya	78.4	19.2	18.4	31.9	2.8	22.6	0.5	26.2
İsveç	85.4	11.1	10.8	15.2	3.0	20.7	0.8	53.0
İngiltere	71.7	10.1	21.0	18.8	5.9	25.8	1.5	45.3

Kaynak: DPT, 9. Kalkınma Planı (2007-2013) KOBİ ÖİK, 13.09.2010.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2002 yılında yapılan Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı (GSİS) sonuçlarına göre ülkemizde 1.720.598 işletme bulunmakta olup, sektörel dağılımı Çizelge 5.6.2.'de verilmiştir. Çizelgede, imalat sanayi sektörünün toplam işletme sayısının %14,35'ini oluşturduğu, ticaret işletmelerinin ise %46,19 ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İmalat sanayinde çalışanların sayısı 2.043.815 olup toplam çalışan sayısına oranı %32,6'dır. İmalat sanayisinin işletme sayısı ticaret sektörünün üçte biri kadar olmasına rağmen, istihdamdaki payı ticaret sektörüyle hemen hemen aynıdır (Anonim, 2010i).

Çizelge 5.6.2. Türkiye’de İşletmelerin Sektörel Dağılımı

Sektörler	İşyeri Sayısı	Oran (%)	Çalışan Sayısı	Oran (%)
Ticaret	794.715	46,19	2.048.264	32,38
İmalat	246.899	14,35	2.043.815	32,31
Ulaştırma, Depolama, Haberleşme	244.490	14,21	500.104	7,91
Otel ve lokantalar	163.112	9,48	526.845	8,33
Diğer Hizmet Faaliyetleri	90.919	5,28	213.400	3,37
Gayrimenkul, Kiralama ve İş Faaliyetleri	90.473	5,26	325.697	5,15
İnşaat	35.702	2,07	229.400	3,63
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	31.546	1,83	99.966	1,58
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	13.538	0,79	123.178	1,95
Eğitim Hizmetleri	5.692	0,33	76.435	1,21
Madencilik ve Taşocakçılığı	1.809	0,11	80.341	1,27
Elektrik, Gaz, Su Dağıtımı	1.703	0,10	57.591	0,91
Toplam	1.720.598	100,00	6.325.036	100,00

Kaynak: DPT, 9. Kalkınma Planı (2007-2013) KOBİ ÖİK, 13.09.2010.

Çizelge 5.6.3.’te görüldüğü gibi, imalat sanayi içerisinde yer alan ve zeytin ve zeytinyağı sektörünü içinde barındıran Gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayi 27.781 işletme ile %11,25’lik bir orana sahiptir ve diğer alt sektörler içerisinde 4. sıraya sahiptir. Bu sektörün imalat sanayi içinde yarattığı istihdam 257,037 ve aldığı pay da %12.41’dir. Diğer alt sektörler içerisinde yarattığı istihdam açısından 3. sıradadır (Anonim, 2010i).

Çizelge 5.6.3.İmalat Sanayi Alt Sektörlerine İşletmelerin Dağılımı

Faaliyet Adı	İşletme Sayısı	Oran (%)	İstihdam	Oran (%)
Makine ve teçhizatı hariç; metal eşya sanayi	33.304	13,49	137.163	6,62
Mobilya imalatı; B.Y.S. diğer imalat	31.695	12,84	115.200	5,56
Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi vb.	31.592	12,80	302.219	14,59
Gıda ürünleri ve içecek imalatı	27.781	11,25	257.037	12,41
Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç)	26.861	10,88	78.120	3,77
Tekstil ürünleri imalatı	20.432	8,28	400.026	19,31
B.Y.S. Makine ve teçhizat imalatı	17.643	7,15	139.525	6,73
Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	11.130	4,51	131.485	6,35
Basım ve yayım; plak, kaset v.b.	8.706	3,53	7.852	0,38
Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı	7.950	3,22	83.746	4,04
Derinin tabaklanması, işlenmesi, saraçiyeye ,vb	6.592	2,67	47.687	2,30
Ana metal sanayii	5.616	2,27	75.467	3,64
B.Y.S. elektrikli makine ve cihazların imalatı	4.026	1,63	37.764	1,82
Motorlu kara taşıtı, römork vb. İmalatı	3.798	1,54	84.171	4,06
Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	3.786	1,53	76.497	3,69
Tıbbi aletler,hassas ve optik aletler ile saat imalatı	2.044	0,83	16.729	0,81
Kağıt ve kağıt ürünleri imalatı	1.954	0,79	35.680	1,72
Diğer ulaşım araçlarının imalatı	923	0,37	13.052	0,63
Radyo, tv, haberleşme vb. cihazların imalatı	527	0,21	11.955	1,82
Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri imalatı	368	0,15	2.524	0,12
Geri Dönüşüm	73	0,03	949	0,05
Kok kömürü, rafine ürünleri, nükleer yakıt imalatı	67	0,03	6.173	0,30
Tütün ürünleri imalatı	31	0,01	10.834	0,52
Toplam	246.899	100	2.071.855	100

Kaynak: DPT, 9. Kalkınma Planı (2007-2013) KOBİ ÖİK, 13.09.2010.

Avrupa’da (EU-25) gıda ve içecek endüstrisi 2005 yılında yıllık kazanç bakımından en büyük sektör olmuştur. Sektör içerisinde çalışan yaklaşık 282.600 firmanın %99’u küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. AB’nin gıda ve içecek hattının %90’ını bu küçük şirketler üretmektedir. Gerçekte, Avrupa gıda firmalarının çoğunluğu, 9 ve daha az kişi çalıştıran mikro (%78,9), ya da 10 ile 39 arasında işçi çalıştıran küçük işletmelerdir (%16,6) (Anonim, 2007).

Ülkemizde imalat sanayi işletmelerinin ölçeksel dağılımı ise Çizelge 5.6.4’te verilmiş olup, imalat sanayi işletmelerinin % 90’a yakını, sadece işletme sahibinin çalıştığı veya 1-9 işçi çalıştıran mikro ölçekli işletmelerdir. 100-150, 151-250 ve 250+ çalışan aralıklarının her birinde işletme sayısı 1.000’den daha azdır (Anonim, 2010i).

Çizelge 5.6.4.İmalat Sanayi İşletmelerinin Ölçeksel Dağılımı

Çalışan Sayısı	İşletme Sayısı	Oran (%)
Sadece İşletme Sahibi	1.509	0,61
1 – 9	220.030	89,12
10 – 49	20.325	8,24
50 – 99	2.453	0,99
100 – 150	946	0,38
151 – 250	719	0,29
250 +	917	0,37
Toplam	246.899	100,00

Kaynak: DPT, 9. Kalkınma Planı (2007-2013) KOBİ ÖİK, 13.09.2010.

5.6.1.Türkiye’de Gıda Sanayi

Gıda sanayi, tarımdan sağladığı bitkisel ve hayvansal hammaddeyi, uyguladığı bir veya daha fazla işleme, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren bir imalat sanayi koludur. Tarımsal üretimin mevsime ve yöreye bağlı değişkenliğine karşılık gıda gereksiniminin sürekliliği, çabuk bozulma eğilimindeki tarımsal ürünlere belirli işleme ve muhafaza yöntemlerinin uygulanmasını zorunlu kılmakta ve bu işlevi gıda sanayi yerine getirmektedir. Uluslar arası gıda sanayi sınıflandırma (ISIC-3) sistemine göre gıda sanayi; et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, su ürünleri mamulleri, tahıl ve nişasta mamulleri, meyve ve sebze işleme, bitkisel yağ ve mamulleri, şeker ve şekerli mamuller, yem sanayi olmak üzere sekiz alt sektörden oluşmaktadır. Gıda sanayi; tarımsal üretimin değerlendirilmesi ve halkın dengeli beslenmesi yanında katma değer yaratarak, istihdamı artırarak ve döviz girdisi sağlayarak da ulusal ekonomiye katkıda bulunmaktadır (Ekşi ve ark., 2005).

İnsan ihtiyaçlarının karşılanmasında ilk sırada yer alan gıda sektörü, son yıllarda gerçekleşen küresel piyasa istikrarsızlıkları, ekonomik kriz, hayvan hastalıkları ve iklim değişimlerinden olumsuz etkilenmiştir. Dünya nüfusunun 2005 yılında 6.5 milyar iken,

2050'ye kadar 9.2 milyara çıkmasının beklenmesi, gıda arzı yetersizliği endişelerini artırmaya başlamıştır. FAO raporlarına göre 2007'de yetersiz beslenme koşullarında yaşayan insan sayısı 923 milyondur. 2004 yılında bu rakam 824 milyon civarındayken 3 yılda %7 oranında artmıştır. Bu durumda 9 milyardan fazla nüfusu açlık olmadan beslemek için küresel gıda üretiminin 2050'ye kadar ikiye katlanması gerekmektedir. Böylece küresel gıda kaynaklarının sürdürülebilirliği, iklim değişiklikleri ile mücadele, yenilenebilir kaynak üretimi ve gıda güvenliği gibi konuların önemi giderek artmaktadır (Anonim, 2008b).

Türkiye'de artan nüfusun yeterli, dengeli ve sağlıklı beslenmesi, tarımsal üretimin uygun şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Tarımsal üretimin artan oranda sanayide değerlendirilerek tüketiciye sunulması için gıda sanayinin yapısının sağlıklı şekilde geliştiği ve sorunlarının çözüldüğü bir ortamın varlığı önemli görülmektedir. Ülkemizde sanayileşme yolunda atılan adımların başlangıcında, gıda sanayi işletmeleri önemli yer almıştır. Ayrıca, Türkiye'de sanayileşme hareketinin ivme kazanmasını sağlayan gıda sanayi, kalkınma planları ve yıllık programlardaki hedefler doğrultusunda gelişme göstermiş, kamu kimliğinden zaman içerisinde sıyrılarak özel kesim ağırlıklı bir yapı haline gelmiş, verimlilik ve karlılığın önem kazandığı bir ortamda ekonominin önemli bir sektörü olmuştur.

Çeşitli kayıt ve kaynaklara göre gıda alanında faaliyet gösteren işyeri sayısı farklılık göstermektedir. Ancak, gıda sanayi, tarıma dayalı bir sanayi dalı olarak Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. DPT verilerine göre imalat sanayi içinde gıda sanayi, üretim değeri olarak %18-20'lik paya sahiptir. Türkiye'de gıda sanayinde alt sektörler açısından sayısal dağılıma bakıldığında; sanayinin %65'ini un ve unlu mamuller, %11'ini süt ve süt mamulleri %12'sini meyve-sebze işleme, %3,5'ini bitkisel yağ ve margarin, %3'ünü şekerli mamuller, %1'ini et mamulleri ve %4,5'luk kısmını tasnif dışı gıdalar, alkolsüz içecekler, su ürünleri sanayi oluşturmaktadır. Un ve unlu mamuller, süt ve mamulleri, meyve-sebze işleme gibi alt sektörlerdeki oranların yüksek olması, halkın tüketim alışkanlıklarının yanı sıra gelişmiş teknoloji uygulamayan (değirmen, mandıra, zeytin salamura işleme v.b.) işletmelerin sayısal fazlalığından da kaynaklanmaktadır.

Genelde küçük ve orta ölçekli işletmeler olarak faaliyetlerine devam eden gıda işletmeleri, mülkiyet yapısı açısından daha çok özel sektör kuruluşları niteliğindedir. Özellikle et, süt, yem gibi sanayilerde yaşanan özelleştirme ile günümüzde şeker ve çay hariç tamamıyla sektörde özel kesimin hakim olduğu söylenebilir.

Ülkemizde gıda sanayinde yıllık ortalama kapasite kullanım oranı (KKO) 2004 yılı TÜİK verilerine göre %71'dir. Yıllar itibariyle değişiklik göstermekle birlikte genel eğilim olarak KKO %70'ler civarındadır. İşletme sayılarının fazla olduğu et ve süt işleme, un ve bitkisel

yağlar gibi sektörlerde kapasite kullanımı %50'nin altında kalmaktadır. Bitkisel yağlar alt sektörü içerisinde yer alan zeytinyağında kuruluş kapasitesi 300 bin ton/yıl iken kapasite kullanım oranı %15-70 arasında değişmektedir. Kapasite kullanımının düşük olmasında, mevsimsel dalgalanmalara bağlı kullanım dışı kalan kapasiteler, ihracata yönelik gelişme politikası paralelinde yeni, ancak uzun vadeli ve istikrarlı olmayan ihracat pazarlarına yönelmesi, alt sektörlerin önemli bir kısmında, işlenen ürün miktarının yıllara göre değişiklik göstermesi ve bazı alt sektörlerde uygun hammadde teminindeki güçlükler etkili olmaktadır (Anonim, 2010d).

Türkiye'de ihracat potansiyeli açısından gıda ürünleri (tarım, hayvancılık ve işlenmiş gıda maddeleri) ortalama %20'lik payla önemli bir yer tutmaktadır. Uluslararası pazarda önemli bir üretici konumundaki Türkiye'nin, ürün çeşitlendirilmesi yoluyla ihracat potansiyelini daha da artırılabilmesi mümkündür. Bu durum rekabette avantajlar yaratmaktadır. Bilindiği üzere, Türkiye'de gıda sanayi işletmelerinin sayıca %95'ini küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ)'ler oluşturmaktadır. Bu durum karşısında gıda sektörünün, yeni koşullara uyum sağlayarak uluslararası pazarda varlığını koruyabilmesi, Avrupa standartlarında üretim, ambalajlama, depolama, dağıtım ve kalite kontrolü yapmasına bağlıdır. Sektörde ekonomik ölçeğe sahip işletmeler üretimde bulunmakla birlikte, bunların sayısı azdır. Gıda işletmelerinin büyük çoğunluğu küçük ölçeklidir ve rekabet güçleri zayıftır. Türkiye'de gıda sanayinin yapısı ve 1995-2003 yılları arasındaki rekabet gücü, var olduğuna inanılan potansiyeli ortaya çıkartmaktan uzaktır. Bunun sağlanması için sektörde büyük çoğunluğu oluşturan KOBİ'lerde yapısal değişimin sağlanması temel koşuldur (Anonoim, 2010d)

Gıda sektörü kuruluşundan bu yana önemli yapısal değişimler yaşamaktadır. Sözleşmeli tarıma yönelme, kalite sistemlerinin yaygınlaşması, teknolojinin yenilenmesi, ürün çeşitliliğinin artması, firma evlilikleri ve yeni pazarlama tekniklerinin yaygınlaşması bunların başlıcalarıdır. Ancak bu değişimlerle sağlanan gelişmelerin rekabet gücüne yansımaya bakıldığında yeterli olmadığı bir gerçektir. Yapısal değişimlerin hızlandırılması için; tarım ve gıda sektörü entegrasyonunun yaygınlaştırıcı, hammadde üretimini arttırıcı ve çeşitlendirici, gıda kontrol uygulamalarını etkinleştirici, hileli rekabeti önleyici ve yaratıcı rekabeti geliştirici, KOBİ'leri teknolojik yenilenme, kalite sistemleri, ürün geliştirme ve pazarlama teknikleri açısından güçlendirici bir politika izlenmesi zorunludur (Ekşi ve ark., 2005).

5.6.1.1. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı İşletmeleri

5.6.1.1.1. Sofralık Zeytin İşletmeleri

Sofralık zeytin, kültüre alınmış zeytin ağacı çeşitlerinin işlenebilecek olgunlukta hasat edilen temiz sağlam meyvelerinin belirli teknik usullerle acılığı giderilip, izin verilen katkı maddeleri ile veya sade olarak hazırlanıp yeme olgunluğu kazandırılmış zeytin daneleridir. Sofralık çeşitlerin çoğunluğu Ege ve Marmara bölgesinde toplanmıştır (Çetin ve Budak, 2000).

Var yok yılları ortalamasına göre üretilen toplam zeytinin yaklaşık %30’u sofralık işlenmek üzere ayrılmaktadır. Dolayısıyla sofralığa ayrılan miktar o yılın dane üretimi ile doğrudan ilişkilidir. Üretilen sofralık zeytinin %85’i siyah, %15’i yeşil ve rengi dönük olarak işlenmektedir. Türkiye’de -var yok yılları ortalaması olarak- 150 bin ton sofralık zeytin üretilmektedir. Bu miktar yok yıllarında 75 bin tona düşebildiği gibi, var yıllarında 225 bin tona da çıkabilmektedir (Anonim, 2006b).

Ülkemizde sofralık zeytin salamuracılığının tarihi çok eskidir. 1950’li yılların sonuna kadar tesisler küçük ve yetersiz teknik özelliklerden uzak aile işletmeciliği şeklinde faaliyet göstermiştir. 1980’li yıllardan itibaren büyük ve modern işletme bilinci uyanmış olmasına rağmen, gelişmeler yavaş seyretmiştir. 1980’li yıllardan sonra açılan dış pazarların etkisiyle küçük ve teknik özelliklere sahip olmayan işletmeler, büyük kapasiteli ve güncel teknikleri kullanmaya başlayan işletmelere dönüşmeye başlamıştır. Ancak bu gelişme ülke potansiyeliyle orantılı olarak yeterli değildir. Sofralık zeytin işleme sektörü kamu (vakıflar), kooperatifler (Marmarabirlik, Tariş, Köy kalkınma) ve özel işletmelerden oluşmaktadır (Çetin ve Budak, 2000).

Ülkemizde sofralık zeytin işletmelerinin temelini, küçük kapasiteli çok sayıda aile işletmeleri oluşturmaktadır. Alt yapının yetersizliği, istenilen kalitede üretim yapılmasını ve verimliliği sınırlamaktadır. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı gıda sicil verilerine göre ülkemizde sofralık zeytin işleyen 823 adet tesis bulunmaktadır. Bu tesislerde üretilen toplam 3721 ürün çeşidi için üretim izin sertifikası düzenlenmiştir (Anonim, 2008c).

Sofralık zeytin işletmelerimizin kapasitesi küçük ve altyapı olarak birçok sorunları vardır. Son yıllardaki gelişmelere rağmen mevcut işletmelerin büyük bir kısmının mutlaka tekrar elden geçirilerek yeni teknolojilerin kullanılabilceği bir altyapıya ulaşması gereklidir. Bu konuda yapılan girişimler sektörün sahip olduğu önemin çok altındadır. Sofralık zeytin işletmelerinden teknolojiyi kullanan büyük işletmelerin yanında merdiven altı tabir edilen çok sayıda işletme vardır. Bu işletmeler zeytinin değerlendirilmesinde birçok hatalar yapmakta, sağlıklı zeytinler piyasaya sürülmektedir. Sağlıksız koşullarda zeytin işledikleri için zeytinin

bozulmasını önlemek için yüksek oranda tuz kullanılması da zeytinin kalitesini ve organoleptik özelliklerini bozmaktadır. İşletmelerdeki fermantasyon tanklarının büyük çoğunluğunun beton havuzdan yapılmış olması da bu tip işletmelerde yeşil zeytinin işlenmesini engellemektedir. Beton havuz yerine gıda muhafazasına uygun plastik veya polyester tanklarda zeytinin işlenmesi gerekir. Zeytinin kaliteli ve üniform bir yapıda piyasaya arzı açısından boylama ve ayıklama makinelerine ihtiyaç vardır (Tetik, 2006).

Bursa'da daha geniş olarak Marmara Bölgesinde yetiştirilen zeytinlerin tamamına yakını salamuraya işlenmekte, yalnızca salamuralık değeri olmayan, dip ve elek zeytinleri yağa işlenerek değerlendirilmektedir. Ülkemiz zeytin ağacı sayısı ve üretim miktarı bakımından dünya ülkeleri arasında başta yer almakla birlikte, ürünün değerlendirilmesinde uygulanan yöntemler, genelde eski teknolojilere dayalı, temizlik koşullarından yoksun ve standart değildir. Bu da ürünün değerini bulmasını, dış pazara açılmayı engellemekte ve tüketimde düşük düzeylerde kalmasına neden olmaktadır. Sektör istenilen gelişmeyi gösterememiş ve istenilen sanayileşme kriterini de tamamlayamamıştır (Korukluoğlu, 2006).

Sektörde yeni kurulacak modern tesislerle yeni teknoloji transfer edecek firmalara kolaylık sağlanmalı ve yüksek işleme kapasiteli, üretim çeşitliliği olan işletmelerin yeni yatırımları teşvik edilmelidir.

Sektördeki işletmeler yeterli sermaye birikimine sahip olmadıklarından sektörün yapısal gelişimini büyük ölçüde engellemektedirler. Üretimden pazarlamaya kadar olan zincir içerisinde birçok sorun esas olarak altyapı yetersizliğinden kaynaklanmaktadır. Sofralık zeytin üretiminde kaliteli ve sağlıklı hammadde temini de büyük önem taşımaktadır. Ancak kısmen bilgi eksikliği kısmen de ekonomik yetersizliklere bağlı olarak özellikle sulama ve zirai mücadelenin gereğince yapılamaması yanı sıra ürünün uygun zaman ve yöntemle hasat edilememesi, depolama ve nakliyedeki yanlışlıklar salamuraya uygun hammadde temininde önemli sıkıntılar yaratmaktadır (Çetin ve Budak, 2000).

Sofralık zeytin sektöründe toplam kurulu kapasite 450 bin ton civarındadır ve bunun %40-50'si kullanılmaktadır. Yaklaşık 8 bin adet sofralık zeytin işleyen işletme mevcuttur. Kurulu kapasitenin önemli bir kısmı Ege Bölgesi'ndedir (%61,1). Diğer yandan Marmara Bölgesi %33,3, Akdeniz ve Güneydoğu %5,3, Karadeniz Bölgesi %0,2'sini oluşturmaktadır. Sofralık zeytin işletmelerinin kapasite olarak dağılımına bakıldığında yoğunluğun küçük işletmelerde olduğu görülmektedir. 0-25 ton kapasitede sofralık zeytin işleyen işletmelerin oranı %40'tır. Bu durum merdivenaltı olarak da tabir edilen kayıtdışı ve üretim izni olmayan işletmelerin yoğunlukta olduğu anlamına gelmektedir. Diğer yandan 150 ton ve üzeri tonajda çalışan sofralık zeytin işletmelerinin oranı ise %9 civarındadır (Özışık, 2010).

5.6.1.1.2.Zeytinyağı İşletmeleri

Zeytinyağı sektörü; zeytin ağacının meyvesi olan zeytin danesinin normal iriliğini aldığı ve yağ teşekkülünün en yüksek seviyeye ulaştığı dönemde hasat edilerek çeşitli fiziksel metotlarla yağın çıkarılmasını sağlayan sektör olarak tarif edilmektedir. Bu sektörde zeytinyağı ile beraber yan ürün olarak prina (küspe), prina yağı ve karasu elde edilmektedir. Sektörde tarımsal bir ürün olan zeytin danesi hammadde olarak işlendiği için aynı zamanda sanayi sektörünün tarıma dayalı bölümünü teşkil etmektedir. Türkiye'deki zeytinyağı sanayisinde mevcut durumu inceleyecek olursak, çeşitli ölçeklerde olmak üzere 950 civarında zeytinyağı fabrikasının bulunduğu, üretim kapasitesinin 304.000 tonu aştığı tahmin edilmektedir. Modern sistemle (santrifüjlemeye dayalı) işleyen (üç fazlı) kontinü zeytinyağı fabrikalarının sayısı son yıllarda (1990'lı yıllardan sonra) önemli oranlarda artışlar meydana gelmiştir. 1982 yılında 1 adet olan kontinü fabrika sayısının günümüzde 500'ü aştığı ifade edilmektedir.

Klasik sistem olarak tanımlanan sulu pres (yaklaşık 500 adet) ve kuru (süper) pres (yaklaşık 100 adet) sayılarında azalma görülmektedir (Çizelge 5.6.1.1.2.1.). Çizelge 5.6.1.1.2.1.'in incelenmesinde de açıkça görüleceği üzere klasik sistem olarak adlandırılan hidrolik (sulu pres) ve süper (kuru sistem) preslerin sayısının 1990'lardan itibaren azalmaya başladığı, üç fazlı kontinü sistemlerin ise sürekli bir artışa geçtiğidir. Duyusal açıdan en kaliteli naturel zeytinyağını sağlayan ve (perkolasyon yüzey gerilimi) esasına göre çalışan Sinolea'dan (Rapanelli firmasının tescilli yöntemidir) ülkemizde 6-7 adet bulunmaktadır. Bunların çoğu Ege Bölgesindedir. Üretimdeki yoğunluğa bağlı olarak fabrikaların %50'si İzmir, Aydın ve Balıkesir illerinde yoğunlaşmıştır. 2000'li yılların başlarından itibaren de Türkiye'deki üç fazlı kontinü zeytinyağı fabrikalarının hemen hemen tamamı iki fazlı sistem (ekolojik makine ve çevre dostu olarak anılan) düzene geçilebilecek şekilde dizayn edilmişlerdir. Zeytin üretimindeki periyodisite nedeniyle "çok ürün" yıllarında kapasite yetersizliği, "az ürün" yıllarında ise atıl kapasite ortaya çıkmaktadır. Genelde kapasite kullanımı %50 civarındadır (Öztürk ve ark., 2009; Özışık, 2010).

Ülkemizde gıda sanayinde yıllar itibariyle değişiklik göstermekle birlikte kapasite kullanım oranı %70'ler civarındadır. Zeytinyağı işletmelerinde kapasite kullanımı zeytinde görülen periyodisite (var yılı-yok yılı) nedeniyle bu ortalamanın altındadır.

Çizelge 5.6.1.1.2.1. Türkiye Zeytinyağı Fabrika Sayısı ve Kurulu Kapasiteleri

Yıllar	Kurulu Kapasite (1.000 ton)	Kapasite Kullanım Oranı (%)	Klasik Sistemler (Sayı)		Modern Sistem Kontinü (Sayı)	Fabrika Sayısı (adet)
			Hidrolik Pres (sulu)	Süper Pres (kuru)		
1982/83	204.7	78.2	1 235	220	1	1 000
1992/93	225.6	24.8	900	200	150	935
1993/94	231.6	20.7	875	180	175	920
1994/95	243.0	65.8	825	155	220	900
1995/96	251.3	17.9	820	150	240	925
1996/97	292.8	68.3	675	130	375	940
1997/98	300.0	13.3	650	120	400	945
1998/99	303.6	56.0	600	110	425	950
1999/00	304.0	23.0	590	105	430	950
2000/01	317.6	63.3	585	105	460	960
2001/02	331.5	19.6	583	103	490	980
2002/03	343.0	51.0	580	102	515	1 005
Ort.	279.1	41.8				

Kaynak: Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, Ekonomi ve İstatistik Şubesi, Bornova/İzmir

Zeytinyağı sektörü farklı işleme tesislerden oluşmaktadır. Entegre tesislerin yanı sıra sadece zeytin sıkım tesisleri, rafine yağ üretim tesisleri, yağ dolum tesisleri ve sadece yağ alım satımını gerçekleştiren tedarikçiler sektörde yer almaktadır. Zeytinyağı genelde üreticide ve yağ komisyoncularında, uygun olmayan koşullarda depolanarak fiyat, arz ve talep gibi unsurların oluşmasından sonra sanayiye gönderilmektedir.

İlgili kurum ve kuruluşlarda zeytinyağı sektöründeki işletme sayısı ve kapasiteleri konusunda farklı rakamlar bulunmaktadır. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yem ve Gıda Bilgi Sisteminde (YEGBİS) kayıtlarına göre zeytinyağı işleyen (işleme-paketleme) 481 adet işyerine gıda sicili, 1794 ürüne üretim izni verilmiştir.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından hazırlanan“Gıda Güvenliği Bilgi Sistemi” projesi faaliyete geçtiğinde sektör ve alt sektörlerle ait işletme sayısı, kurulu kapasite miktarı ve üretim miktarları gibi verilere güncel ve hızlı bir şekilde ulaşılabilecektir (Anonim, 2008c).

5.6.1.2.Diğer Ülkelerde Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü

-İspanya

İspanya 2.513.400 hektarlık zeytin arazisine sahiptir. Bu alanın 90,800 hektarı (%3,75) sofralık zeytin üretimi için kullanılmaktadır. Sonraki toplam arazinin %77'si Andalucia bölgesinde ve onu izleyen %22'lik bir alan da Extremadura bölgesindedir.

İspanya sofralık zeytinde dünyanın en büyük üreticisidir. 2007/2008 sezonunda 556,160 ton üretim gerçekleşmiştir. Endüstrisi Andalucia'da (Endülüs) yerleşmiş ve İspanya toplam üretiminin %79'u yani 437,083 tonu bu bölgede gerçekleştirilmektedir. Bu en yüksek üretimi 325,607 tonla Sevilla, 58,738 tonla Cordoba ve 46,066 tonla Malaga eyaletleri izlemektedir. Extremadura'da endüstri tabanlı 107,773 ton zeytin üretilmiş, yani ulusal toplamın %19'u gerçekleştirilmiştir

İspanya Zeytinyağı Ajansı (AAO) verilerine göre, 2007/2008 sezonunda zeytini işleyen 421 şirket vardır. Bunların coğrafi dağılımı; Andalucia %54,6, Extremadura %20,4 ve Aragon %9'dur. Eyalet itibariyle Seville'de 151, Badajoz'da 63, Cordoba'da 33, Malaga'da 31, Terual'de 26, Caceres'de 23, Zaragoza'da 12 ve Tarragona'da 9 işletme bulunmaktadır. Bu sezonda 224 paketleme şirketi de faaliyet göstermektedir. Paketleme şirketlerinin coğrafi dağılımına bakıldığında; Anadalucia'da %47,3'ü, Extremadura'da %13,8'i ve Aragon'da %10,7'si yer almaktadır.

Sofralık zeytin sektörü İspanya'nın üretim ve ihracat hacmiyle dünya lideri olduğu ve birçok iş yaratması sebebiyle İspanya gıda endüstrisinin anahtar sektörüdür. Sektör ulusal çapta gıda sektörünün %22'sini ifade etmektedir. Endüstrinin bu kısmı direkt olarak 7500 iş yaratmaktadır. Ağaçların yetiştirilmesi ve hasatta çalışanlar için de iş sahası olmaktadır. Buna ilaveten cam, teneke, karton, makine, taşımacılık gibi yardımcı şirketler ve endüstriler de sektör için iş yaratmada yardımcıdırlar.

İspanya zeytinde dünya pazarının başlıca lideridir. Sofralık zeytini 120'den fazla ülkeye ihraç etmektedir. Başlıca ülkeler ABD (%25), Rusya (%11), İtalya (%10), Fransa (%8), Almanya (%6,5), Portekiz, Suudi Arabistan ve İngiltere'dir (%3,5) (Anonim, 2010 l).

-İtalya

İtalya zeytinyağı sektöründe üretim ağı yaklaşık 900 bin bireysel üretici ya da üretici gurubu, 10 bin yağhane ve 30 rafineriden oluşmaktadır. Dağıtım seviyesinde, 650 şişleyici/paketleyici ve 250 ticari marka ile hemen hemen ülkenin tamamına yayılmıştır. Rafine sektörü hariç; sektörde bazı ticari birleşmeler mevcuttur. İtalya'da üretim ve dağıtım sistemi küçük ve orta ölçekli işletmelerin öncü egemenliğinde ve çok parçalıdır. Bu KOBİ'ler;

girişimciliklerini, fiziki ve insan kaynaklarını yılların tecrübesiyle etkili bir biçimde yönetmeleri ve bunu pazarlama stratejilerine başarılı bir biçimde adapte etmeleri sayesinde büyük markalar karşısında ayakta kalmaktadırlar. KOBİ'ler, uluslar arası ya da yerel pazarlarda işletmeleri aracılığıyla sektörün gelişimi ekonomisi için kritik bir öneme sahiptirler (Leone, 1992).

İtalya'da zeytinyağı 2 milyondan fazla çiftlik ve 6000 yağhane ile faaliyet göstermekte ve bu işletmelerin %75'i İtalya'nın güneyinde yer almaktadır (Viesca ve ark., 2005)

-Yunanistan

Yunanistan'da tarımsal gıda işleme endüstrisi %90'ı 10 kişiden daha az işçiye sahip çok sayıda küçük işletmelerle karakterize edilir. Bu işletmeler düşük üretim kapasitesi ve yerel dağıtım ağına sahiptirler. Son yıllarda çok sayıdaki küçük ölçekli işleme birimlerinde azalmalar görülmektedir. Bunun nedenlerinde biri; 1992'de pazarın açılmasını izleyen ithal mallarından dolayı rekabetin artması, diğer neden yerellik, küçük ölçekli işletmelerin ürün farklılaştırma stratejileri yoluyla tüketici bağlılığını kazanmaları ve markalarının ulusallığını destekleyen büyük firmalarla rekabet için mücadele etmek zorunda kalmalarıdır (Lamprinopoulou ve ark., 2006).

Yunanistan'da zeytin değirmenleri (yağhane) geçen 10 yıl içerisinde dikkate değer bir modernizasyona maruz kalmışlardır. Eski değirmenler kapatılmış, modern yağ çıkarma teknolojileriyle yer değiştirmiştir. Yağhanelerin %20'si kooperatiflerin, geri kalanı özel sektöründür. Özel sektördeki yağhaneler genellikle küçük aile işletmelerininindir ve uzman personel (1-2) ve 3-4 uzman olmayan işçi çalışmaktadır. Yağhaneler Yunanistan'ın tamamına yayılmıştır. Peloponnese'de 263 adet ve Girit'te 248 adet yağhane bulunmaktadır. Zeytinyağı sektöründe büyük ölçekli işleme ve dağıtım firmaları vardır. Bu firmaların büyük çoğunluğu orta ölçeklidir; çok küçük Pazar payına sahiptirler, genellikle yerel pazarda faaliyet gösterirler. Pazar üç büyük şirket tarafından yönetilir. Bunlar perakende pazarın yarısına sahiptirler. Elais S.A. (Unilever Grubu), Minerva S.A. (Peterson-Zochonis Grubu) ve üçüncü derece kooperatif olan Eleourgiki'dir (Anonim, 2011a).

6.ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI EKONOMİSİ

6.1.Dünyada Zeytin ve Zeytinyağı

Zeytin, dünyada 38 ülkede yetiştirilebilen ancak ülkemizin de içinde bulunduğu 14 ülkede ekonomik anlamda tarımı yapılabilen ve orijini Akdeniz bölgesi olan bir bitkidir. Dünyada 30-45 derece enlemleri arasında, %98'i Kuzey yarı kürede yetişmektedir. Dünya'da zeytin ve zeytinyağı talebine yönelik artış ile birlikte, ekonomik anlamda zeytin üretimi yapan ülkeler arzlarını artırma yoluna gitmişlerdir. AB ülkeleri önemli üretici ülkeler olmakla birlikte Suriye; Tunus ve Mısır gibi ülkelerde de zeytin tarımı önemli ölçüde gelişmiştir (Özışık ve Öztürk, 2009).

Şekil 6.1. Dünyada Zeytin Üretim Yayılgı Alanları



Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Güney yarımkürede de 8 kadar ülkede zeytin tarımı yapılmaktadır. Güney Afrika Cumhuriyeti, Arjantin, Şili, Brezilya, Peru, Uruguay ve Avustralya gibi güney ülkelerindeki üretimin payı çok düşüktür. Özellikle Avustralya ve Arjantin son yıllarda zeytin üretimine özenle yaklaşmış ve üretimi teşvik eden politikaları uygulamaya koymuştur (Öztürk vd, 2009).

Bütün bu gelişmelere paralel olarak, farklı organizasyonlar zeytin ve zeytinyağı için yeni düzenlemeler yapmaktadır. AB kapsamında oluşturulan sofralık zeytin ve zeytinyağı ortak piyasa düzeni, Dünya Ticaret Örgütü müzakereleri çerçevesinde ortaya çıkan uygulamalar, Uluslararası Zeytinyağı Konseyi, diğer yandan ikili ve bölgesel anlaşmalar, ülkeler arasında rekabeti ön plana çıkarmıştır (Özışık ve Öztürk, 2009).

6.1.1.Dünya Sofralık Zeytin Üretimi

Dünyada sofralık zeytin üreten önemli ülkeler İspanya, Mısır ve Türkiye'dir. Türkiye yıllarca İspanya'nın arkasında ikinci sırada yer alırken; son yıllarda Mısır bu sıralamayı değiştirerek Türkiye'nin yerini almıştır. Zeytin sadece Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde değil; Güney Amerika ülkelerinde (Peru, Şili), ABD ve Avustralya gibi Akdeniz'e kıyısı olmayan ülkelerde de yetiştirilmektedir. Çizelge 6.1.1.1' de görüldüğü gibi 2008/2009 sezonunda AB ülkeleri dünya sofralık zeytin üretiminin %32,5'ini, Türkiye %18,7'sini, Mısır %14,4'ünü ve Suriye %5,8'ini gerçekleştirmiştir. AB ülkeleri içerisinde İspanya dünya sofralık zeytin üretiminin %23,3'ünü tek başına gerçekleştirmektedir. Dünya üretiminden aldığı paylar yıllar itibariyle (2004/2009) %22 ile %29 arasında değişmektedir. Sofralık zeytin üretiminde Mısır son yıllarda en dikkat çeken ülke olmuştur. Mısır tarım alanları bakımından fakir bir ülke olmasına rağmen sulama olanaklarını artırarak ve zeytinciliği teşvik edecek politikaları uygulamaya koyarak sofralık zeytin üretiminde konumunu dünya ikinciliğine yükseltmiştir.

Çizelge 6.1.1.1.Dünya Sofralık Zeytin Üretimi (2004-2009) (Bin ton)

Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	739,5	623,5	714,5	720,5	676,7	678,9		
<i>İspanya</i>	537,5	420,3	499,7	553,3	485,7	492,6		
<i>Yunanistan</i>	115,0	125,5	108,0	95,0	105,0	107,0		
<i>İtalya</i>	63,4	61,0	80,0	55,7	68,5	60,2	44,2	34,1
<i>Portekiz</i>	11,4	8,0	19,2	11,0	13,0	15,0		
<i>Diğ.AB Ülk.</i>	12,2	8,7	7,6	5,5	4,5	4,1		
Mısır	194,5	200,0	436,0	432,0	440,0	300,0	8,8	16,4
Türkiye	240,0	280,0	240,0	200,0	300,0	390,0	10,6	13,6
Suriye	200,0	120,0	200,0	100,0	120,0	135,0	7,9	7,2
Arjantin	60,0	85,0	75,0	100,0	95,0	220,0	3,4	5,2
Fas	80,0	100,0	90,0	100,0	100,0	90,0	6,2	4,6
Cezayir	85,5	68,5	81,0	91,0	98,0	136,0	3,1	4,6
ABD	87,0	116,0	18,0	109,0	47,5	22,0	6,5	3,3
Peru	32,0	30,0	52,0	112,0	9,0	70,0	1,5	2,5
Diğ.Ülk.	121,0	112,5	167,0	169,0	178,3	175,1	7,8	8,5
TOPLAM	1.852,5	1.762,0	2.088,5	2.151,5	2.082,5	2.239,0	100	100

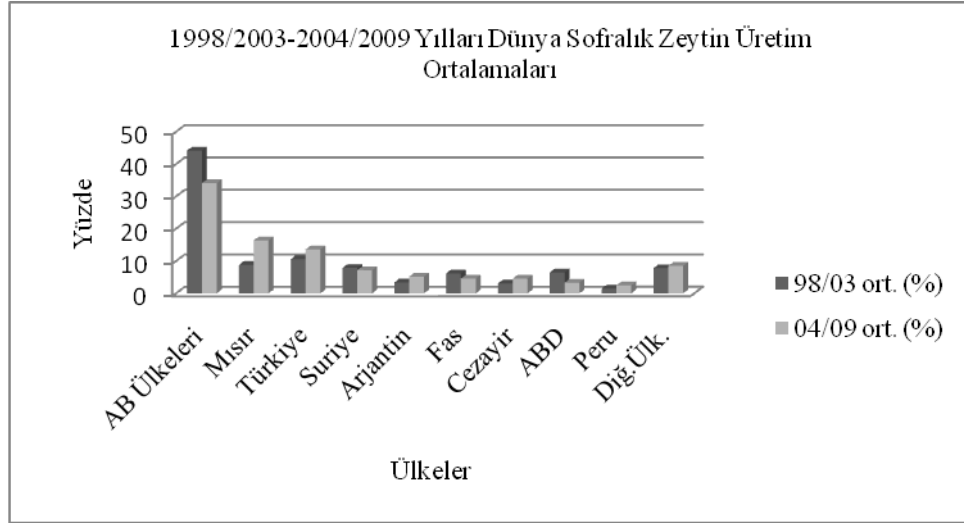
Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

Aşağıda şekil 6.2.'de 1998/2003 ve 2004/2009 sezonlarına ait üretim payları görülmektedir. Sofralık zeytin üretiminde 04/09 sezonlarında 98/03 sezonlarına göre Mısır, Türkiye, Arjantin, Cezayir ve Peru'da üretimde artış görülmektedir. Bu iki dönemde en büyük üretim artışını %7,6 ile Mısır gerçekleştirmiştir. Bunu %3,0 oranında bir artışla Türkiye izlemektedir. AB ülkelerinde ise aynı dönemler itibariyle üretimde %10,1 oranında bir azalma söz konusudur. Bu azalışı %3,2 ile ABD izlemektedir.

Dünya sofralık zeytin üretimi 04/09 ortalamasına bakıldığında AB ülkeleri (%34,1) ilk sırada yer almış; bunu Mısır (%16,4), Türkiye (%13,6) ve Suriye (%7,2) izlemiştir. AB

ülkeleri içerisinde İspanya AB üretiminin %71,0'ini, Yunanistan %15,6'sını, İtalya ise %9,2'sini gerçekleştirmiştir.

Şekil 6.2. 1998/2003-2004/2009 Yılları Dünya Sofralık Zeytin Üretim Ortalaması



Çizelge 6.1.1.2'de zeytin yetiştirilen önemli ülkelerde zeytin hasat edilen alanlar görülmektedir. Bu alanlar yıllar itibariyle farklılık göstermektedir. Çünkü zeytin ekildikten 3-4 yıl sonra ürün vermektedir. 2003 yılı 2009 yılı ile karşılaştırıldığında AB üyesi ülkelerde (İspanya, İtalya, Yunanistan ve Portekiz) zeytincilik konusunda uyguladıkları politikalardan ötürü hasat edilen alanlarda önemli bir değişiklik görülmemektedir. En büyük değişim %54,7 ile Mısır'da görülmektedir. Bunu %18,7 ile Suriye ve %15,5 ile Türkiye izlemektedir. Mısır bu büyük değişimle dünya sofralık zeytin üretimindeki payını artırarak ikinciliğe yükselmiştir. Dünyada 2009 yılı itibariyle zeytin hasat edilen alan toplamı 9,9 milyon hektardır ve 2003 yılına göre %11,5 oranında artış göstermiştir.

Çizelge 6.1.1.2.Zeytin Yetiştirilen Önemli Ülkelerde Hasat Edilen Alan (Ha)

Ülkeler	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
İspanya	2.439.582	2.464.774	2.465.258	2.483.697	2.470.162	2.450.471	2.500.000
İtalya	1.162.713	1.166.000	1.168.600	1.167.862	1.161.311	1.180.500	1.159.000
Yunanistan	765.000	794.160	784.500	796.972	795.724	800.000	800.000
Türkiye	614.385	633.000	644.166	651.820	694.793	707.593	727.513
Suriye	517.000	531.400	544.700	565.000	600.498	617.060	635.691
Fas	481.000	590.000	600.000	522.800	5309.00	547.600	550.000
Portekiz	374.154	374.474	376.524	379.421	379.616	380.700	380.700
Cezayir	209.730	246.166	268.028	263.352	276.253	282.460	288.442
Mısır	49.873	49.086	49.000	49.500	110.764	109.947	110.000
ABD	14.570	12.960	12.950	12.545	12.141	12.141	12.545
Dünya	8.785.206	9.156.485	10.148.620	10.336.940	9.967.847	10.549.973	9.922.836

Kaynak: www.fao.org, FAOSTAT, Erişim 25.12.2010.

6.1.2.Dünya Sofralık Zeytin Tüketimi

AB ülkeleri zeytin üretiminde olduğu gibi tüketiminde 2004/2009 dönemleri itibariyle önemli bir paya (%28,3) sahiptir. Bu oran tüm AB (27) ülkelerini kapsamaktadır. Birlik içerisinde zeytin tüketiminin en fazla olduğu ülke İspanya'dır (%33,4). İspanya'yı sırasıyla İtalya (%23,1), Fransa (%9,4), Almanya (%8,1) ve İngiltere (%5,0) izlemektedir. Mısır zeytin tüketiminde %13,5 gibi bir paya tek başına sahiptir. ABD üretimde ortalama %3,3'lük bir pay almasına rağmen tüketimde bu pay %10,7'dir. ABD'yi %10,4 ile Türkiye izlemektedir. Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde beslenme alışkanlıklarından ötürü zeytin tüketimi daha fazla görülmektedir. Kıyısı olmayan ülkelerde zeytin tüketimi ise bu ülkelere göç etmiş kişilerin beslenme alışkanlıklarını sürdürmek istemelerinden kaynaklanmaktadır.

Çizelge 6.1.2.1.Dünya Sofralık Zeytin Tüketimi (2004-2009) (Bin Ton)

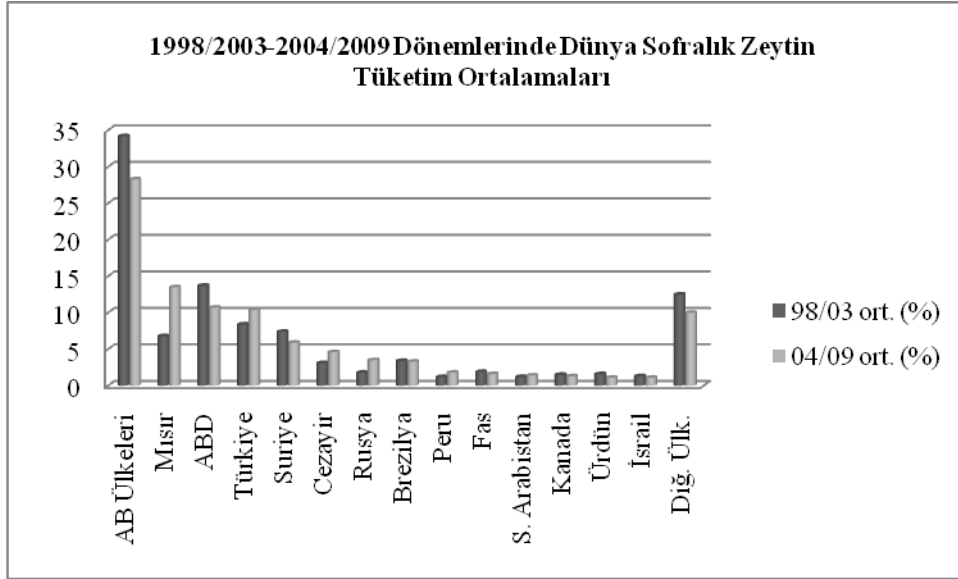
Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	548,0	564,5	628,0	577,0	549,0	558,0		
<i>İspanya</i>	167,4	214,1	243,8	183,6	147,7	186,3		
<i>İtalya</i>	147,2	139,0	122,0	122,0	138,5	121,2		
<i>Fransa</i>	53,9	53,9	55,1	52,7	53,0	52,3	34,2	28,3
<i>Almanya</i>	41,4	40,0	48,9	51,6	47,2	48,0		
<i>Diğ.AB Ülk.</i>	138,1	117,5	157,9	167,1	162,6	150,2		
Mısır	200,0	170,0	300,0	350,0	360,0	250,0	6,8	13,5
ABD	205,0	220,0	220,0	240,5	210,0	203,0	13,7	10,7
Türkiye	175,0	221,0	180,0	190,0	240,0	260,0	8,4	10,4
Suriye	162,5	102,0	148,0	94,0	94,0	116,0	7,4	5,9
Cezayir	80,0	80,0	81,5	86,0	97,5	132,5	3,1	4,6
Rusya	45,0	45,0	70,0	80,0	90,0	95,0	1,8	3,5
Brezilya	57,0	55,5	60,5	74,0	69,0	79,0	3,4	3,3
Peru	19,0	19,0	40,0	60,0	25,5	50,0	1,2	1,8
Fas	27,5	35,0	32,0	35,5	29,0	32,0	1,9	1,6
İran	19,5	25,5	40,5	40,5	32,5	29,0	-	1,5
S. Arabistan	20,0	20,0	30,0	31,0	31,5	31,5	1,2	1,4
Kanada	23,5	25,0	25,5	26,0	26,0	28,0	1,5	1,3
Ürdün	26,0	20,5	24,0	19,0	25,5	20,0	1,6	1,1
İsrail	21,5	18,0	25,0	21,5	21,0	21,5	1,3	1,1
Diğ. Ülk.	202,0	208,0	174,0	205,5	209,5	231,0	12,5	10,0
TOPLAM	1.831,5	1.829,0	2.079,0	2.130,5	2.110,0	2.136,5	100,0	100,0

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

Aşağıda şekil 6.3.'te 1998/2003 ve 2004/2009 sezonlarına ait tüketim payları yer almaktadır. Sofralık zeytin tüketiminde 04/09 sezonlarında 98/03 sezonlarına göre Mısır, Türkiye, Rusya ve Cezayir'de artış görülmektedir. Bu iki dönemde en fazla tüketim artışı %6,7 ile Mısır'da gerçekleşmiştir. Bunu %2,0 oranında bir artışla Türkiye izlemektedir. İran 2003 yılından itibaren zeytin tüketimini artırarak devam etmektedir ve 04/09 sezonunda dünya tüketiminin %1,5'ini gerçekleştirmiştir. Rusya da Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'nin yürüttüğü tanıtım faaliyetleri sonucunda tüketimini yaklaşık iki katına çıkaran ülke olmuştur.

AB ülkelerinde ise aynı dönemler itibariyle üretimde %5,9 oranında bir azalma söz konusudur. Bu azalışı %3,0 ile ABD izlemektedir.

Şekil 6.3.1998/2003-2004/2009 Dönemlerinde Dünya Sofralık Zeytin Tüketim Ortalaması



6.1.3. Dünya Sofralık Zeytin İhracatı

Dünya sofralık zeytin ihracatında en büyük pay (%44,3) AB (27) ülkelerine aittir. 2004/2009 sezonları ortalamasına göre Birlik içinde İspanya en büyük ihracat payına (%75,6) sahiptir. Bunu Yunanistan (%16,4) ve Portekiz (%4,2) izlemektedir.

İspanya dünya pazarlarında liderdir. Ağırlık itibariyle, 2007 yılında İspanya ihracatının %40'ını AB'ye, %30'unu Amerika, Porto Rico ve Kanada'ya, %17'sini Doğu Avrupa'ya, %5'ini Arap ülkelerine, %3,5'ini Merkezi ve Güney Amerika'ya ve %4,5'ini de dünyanın geri kalan ülkelerine gerçekleştirmiştir. İhracatını 120'den fazla ülkeye yapmaktadır. Bu ülkelerin başlıcaları Amerika (%25), Rusya (%11), İtalya (%10), Fransa (%8), Almanya (%6,5) Portekiz, Arabistan ve İngiltere'dir (%3,5). (Anonim, 2010l.)

AB ülkelerini %13,2 ile Arjantin, %11,3 ile Mısır, %10,7 ile Fas izlemektedir. Türkiye'nin dünya sofralık zeytin ihracatından aldığı pay %9,2'dir. Ülkemizi %4,6 ile Suriye izlemektedir. Peru (%2,6) ve Ürdün (%1,3) de dünya ihracatından pay almaktadır. Şili, ABD, Lübnan ve Tunus gibi ülkeler de çok küçük de olsa (%1'in altında) dünya sofralık zeytin ihracatında yer almaktadırlar.

Çizelge 6.1.3.1.Dünya Sofralık Zeytin İhracatı (2004-2009) (Bin ton)

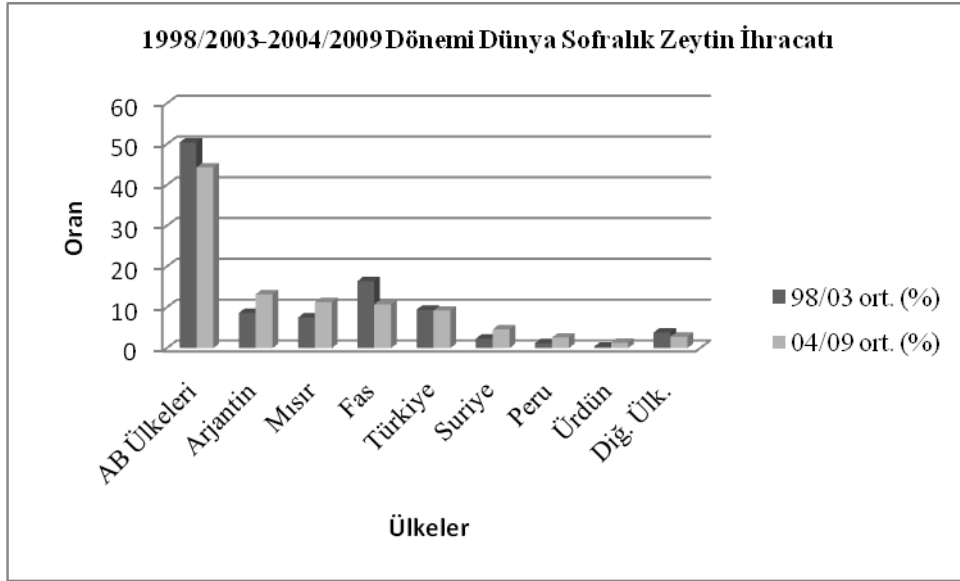
Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	237,0	254,0	261,0	248,0	239,0	289,0		
<i>İspanya</i>	184,1	187,4	193,0	198,3	165,2	226,6		
<i>Yunanistan</i>	38,0	51,0	39,0	30,0	53,0	40,0		
<i>Portekiz</i>	5,3	6,5	18,5	9,7	11,4	12,8	50,4	44,3
<i>İtalya</i>	2,1	2,3	3,0	2,6	2,9	3,5		
<i>Diğ.AB Ülk.</i>	7,5	6,8	7,5	7,4	6,5	6,1		
Arjantin	50,0	61,0	70,0	90,5	73,0	110,0	8,6	13,2
Mısır	15,0	7,0	100,0	110,0	88,0	70,0	7,5	11,3
Fas	59,0	63,0	58,5	66,0	57,0	65,0	16,4	10,7
Türkiye	58,0	54,0	55,0	20,0	65,0	65,0	9,4	9,2
Suriye	34,0	23,0	29,0	23,0	24,0	24,0	2,3	4,6
Peru	13,5	11,0	12,0	18,0	16,0	20,0	1,2	2,6
Ürdün	3,0	17,5	0,5	11,0	2,0	10,0	0,4	1,3
Diğ. Ülk.	5,0	6,5	6,5	5,0	20,0	23,5	3,8	2,8
TOPLAM	480,0	503,0	598,0	606,5	584,0	676,5	100,0	100,0

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

Dünya sofralık zeytin ihracatında 98/03 dönemi ile 04/09 dönemi karşılaştırıldığında; Arjantin ve Mısır'ın dünya ihracatındaki paylarının Suriye ve Peru'ya nazaran daha fazla arttığı şekil 6.1.3.1'de görülmektedir. Söz konusu dönemlerde Arjantin ihracat miktarını %8,6'dan %13,2'ye; Mısır %7,5'den %11,3'e, Suriye %2,3'ten %4,6'ya ve Peru %1,2'den %2,6'ya yükseltmiştir.

AB ülkeleri dünya ihracatından önemli pay almasına rağmen 98/03 dönemine göre payı azalmıştır. Payı %50,4'ten %44,3'e gerilemiştir. Bu iki dönem arasında AB'de üretimde de azalma görülmüştür. Bu azalma tüketime olduğu gibi ihracat miktarına da yansımıştır. Benzer gerileme Fas'ta da (%16,4'ten %10,7'ye) görülmektedir.

Şekil.6.4. 1998/2003-2004/2009 Dönemi Dünya Sofralık Zeytin İhracatı Ortalamaları



6.1.4. Dünya Sofralık Zeytin İthalatı

Dünya sofralık zeytin ithalatında en büyük pay %25,3 ile ABD'ye aittir. ABD'de de sofralık zeytin üretiminde maliyetlerin diğer ülkelere oranla yüksekliği nedeniyle üretimde azalmalar görülmektedir. Dolayısıyla ihtiyaç duyulan miktar ithalat yoluyla karşılanmaktadır.

ABD'yi aynı zamanda en büyük ihracatçı olan AB ülkeleri (%17,9) izlemektedir. AB ülkeleri içinde ithalatta 04/09 ortalamasına göre Fransa (%29,3), Romanya (%17,3), Bulgaristan (%15,1) ve Almanya (%13,7) ilk sıralarda yer almaktadır. Brezilya'nın dünya ithalatından aldığı pay %11,9'dur ve bunu %10,9 ile Rusya izlemektedir. Ülkemizin önemli pazarlarından olan Bulgaristan ve Romanya AB üyesi olduktan sonra taleplerini AB içerisinde karşılama yoluna gitmişlerdir. Dünya ithalatında en büyük değişim Rusya'da görülmektedir. Dönemler itibariyle 98/03 döneminde %1,0 olan pay 04/09 döneminde %10,9'a yükselmiştir. Bu artış, Uluslar arası Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'nin bu ülkeye yönelik tanıtım ve tüketimi artırma çalışmalarının etkisiyle olduğu tahmin edilmektedir.

Dünya sofralık zeytin ithalatından pay alan diğer ülkeler arasında Meksika, Ürdün, Lübnan ve Libya yer almaktadır.

Çizelge 6.1.4.1.Dünya Sofralık Zeytin İthalatı (2004-2009) (Bin Ton)

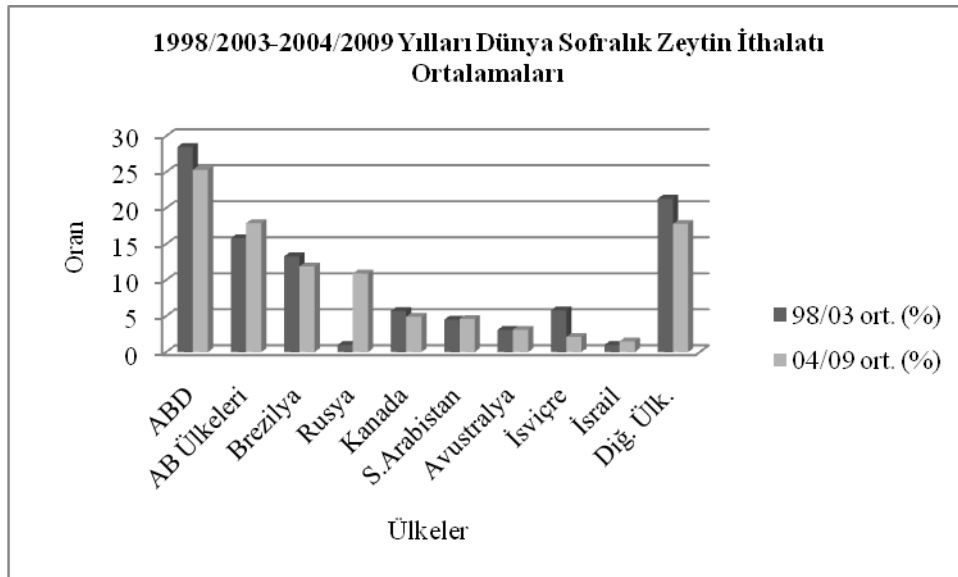
Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
ABD	124,5	120,0	148,5	140,0	126,0	185,0	28,5	25,3
AB Ülkeleri	79,0	83,5	104,5	115,0	96,5	91,0		
<i>Fransa</i>	30,5	30,5	27,3	28,3	25,9	24,5		
<i>Bulgaristan</i>	-	-	6,4	16,4	22,8	11,7		
<i>Romanya</i>	-	-	17,9	23,6	7,0	17,0	15,8	17,9
<i>Almanya</i>	12,7	12,8	14,5	13,4	14,5	10,0		
<i>Diğ.AB Ülk.</i>	35,8	40,2	38,4	33,3	26,3	27,8		
Brezilya	56,0	55,0	60,5	74,0	69,0	79,0	13,3	11,9
Rusya	45,0	45,0	70,0	80,0	90,0	95,0	1,0	10,9
Kanada	23,5	25,0	25,5	26,0	26,0	28,0	5,7	4,9
S.Arabistan	20,0	20,0	27,0	27,0	27,0	27,0	4,5	4,6
Avustralya	14,5	15,0	16,5	17,5	16,0	17,0	3,1	3,1
İsviçre	4,5	5,0	5,0	5,5	5,5	6,0	5,8	2,1
İsrail	4,0	8,0	3,5	13,5	6,0	12,5	1,0	1,5
Diğ. Ülk.	66,5	89	56,5	76,0	84,0	89,5	21,3	17,8
TOPLAM	480,0	495,0	522,0	582,5	546,0	630,0	100,0	100

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹Gerçekleşme Tahmini

Dünya sofralık zeytin ithalatında en büyük değişim Rusya’da görülmektedir. Dünya ithalatından aldığı pay 04/09 döneminde 03/08 dönemine göre yaklaşık 11 kat artmıştır. AB ülkeleri için de söz konusu dönemlerde ithalatta %2,1 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Bunun sebepleri arasında birliğe yeni katılan ülkelerin taleplerini karşılamak ve dünya pazarında sahip olunan Pazar payını kaybetmemek düşüncesi yer alabilir.

Amerika’nın ithalattaki payı iki dönem itibariyle %28,5’ten %25,3’e gerilemiştir. Benzer şekilde Brezilya, Kanada ve İsviçre’nin dünya ithalatından aldığı payda gerileme söz konusudur (Şekil 6.5).

Şekil.6.5. 1998/2003-2004/2009 Dönemi Dünya Sofralık Zeytin İthalatı Ortalamaları



6.1.5. Dünyada Zeytinyağı Üretimi

Dünya zeytinyağı üretiminin 2009/2010 sezonu için 3.024.000 ton olması beklenmektedir. Bu üretimden en büyük payı %75,3 ile AB ülkeleri almaktadır. Zeytinyağı üretimi 04/09 sezonu ortalamasına göre sofralık zeytinde olduğu gibi zeytinyağında da Birlik içinde en büyük payı (%52,2) İspanya almaktadır, İspanya'yı %27,9 ile İtalya, %17,3 ile Yunanistan izlemektedir. Söz konusu dönemde dünya zeytinyağı üretiminde AB ülkelerini %5,9 ile Tunus, %4,8 ile Suriye ve %4,6 ile Türkiye izlemektedir. ile Türkiye ve %4,9 ile Tunus izlemektedir. 2004/2009 ortalamasına baktığımızda Türkiye 4. sırada yer almaktadır.

Çizelge 6.1.5.1.Dünya Zeytinyağı Üretimi (2004-2009) (Bin Ton)

Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	2.357,0	1.928,5	2.031,0	2.118,5	1.939,0	2.245,5		
<i>İspanya</i>	989,8	826,9	1.111,4	1.236,1	1.030,0	1.396,3		
<i>İtalya</i>	879,0	636,5	490,0	510,0	540,0	460,0	78,2	75,3
<i>Yunanistan</i>	435,0	424,0	370,0	327,2	305,0	320,0		
<i>Diğ.AB Ülk.</i>	53,2	41,1	59,6	45,2	64,0	69,2		
Tunus	130,0	220,0	160,0	170,0	160,0	150,0	5,9	5,9
Suriye	175,0	100,0	154,0	100,0	130,0	150,0	4,6	4,8
Türkiye	145,0	112,0	165,0	72,0	130,0	147,0	4,4	4,6
Fas	50,0	75,0	75,0	85,0	85,0	160,0	2,2	3,2
Cezayir	33,5	32,0	21,5	24,0	61,5	26,5	1,4	1,2
Diğ.Ülk.	122,5	105,0	160,5	143,5	164,0	145,0	3,3	5,0
TOPLAM	3.013,0	2.572,5	2.767,0	2.713,0	2.669,5	3.024,0	100,0	100,0

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

Dünya zeytinyağı üretiminin beş yıllık dönemler itibariyle durumu değerlendirildiğinde üretim miktarında alınan payda ve sıralamada çok büyük değişimlerin olmadığı görülmektedir.

6.1.6.Dünya Zeytinyağı Tüketim

Son yıllarda dünya üretimindeki artış ile birlikte zeytinyağına olan talepte de olumlu gelişmeler kaydedilmekte ve dünya tüketimi artmaktadır. Zeytinyağına olan talebin fiyat esnekliği yüksek olduğu için zeytinyağı fiyatlarındaki düşme, tüketimi önemli ölçüde artırmaktadır. Bölgesel nitelikli bir ürün olan zeytinyağının tüketimi de üretici bölgelerde yoğunluk kazanmaktadır. Ancak son yıllarda özellikle dünya çapında zeytinyağı tüketimine yönelik gerçekleştirilen tanıtım kampanyaları ve promosyonlar sayesinde zeytinyağı tüketim alışkanlığı olmayan ya da çok az olan diğer ülkelerde de tüketimin başladığı ve arttığı görülmektedir.

Dünya zeytinyağı tüketiminin 2004/2009 dönemi ortalamasına göre büyük bir kısmını (%67,9) aynı zamanda en büyük üretici olan AB ülkeleri gerçekleştirmektedir. AB içinde önemli tüketici ülkeler; İtalya, İspanya, Yunanistan ve Fransa'dır. AB ülkelerini %8,6 ile ABD, %3,8 ile Suriye ve %2,9 ile Türkiye izlemektedir. Türkiye zeytinyağı üretiminden %4,6 oranında pay alırken tüketimde %2,9 oranında pay almaktadır. Tüketim beklenenin altında gerçekleşmektedir. Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'nin hedef ülkeler olarak belirlediği ve promosyon ve tanıtım çalışmalarını yürüttüğü ABD (%8,6), Kanada (%1,1), Avustralya (%1,4) ve Japonya (%1,1) dünya zeytinyağı tüketiminden pay alan ülkeler arasına girmiştir.

Dünya zeytinyağı tüketiminde 98/03 ve 04/09 dönemleri dikkate alındığına; ABD, Türkiye, Avustralya, Brezilya, Kanada ve Fas'ta artış görülmüştür. Aynı dönemlerde AB ülkelerinde, Suriye'de, Tunus ve Cezayir'de de zeytinyağı tüketiminde azalmalar yaşanmıştır. Japonya'nın tüketimi söz konusu dönemlerde değişmemiştir. Zeytinyağı tüketen diğer ülkeler arasında İsrail, Ürdün, Filistin ve Rusya gibi ülkeler yer almaktadır.

Çizelge 6.1.6.2. Dünya Zeytinyağı Tüketimi (2004-2009) (Bin Ton)

Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	2.079,0	1.918,0	1.905,0	1.866,0	1.856,0	1.831,5		
<i>İtalya</i>	840,0	848,2	730,0	705,0	710,0	675,0		
<i>İspanya</i>	615,7	477,8	538,7	546,3	533,6	550,0		
<i>Yunanistan</i>	283,0	265,0	269,5	264,0	229,0	225,0	71,0	67,9
<i>Fransa</i>	97,1	99,5	101,8	101,6	113,5	113,7		
<i>Diğ.ABÜlk.</i>	243,2	227,5	265,0	249,1	269,9	267,8		
ABD	215,5	223,0	248,0	246,0	256,0	258,0	7,1	8,6
Suriye	135,0	79,0	110,0	80,0	110,0	120,0	4,2	3,8
Türkiye	60,0	50,0	80,0	85,0	108,0	110,0	2,4	2,9
Fas	38,0	55,0	65,0	65,0	70,0	90,0	2,2	2,3
Tunus	44,0	38,0	45,0	50,0	21,0	40,0	1,8	1,4
Avustralya	32,5	34,5	47,5	35,0	37,0	42,0	1,1	1,4
Brezilya	26,5	26,0	34,5	40,0	42,0	50,5	0,9	1,3
Cezayir	38,0	35,0	23,0	25,0	55,0	33,0	1,4	1,2
Japonya	32,0	30,0	30,5	29,0	30,0	40,5	1,1	1,1
Kanada	32,0	30,0	32,5	29,0	30,0	37,0	0,9	1,1
Diğ. Ülk.	191,0	172,0	177,5	204,5	220,5	223,0	5,9	7,0
TOPLAM	2.923,5	2.690,5	2.798,5	2.754,5	2.831,5	2.873,0	100,0	100

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹Gerçekleşme Tahmini

6.1.7.Dünya Zeytinyağı İhracatı

Zeytin üretiminin Akdeniz ve benzeri iklime sahip olan ülkelerde gerçekleşmesi, zeytinyağı ihracatında sınırlı sayıda ülkenin söz sahibi olmasına neden olmuştur. Dünya zeytinyağı ihracatının %90'ı toplam yedi ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. Avrupa Birliği zeytinyağı üretiminde olduğu gibi zeytinyağı ticaretinde de söz sahibidir. Etkili

promosyon kampanyaları ile birlikte, AB'nin Ortak Tarım Politikası çerçevesinde sağladığı destekler üretici ülkelerin bu konuma gelmelerinde önemli katkıda bulunmuştur (Göksu, 2009). AB ülkeleri, topluluk içi ticaret hariç olmak üzere, dünya zeytinyağı ihracatının yarısından fazlasını gerçekleştirmektedir (%57,4). Dünya 2004/2009 sezon ortalamasına göre zeytinyağı ihracatından birlik içinde İtalya %50,3, İspanya %38,7 ve Portekiz %7,1 oranında pay almıştır. Türkiye'nin ihracatı ise 98/03 sezonunda %11,5 iken %4 azalarak 04/09 sezonunda %7,5'e gerilemiştir. Söz konusu dönemler için ihracat miktarındaki azalma AB ülkelerinde ve Tunus'ta da görülmektedir.

Bu dönemler itibariyle Suriye %2,7 olan ihracatını %2 artırarak %4,7'ye yükseltmiştir. Aynı şekilde Fas ve Arjantin'de de aynı dönemler için ihracatta 2 katına varan artışlar söz konusu olmuştur.

Çizelge 6.1.7.1.Dünya Zeytinyağı İhracatı (2004-2009) (Bin Ton)

Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
AB Ülkeleri	330,5	310,5	351,0	357,0	376,0	424,5		
<i>İtalya</i>	191,5	181,7	185,8	180,2	176,9	165,0		
<i>İspanya</i>	110,9	99,0	124,8	133,9	153,4	210,0		
<i>Portekiz</i>	16,6	16,7	23,2	29,0	30,7	35,4	58,9	57,4
<i>Yunanistan</i>	10,0	10,0	12,8	9,8	11,0	10,0		
<i>Diğ.AB.Ülk</i>	1,5	3,1	4,4	4,1	4,0	4,1		
Tunus	98,0	115,5	175,0	130,0	142,0	110,0	21,9	20,6
Türkiye	93,5	73,0	45,0	15,0	31,0	22,0	11,5	7,5
Suriye	36,0	35,0	40,0	20,0	15,0	30,0	2,7	4,7
Fas	31,0	21,0	4,5	2,0	3,0	40,0	1,3	2,7
Arjantin	12,5	16,0	15,0	18,5	14,0	19,0	1,1	2,5
Diğ. Ülk.	10,0	12,5	17,0	17,0	27,5	27,5	2,6	4,6
TOPLAM	633,5	603,5	662,0	562,5	608,5	673,0	100,0	100

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

6.1.8.Dünya Zeytinyağı İthalatı

Dünyada zeytinyağı tüketimindeki artışla birlikte başta ABD olmak üzere birçok ülkenin ithalatında artışlar olmuştur. 2004/2009 sezonu ortalamasına göre ABD dünyada en fazla zeytinyağı ithalatı (% 37,7) yapan ülke olmuştur.

Amerika'da zeytinyağının sadece %0,8'i yurtiçi üretimden sağlanmaktadır. Zeytinyağı için iki Pazar vardır; perakende pazarı ve gıda hizmeti veren işletmeler. Amerikalı tüketiciler dünyada diğer ülkelerdeki tüketicilere oranla daha fazla ev dışında yemek yemeye para harcamaktadırlar. Zeytinyağının 2/3'ü gıda hizmeti veren işletmelerde tüketilir. Günümüzde daha sağlıklı bir yağ olarak zeytinyağının kullanılması ve eş zamanlı olarak tüketicilerin Akdeniz diyetine olan farkındalıklarının artması nedeniyle artan talebi karşılamak amacıyla ithalat artarak devam etmektedir (Anonim, 2011h).

Zeytinyağı üreticisi AB ülkeleri, dünya zeytinyağı üretiminde ve ihracatında olduğu gibi ithalatında da önemli bir paya sahiptirler (%24,9).

AB ülkelerinin bu büyük payı paketleyip yeniden ihraç etmek üzere, dökme zeytinyağı ithal etmelerinden kaynaklanmaktadır. AB dışındaki ülkelere ithalatın tamamına yakını İtalya ve İspanya tarafından yapılmaktadır. AB içinde üretici olmayan diğer ülkeler de ithalatlarını genelde İtalya ve İspanya'dan gerçekleştirmektedirler (Göksu, 2006).

AB ülkelerini Brezilya (%5,7), Japonya (%5,0), Kanada (%4,9) ve Avustralya (%4,8), izlemektedir. Çin 2008 yılından itibaren zeytinyağı ithalatına başlamış; 12 bin ton olan ithalat rakamını 2009'da 17 bin tona çıkarmıştır.

Çizelge 6.1.8.1.Dünya Zeytinyağı İthalatı (2004-2009) (Bin Ton)

Ülkeler	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10 ¹	98/03 ort. (%)	04/09 ort. (%)
ABD	221,0	232,0	250,0	245,0	255,0	258,0	36,3	37,7
AB Ülkeleri	186,0	189,0	224,0	162,0	96,0	109,0		
İtalya	144,0	135,6	149,3	116,6	79,5	90,0	26,6	24,9
İspanya	39,2	48,0	67,9	40,3	10,8	13,6		
Diğ.AB.Ülk	2,8	5,4	6,8	5,1	5,7	5,4		
Brezilya	26,5	26,0	34,5	40,0	42,0	50,5	4,5	5,7
Japonya	32,0	30,0	30,5	29,0	30,0	40,5	5,7	5,0
Kanada	32,0	30,0	32,5	29,0	30,0	37,0	4,5	4,9
Avustralya	28,5	29,0	41,5	27,0	28,5	33,0	5,3	4,8
Rusya	9,0	9,5	10,5	17,0	15,0	18,0	0,8	2,0
İsrail	7,5	13,5	8,0	12,0	8,0	13,0	1,6	1,6
İsviçre	11,0	11,5	12,0	12,5	6,0	6,0	1,7	1,5
Meksika	10,0	9,5	10,0	10,0	10,0	10,0	1,2	1,5
Çin	-	-	-	-	12,0	17,0	-	-
Cezayir	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	15,0	0,1	0,4
Diğ. Ülk.	70,5	59,0	51,0	52,5	67,5	57,5	11,7	10,0
TOPLAM	634,0	639,0	704,5	636,0	600,5	664,5	100,0	100,0

Kaynak: Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi, 2011. Erişim, 17.03.2011. ¹ Gerçekleşme Tahmini

6.2.Türkiye'de Zeytin ve Zeytinyağı

Zeytinyağı, geleneksel Osmanlı mutfağında az kullanılmakla birlikte çoğunlukla 21. yüzyılın başlarına kadar aydınlatmada temel hammadde olarak kullanılmıştır. Özellikle devlet daireleri ile ibadethanelerin aydınlatılmasında zeytinyağı önemli bir yer tutmuştur. Bu nedenle de devlet tarafından bu yerlerin ihtiyaçlarının karşılanması için azami dikkat gösterilmiştir. Zeytinyağı bunun yanında donanmada kızakların yağlanmasında, saray ahırlarında hayvanların koşumlarının yağlanmasında ve sabun sanayinde de önemli kullanım alanı bulmuştur. Osmanlı Devleti döneminde üretimin artırılması ve devamı için sık sık mali kolaylıklar sağlanmış ve bir takım muafiyetler uygulanmıştır. Devlet çeşitli nedenler ile zarar

gören zeytin ağaçlarının yeniden imarı için halkın talebi doğrultusunda vergi muafiyeti sağlamıştır (Doğan, 2007).

Zeytincilik, Cumhuriyet sonrası ülkemiz tarımının en önemli dallarından biri olmuştur. 1929 yılında Atatürk'ün Yalova bölgesine yaptığı bir gezi sırasında zeytinciliğe gereken önemin verilmesine yönelik direktifleri doğrultusunda, ülkemizde bir zeytincilik seferberliği başlamıştır. Türkiye Cumhuriyeti'nde zeytincilikte, ilk resmi temelleri Atatürk'ün direktifleri ile Tarım Bakanlığının "Tarımda Tedrisatı İslah Kanunu" nun çıkarılmasıyla başlayan gelişme 1929-1950 yıllarını kapsayan Teşkilatlı 1. Dönemde de devam etmiştir. Bu sayede zeytincilik konusunda çalışmalar yapmak üzere, 1937 yılında Bornova Zeytincilik Araştırma Enstitüsü kurulmuştur. Ayrıca zeytin, bahçesine bakmayan ve bakım yaptırmayan üreticilere ceza verilmesine neden olan bir kanun maddesine (26/01/1939 tarih ve 3573 sayılı "Zeytinciliğin İslahı ve Yabanilerinin Aşılattırılması Hakkında Kanun") sahip tek bitki olmuştur. Uzun yıllar süren bu faaliyetler sonucunda ülkemizde zeytincilik büyük bir hızla gelişmiştir. Bu sayede yurt dışında eğitim görmüş uzmanlara, yeni, bakımlı, sağlıklı ve verimli bahçeler ile sofralık zeytin ve zeytinyağı işleme tesislerine sahip olunmuştur.

Bunu izleyen 1950-1960 dönemlerinde gelişme durmamış, fakat birinci döneme göre yavaşlamıştır. Bu dönemden sonra gelen 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde ise Türkiye ilk kez ihracatçı ülkeler arasına girerek zeytinyağı ihraç eder konuma gelmiştir. Zeytinciliğe verilen bu önem, 1950'li yıllardan itibaren gittikçe azalmış ve günümüzde olduğu gibi ağaçların sökülmesine kadar devam etmiştir. Artık zeytinliklerin yerini oteller, moteller almakta veya bu bölgelerdeki zeytin üretimi başka bir tarım koluna doğru yönelmektedir (Anonim, 2008c).

6.2.1. Zeytin Üretimi

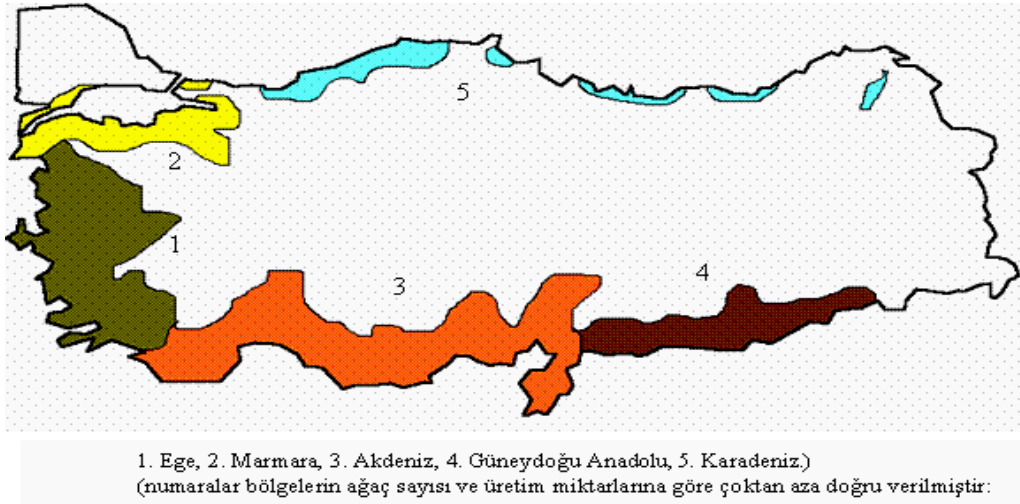
Zeytin yetiştiriciliğinde ekstansif (klasik) ve entansif (modern) yöntemlerle zeytinlik tesisi yapılmaktadır. Klasik zeytin yetiştiriciliğinde iki yöntem uygulanmaktadır. Birincisi zeytinliklerde bulunan delicelerin yerinde aşılınması, ikincisi diğer üretim materyallerinin az verimli topraklara dikilmesi suretiyle kurulan tesislerdir. Modern zeytin yetiştiriciliğinde uygun ekolojik koşullarda her türlü yatırım yapılarak plantasyonun teknik koşulları yerine getirilir. Üreticiye maksimum fayda sağlayabilecek modern tesis kurabilmek için; uygun arazi seçimi, zeytin fidanının mekanizasyona uygun, aynı yıl dikilmiş çeşit ve gelişim yönünden homojen olmalı, sulama, toprak işleme, gübreleme, mücadele ve budama yapılmalıdır. Yeni tesis edilecek zeytin plantasyonlarında öncelikle iklim ve toprak özellikleri uygunluğu tespit edildikten sonra dikilecek çeşit, uygulanacak hasat şeklinin ne olacağı, kültürel önlemlere göre taç şekli ve dikim aralığı belirlenmelidir (Anonim, 2006a). Zeytin ağacı farklı iklim ve

toprak koşullarında yetiştiriciliği yapılabilen, adaptasyon yeteneği yüksek olan bir bitkidir. Ülkemiz içinde yetiştirilmesini sınırlayan tek faktör kış soğuklarıdır. Zeytin -7 derecede zararlanmaya başlar (Özkaya ve ark., 2010). Ayrıca ekonomik zeytin üretimi için yıllık yağış miktarının 400 mm'nin altına düşmemesi gerekir (Boyraz ve ark., 2010)

Gökçe ve Tunalıoğlu (2002), Türkiye zeytinciliğinin önemli sorunlarından birisi kabul edilen zeytinin optimal yayılış alanlarını tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada zeytinliklerde yükseltinin üst sınırının 619 metre olduğu ve bu yükseltide verimin sıfır olduğu belirtilmişlerdir. Çalışmada ayrıca eğimin üst sınırının %55 olduğu ve bu eğimde verim en düşük olduğu; bu sınırların teknik sınırlar olduğu, ekonomik sınırların bu rakamların daha altında olacağı belirtilmiştir.

Zeytin Türkiye'de başta Ege ve Akdeniz bölgelerinin yanı sıra, Marmara, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz'de, Akdeniz iklimine benzer mikro iklimlerin egemen olduğu yerlerde yaygındır. 35 ilde zeytincilik yapılmaktadır. Ege, Akdeniz ve Marmara bölgeleri Türkiye'nin toplam zeytin ağaç sayısının yaklaşık %99'una ve zeytin üretiminin %97'sine sahiptir (Ünsal, 2008). Aydın, İzmir, Muğla, Balıkesir, Bursa, Manisa, Çanakkale, Gaziantep ve İçel önemli miktarda zeytin yetiştiren illerdir.

Şekil 6.6. Ülkemizde Zeytin Üretim Alanları



Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Türkiye'de 1990-2009 yılları arasında toplam tarım alanı ve uzun ömürlü bitkiler alanında %12,7 oranında azalma gerçekleşmiştir. Zeytin alanlarında 2006 yılından itibaren uygulanan sınıflandırma dikkate alındığında 2006-2009 yılları arasında %9,3 oranında bir artış söz konusu olmuştur. Zeytin alanının toplam tarım alanına oranı 2000 yılında %2,27 iken 2009 yılında %3,20'ye yükselmiştir. Zeytin ekilen alanlarda 2006 yılından itibaren önemli

artışlar olmuştur. Bu artışta 2006 yılında başlayan zeytin fidanı ile bahçe desteğinin katkısı olmuştur.

Çizelge 6.2.1. Türkiye’de Toplam Tarım Alanı İçinde Zeytinin Yeri (Bin Ha)(1990-2009)

Yıllar	Toplam Tarım Alanı	Uzun Ömürlü Bitkilerin Alanı	Zeytin Ağaçlarının Kapladığı Alan	Zeytin Ağaçlarının Kapladığı Alanın Çok Yıllık Bitk. Alanına Oranı (%)	Zeytin Ağaçlarının Kapladığı Alanının İşlenen Tarım Alanına Oranı (%)
1990	27 856	3 029	866	28,6	3,10
1995 ¹	26 834	2 461	556	22,3	2,07
2000	26 379	2 553	600	23,5	2,27
2005	26 606	2 776	662	23,8	2,49
2006 ²	25 876	2 895	712	24,6	2,75
2007	24 888	2 909	753	25,9	3,02
2008	24 505	2 950	774	26,2	3,16
2009 ³	24 318	2 943	778	26,4	3,20

Kaynak: TÜİK, Tarım İstatistikleri Özeti, E.T.: 30.06.2010. Oranlar yazar tarafından hesaplanmıştır.

- (1) 1995 yılından itibaren sadece meyve ve zeytin kapalı alanları verilmiş olup, dağınık ağaçların kapladığı alan dahil edilmemiştir.
- (2) 2006 yılından itibaren AB’nin faaliyetlere göre Ürünlerin İstatistiki Sınıflaması (FÜS 2002) kullanılmaya başlanmıştır
- (3) Bilgiler geçicidir.

Türkiye’nin 1936 yılında 26 milyon 437 bin olan zeytin ağacı sayısı 1945 yılında 29 milyon 428 bine, 1960 yılında ise 54 milyon 845 bine yükselmiştir. Planlı dönemde zeytincilik seferberliği başlamış ve 1964 yılında köylüye 1 milyon 831 bin yabancı fidan dağıtılmıştır. 1969 yılında ağaç sayımız 75 milyon 574 bine, 1980 yılında ise 81 milyon 200 bine ulaşmıştır. 2009 yılına gelindiğinde ise bu rakam 153 milyon 723 bine yükselmiştir (Boyras ve ark, 2010). 73 yılda ağaç sayımız yaklaşık 6 kat artmıştır.

2008 yılı itibariyle 774 bin hektar alanda, mevcut 151 milyon 630 bin adet zeytin ağacının 106 milyon 139 bini (%70) meyve veren, geri kalan 45 milyon 491 bin (%30) adedi meyve vermeyen yaştadır. Toplam zeytin üretimi 1 milyon 464 bin 248 ton’dur. Sofralık zeytin üretimi 512 bin 103 ton (%35) iken yağlık zeytin üretimi 952 bin 145 ton (%65) olarak gerçekleşmiştir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de üretilen dane zeytinin yaklaşık % 65-70’i yağlığa, % 30-35’i sofralığa işlenmektedir.

6.2.2. Türkiye’de Zeytin Alanı, Üretimi, Verimi ve Ağaç Sayısı (2000-2009)

Yıllar	Tipi	Toplu meyveliklerin alanı(dekar)	Üretim (Ton)	Ağaç başına ortalama verim (kg)	Meyve veren yaşta ağaç sayısı	Meyve vermeyen yaşta ağaç sayısı	Toplam ağaç sayısı
2000	Zeytin	6.000.000	1.800.000	20	89.200.000	8.570.000	97.770.000
2005	Sofralık	1.710.000	400.000	14	29.275.000	7.995.000	37.270.000
	Yağlık	4.910.000	800.000	12	67.350.000	8.560.000	75.910.000
	Toplam	6.620.000	1.200.000		96.625.000	16.555.000	113.180.000
2006	Sofralık	1.936.359	555.749	18	30.472.075	13.879.445	44.351.520
	Yağlık	5.182.069	1.211.000	18	67.301.159	17.612.737	84.913.896
	Toplam	7.118.428	1.766.749		97.773.234	31.492.182	129.265.416
2007	Sofralık	2.070.776	455.385	14	33.393.672	17.686.949	51.080.621
	Yağlık	5.459.225	620.469	9	70.824.878	22.423.005	93.247.883
	Toplam	7.530.001	1.075.854		104.218.550	40.109.954	144.328.504
2008	Sofralık	2.126.965	512.103	15	33.599.163	19.473.951	53.073.114
	Yağlık	5.616.736	952.145	13	72.539.733	26.017.215	98.556.948
	Toplam	7.743.701	1.464.248		106.138.896	45.491.166	151.630.062
2009*	Sofralık	2.181.883	460.013	14	33.936.299	19.048.582	52.984.881
	Yağlık	5.602.242	830.641	11	75.190.470	25.547.706	100.738.176
	Toplam	7.784.125	1.290.654		109.126.769	44.596.288	153.723.057

Kaynak: TÜİK, 2010. Bitkisel Üretim İstatistik Veritabanı. *2009 verileri geçicidir.

Türkiye’de ilk kez Tarım Bakanlığı zeytincilik için hedef belirlemiş ve ülkemiz zeytinciliğini bir sistem dahilinde AB üyelik sürecinde dünya ikinciliğine taşımayı kararlaştırmıştır (Tan, 2010). Bakanlık tarafından hazırlanan “2004-2014 Zeytin/Zeytinyağı Projeksiyonu”na göre; 2014 yılına kadar zeytin alanının 660 bin ha’dan 1 milyon ha’a ve zeytin ağacı sayısının da 144 milyondan 180 milyona çıkarılması hedeflenmektedir. Dolayısıyla sofralık zeytin üretiminin 400 bin tondan 650 bin ton ihracatının da 35-65 bin tondan 150-200 bin tona çıkarılması öngörülmüştür. Aynı şekilde yağlık zeytin üretiminin 800 bin tondan 2,5-3 milyon tona, zeytinyağı üretiminin 115 bin tondan 650-700 bin tona ve zeytinyağı ihracatının da 70 bin tondan 200-250 bin tona çıkarılması hedeflenmiştir. Kişi başına zeytinyağı tüketiminin 1 kg’dan 5 kg’a çıkarılması ve ağaç başına verimin 12 kg’dan 25 kg’a çıkarılması belirlenen hedefler arasında yer almıştır.

Çizelge 6.2.3.Tarım Bakanlığı'nın "2004-2014 Zeytin/Zeytinyağı Projeksiyonu"

- ✓ **Zeytin alanı:** 660 bin ha'dan 1 milyon ha'a
- ✓ **Zeytin ağacı sayısı:** 144 milyondan 180 milyona
- ✓ **Sofralık zeytin üretimi:** 400 bin tondan 650 bin tona
- ✓ **Yağlık zeytin üretimi:** 800 bin tondan 2,5-3 milyon tona
- ✓ **Zeytinyağı Üretimi:** 115 bin tondan 650-700 bin tona
- ✓ **Zeytinyağı ihracatı:** 70 bin tondan 200-250 bin tona
- ✓ **Sofralık zeytin ihracatı:** 35-65 bin tondan 150-200 bin tona
- ✓ **Ağaç başına verim:** 12 kg'dan 25 kg'a
- ✓ **Kişi başına düşen zeytinyağı tüketimi:** 1 kg'dan 5 Kg'a çıkarmak hedeflenmiştir.

Kaynak: Tan, 2010.

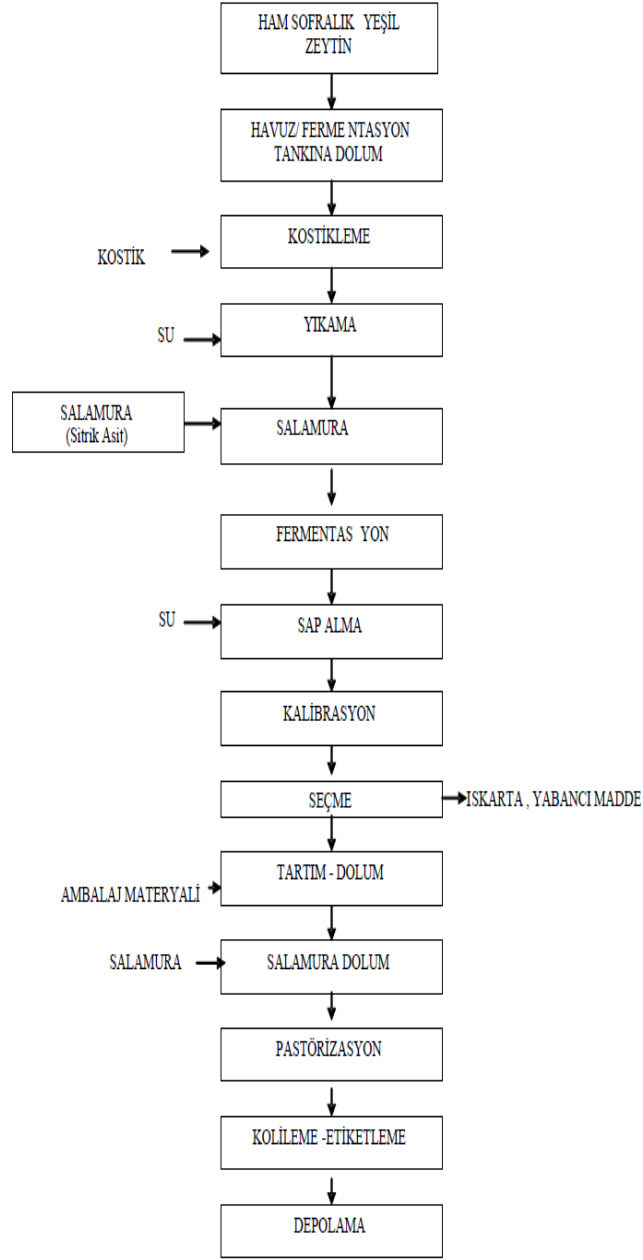
6.2.1.1. Sofralık Zeytin Üretim Teknolojisi

Zeytin, diğer meyve türleri gibi hasattan hemen sonra tüketilemez. Tüketim için içerisindeki acılık maddesinin (**oleuropein**) giderilmesi gerekmektedir. Türk Gıda Kodeksi-Sofralık Zeytin Tebliğinde Sofralık Zeytin; kültüre alınmış zeytin ağacı (*Olea europaea sativa*) meyvelerinin tekniğine uygun olarak acılığı giderilip, fermentasyona tâbi tutularak veya tutulmayarak gerektiğinde laktik asit ve/veya diğer katkı maddeleri ilave edilerek pastörizasyon veya sterilizasyon işlemine tâbi tutulan veya tutulmadan elde edilen ürün olarak tanımlanmıştır.

Her çeşit zeytin sofralık olarak işlenebilir. Fakat kalitede farklılık oluştuğu için siyah-yeşil ve rengi dönük olarak ayrılan sofralık zeytinler farklı işleme teknikleri kullanılarak tüketime hazırlanırlar. Genellikle et oranı fazla, çekirdeği küçük, etinden ayrılabilir, kabuğu ince ve esnek, şeker oranı yüksek ve yağ oranı tercihen düşük çeşitler sofralık olarak işlenir. Sofralık zeytin gerek siyah, gerek yeşil, gerekse de rengi dönük olsun işlenmesinde farklı yöntemler uygulanır. Natürel adı verilen doğal yöntemde zeytinin acılığının giderilmesinde sadece tuz kullanılır. Alkali (kostikle) işleme yöntemi, suya düşük oranda karıştırılan alkali ile fermentasyonu başlatan bir uygulamadır. Alkali işleme yöntemi, natürel işleme yöntemine göre sofralık zeytinin daha çabuk tüketime hazırlanması açısından özellikle dış satım için önem taşımaktadır. Bu işleme yöntemlerini kendi içlerinde ve ülkeler bazında da çeşitlendirmek mümkündür. Sofralık zeytinler söz konusu işleme tekniklerinden sonra tüketime çekirdekli, ezme, biberli, havuçlu, badem dolgulu ve dilimli zeytin şeklinde sunulmaktadır. (Şekil 6.7) (Şekil 6.8) (Anonim, 2008c).

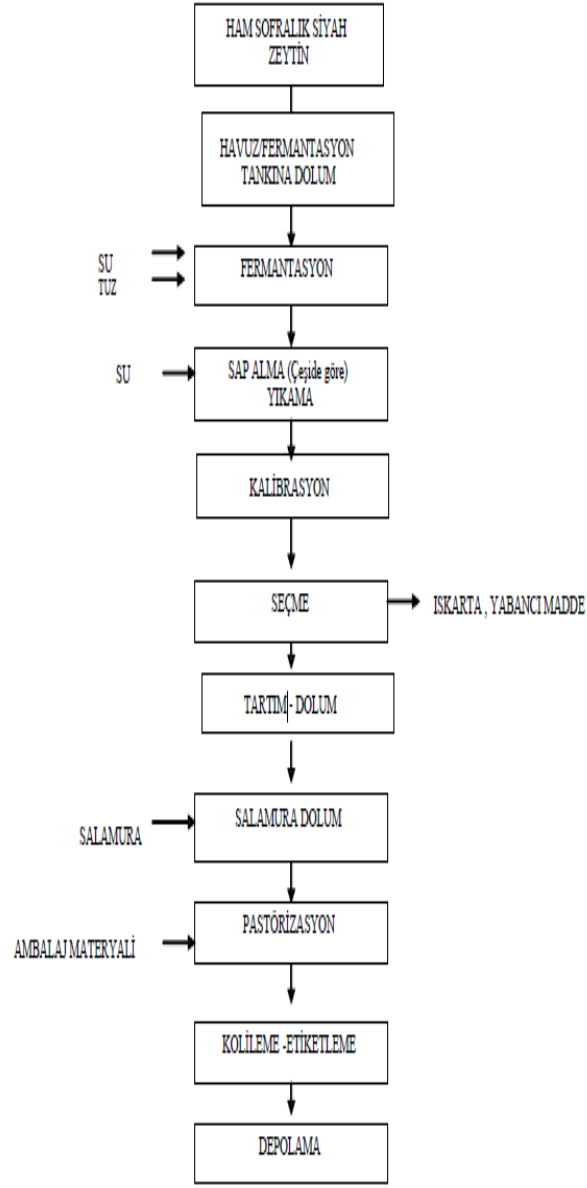
Şekil 6.7. Alkali İşleme ile Sofralık Zeytin Üretim Akış Şeması

Alkali İşleme ile Fermente Sofralık Yeşil Zeytin Üretim Akış Şeması



Kaynak: TBMM, 2008.

Şekil 6.8.Doğal Fermantasyon Yöntemi ile Sofralık Siyah Zeytin Üretim Akış Şeması



Kaynak: TBMM, 2008.

6.2.1.2. Zeytinyağı Üretim Teknolojisi

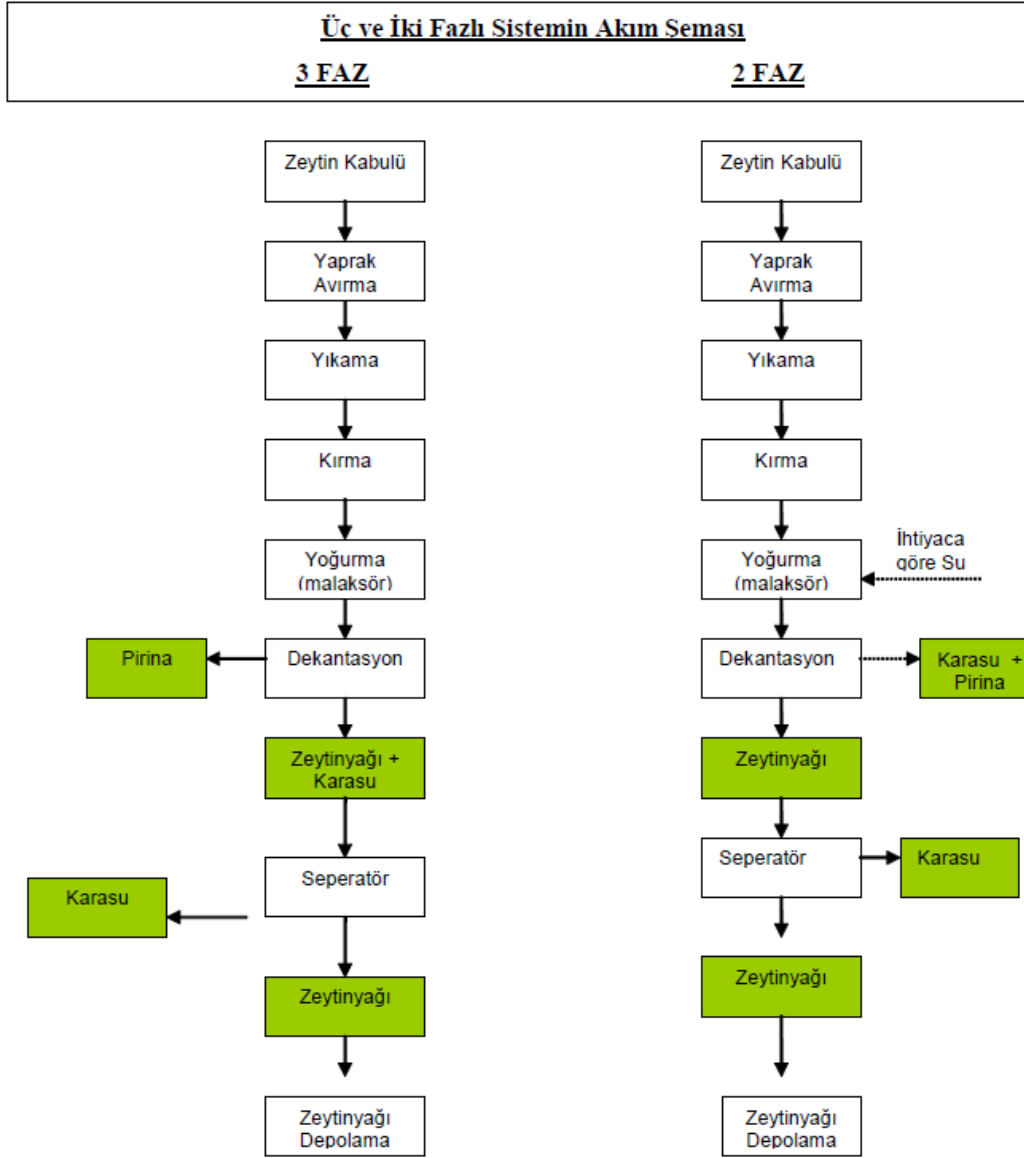
Zeytinyağı üretiminde klasik ve modern sistemler kullanılmaktadır. Klasik sistemi mengenerler, kuru sistem (süper presler) ve sulu sistem (torbalı, hidrolik presler) olarak gruplandırmak mümkündür. Modern (Kontinü Santrifüjlüme) sistemleri ise 2 fazlı ve 3 fazlı kontinü santrifüjlüme sistemi, perkolasyon sistemi, kombine perkolasyon ve santrifüjlüme (sinoleo) sistemi olarak gruplandırılabilir. Modern sistemlerde yaygın olarak 2 ve 3 fazlı kontinü sistemleri kullanılmaktadır.

Zeytin işleme teknolojisinin prensibi; temel olarak mezokarp hücrelerde oluşan yağı açığa çıkarmak ve bu yağı zeytinin diğer bileşenlerinden ayırmaktır. Zeytin meyvesinin yaklaşık %40-55 zeytin özsuyu, %18-31'si yağ, %14-22'si çekirdektir. Zeytin daneleri, yağ randımanı ve kalitesi açısından optimum olgunluğa geldiğinde hasat edilerek bekletilmeksizin zeytin sıkma tesislerine getirilerek oksidatif ve mikrobiyel bozunmaya yol açmayacak şekilde bir an önce işlenmesi gerekmektedir. İşlemeye gelen ve kabulü yapılan zeytinlerin taş, toprak ve yabancı maddelerden arındırılması ve mutlaka yıkanması gerekmektedir. Yabancı maddelerden arındırılan zeytinler, hücrelerinde bulunan yağ damlacıklarının açığa çıkarılması için kırma ve ezme işlemine tabi tutulurlar. Bunun için taş veya metal değirmenler (kırıcılar) kullanılmaktadır. Klasik sistemlerde genelde taş değirmenler kullanılırken, kontinü sistemlerde metal değirmenler/kırıcılar tercih edilmektedir.

Zeytin ezildikten sonra özellikle metal değirmenler kullanıldığında, yoğrulması gereklidir. Bu işlem daha sonra katı/sıvı fazların ayrılması için hamurun hazırlanmasında önemli bir aşamadır. Yoğurma işlemi tamamlanan zeytin hamurunun bünyesinde bulunan yağ fazının ayrılması için presler ve ya dekantör kullanılmaktadır. Kontinü sistemlerde kullanılan dekantörler iki veya üç çıkışlı olabilmektedir. Yağ, karasu ve pirina çıkan sistemler “üç fazlı” olarak adlandırılırken, sadece yağ ve yüksek nem içeriğine sahip pirina çıkan sistemler “iki fazlı” olarak adlandırılmaktadır.

Katı/sıvı faz ayırımından sonra, elde edilen yağ bünyesinde bir miktar karasu içerdiğinden sıvı/sıvı faz ayrımı için separatörlerden geçirilerek, kimyasal ve duyuşal özelliklerine göre depolanmaktadır. Elde edilen yağ, natürel zeytinyağı özelliklerini taşıyorsa natürel olarak, asitliği ve duyuşal özelliği olumsuz olanlar ise rafinasyon işlemine tabii tutularak işlenmektedir (Anonim, 2008c).

Şekil 6.9. Üç ve İki Fazlı Sistem Akışı



Kaynak:TBMM, 2008.

6.2.2. Zeytin ve Zeytinyağı Tüketimi

Türkiye’de siyah sofralık olarak değerlendirilen başlıca sofralık zeytin çeşitleri Gemlik, Uslu, Edincik-Su, Kan Çelebi, Halhalı ve Çelebi’dir. Domat ve Yamalak Sarısı çeşitleri yeşil ve genellikle kostikli, dolgulu olarak değerlendirilen çeşitlerdir. Ayvalık ve Memecik çeşitleri ise yeşil, pembe çizik, siyah ve yağlık olarak değerlendirilebilen en önemli karma çeşitlerimizdendir (Anonim, 2008c).

Dünyada kişi başına sofralık zeytin tüketiminde 10,8 kg ile Kıbrıs ilk sırada yer alırken bu ülkeyi Suriye 6,8 kg, İspanya 4,1 kg, Fransa 3,3 kg izlemektedir. Türkiye’nin kişi başına tüketimi ise 2 kg civarında gerçekleşmektedir (Özışık, 2010). Bir diğer kaynağa göre Türkiye kişi başına 0,8 kg olan zeytinyağı 4,5 kg sofralık zeytin tüketmektedir (Tan, 2010).

Zeytin ve zeytinyağı tüketimine yönelik rakamlar konu ile ilgili farklı kurumların temsilcilerinin (Zeytincilik Araştırma Enstitüsü ve Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi) verdiği rakamlardır. Ülkemizde mevcut tüketim istatistikleri yeterli değildir. AB’nin büyük üretici ülkelerinde tüketiciye ait detaylı veriler var iken, Türkiye’de etkin tüketim araştırmaları henüz mevcut değildir. Bu iki farklı tüketim rakamı sektörde istatistikî veri konusundaki yetersizliği de ortaya koymaktadır.

Türkiye’de zeytinyağı, gerek fiyat gerekse alışkanlıklar sebebiyle yeterince tüketilememektedir. Zeytinyağına nazaran diğer yağlara yapılan yoğun reklam ve tanıtım faaliyetleri de tüketimin istenilen seviyeye ulaşamamasındaki bir diğer etkidir. Tüketim, daha çok üretimin yoğun olduğu bölgelerde gerçekleşmektedir. Son yıllarda sağlıklı yaşam koşullarına olan ilginin artması, Akdeniz diyetine olan ilgi ve yapılan tanıtım ve promosyon çalışmaları ülkemizde de zeytinyağı tüketiminde artışa neden olmuştur. Zeytinyağı tüketimi 2004 yılında üretimin %41,4’sine karşılık gelirken 2008 yılında bu oran %74,6’ya yükselmiştir (Çizelge 6.2.4.). Tüketimin üretimin %118’ine karşılık geldiği 2007 yılında 2006 yılında yaşanan kuraklık sebebiyle üretim önemli ölçüde düşmüş ve tüketim miktarı üretim miktarının önüne geçmiş; aradaki fark bir önceki yıldan devreden stoklardan karşılanmıştır.

Çizelge 6.2.2.1. Türkiye’de Zeytin-Zeytinyağının Üretimi ve Tüketim (2004-2008)

Sezonlar	Sofralık Zeytin		Tüketimin Üretime Oranı (%)	Zeytinyağı		Tüketimin Üretime Oranı (%)
	Üretim	Tüketim		Üretim	Tüketim	
2004/05	240	175	72,9	145	60	41,4
2005/06	280	221	78,9	112	50	44,6
2006/07	240	180	75,0	165	80	48,5
2007/08	200	190	95,0	72	85	118,0
2008/09	300	240	80,0	130	97	74,6

Kaynak: Uluslararası Zeytinyağı Konseyi, 17.03.2011. Oranlar yazar tarafından hesaplanmıştır.

6.2.3. Zeytin ve Zeytinyağı Dış Ticareti

Zeytin ağacının var yılı yok yılı özelliğinden dolayı zeytin üretimi yıllara göre inişli çıkışlı bir seyir izlemekte ve üretime bağlı olarak bir yıl düşük bir yıl bol ürün alınmaktadır. Bu durum, zeytin ve zeytinyağı dış ticaretini doğrudan etkilemektedir.

6.2.3.1. İthalat

Türkiye önemli bir üretici-ihracatçı ülke olmasına rağmen 1984 yılından sonra yıldan yıla değişen miktarlarda zeytinyağı ithalatı da yapmıştır. Daha önceleri hiç dış alım yapılmamasına karşın bu yıldan sonra bazen iç piyasada fiyatların fazla dalgalanma göstermesi üzerine spekülatif hareketleri önlemek amacıyla bu yola başvurulmuştur. Zeytinyağı ithalatının diğer bir nedeni de dışsatımcı firmaların yaptığı ihracat bağlantılarının aksamaması amacıyla dır. İhracatçı firmalar iç piyasada yeterli miktarda ürün olmadığı zaman ürün temini amacıyla dışalım yoluna gitmektedirler (Olgun, 1992).

Türkiye’nin zeytinyağı ithalatı en fazla 1-2 bin ton arasında değişmekte, 10 yılın (1998-2007) ortalamasına göre yaklaşık 554 ton ithalat görülmektedir. Bu miktar ulusal istatistiklerde yer almasına rağmen uluslar arası istatistiklerde yer almamaktadır.

Çizelge 6.2.3.1. Türkiye’nin Zeytinyağı İthalat Miktarı (1998-2007) (Ton)

Yıllar	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Miktar	81,2	229	1 708	28,9	2 281	1 106	26,9	64,9	9,9	9,5

Kaynak: Anonim, 2008c.

Sofralık zeytin ithalatımız önemli kabul edilmemektedir. Genellikle yüksek tuz konsantrasyonu içeren işleme tekniği ile başta AB ülkelerinin büyük tüketici ve ithalatçısı

konumunda bulunan İtalya ve İspanya'nın içerisinde yer aldığı birçok tüketici ülkenin damak zevkine hitap edilememektedir (Anonim, 2008c).

6.2.3.2. İhracat

Türkiye'de tarımsal ürünler ihracatı, 2007 yılında %13,2 ve 2008 yılında %17,4 oranında artış göstererek 11,5 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatın 2007 yılında %9,1'ini ve 2008 yılında %8,7'sini tarımsal ürünler oluşturmuştur. Tarımsal ürünler, “gıda maddeleri” ve “tarımsal ham maddeler” den oluşmaktadır. Türkiye'nin tarım ihracatında “gıda maddeleri” özellikle öne çıkarken, “tarımsal ham maddeler” arka planda kalmaktadır. Gıda maddeleri ihracatındaki artış, 2007 yılında %13,6 olarak gerçekleşirken, söz konusu oran 2008 yılında %18,9' a yükselmiştir. İki yılda bir yüksek verim alınan zeytin üretimine bağlı olarak zeytin ihracatı dalgalanmalar göstermektedir. 2007 yılında zeytinyağı ihracatı 2006 yılına göre %23,2 oranında azalmış, 2008 yılında da bu azalma devam etmiştir. Söz konusu azalmanın zeytin üretimindeki iki yıllık dönemsel dalgalanmadan bağımsız olarak, yaşanan ciddi kuraklık nedeniyle gerçekleştiği düşünülmektedir. Bu azalma zeytinyağının toplam ihracat içindeki payının %0,2'den (2006) %0,1'e (2008) düşmesine neden olmuştur (Anonim, 2011d).

Çizelge 6.2.3.2.1. Tarımsal Ürünler İhracatı içinde Zeytinyağının Payı (Milyon Dolar)

İhracat	Milyon Dolar			% Değişim		% Pay		
	2006	2007	2008	07/06	08/07	2006	2007	2008
Zeytinyağı	185	142	77	-23,2	-45,8	0,2	0,1	0,1
Tarımsal Ür. İhracatı	8,633	9,769	11,474	13,2	17,4	10,1	9,1	8,7
Toplam İhracat	85,535	107,272	132,027	25,4	23,1	100,0	100,0	100,0

Kaynak: DTM, Erişim 04.02.2011.

Türkiye'nin dışsatım listesine 1960'lı yıllardan sonra giren zeytinyağı zamanla payını artırarak en önemli ürünler arasına girmiştir. Ancak, düzenli bir stok politikasının olmayışı nedeniyle üretimde görülen periyodisite aynen olmasa da benzer şekilde dışsatıma da yansımaktadır. Bu nedenle zeytinyağı dışsatım miktarı yıllar itibariyle çok dalgalı bir seyir izlemektedir (Olgun,1992).

Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı 2000/2001 sezonunda 91,4 milyon kg ve 129,1 milyon \$ iken, 2008/2009 sezonunda bu miktar 17,3 milyon kg ve 75,0 milyon\$'a gerilemiştir. Zeytinyağı ihracatındaki en büyük artış 2003-2004 sezonunda yaşanmıştır. 2003 sezonunda 46 milyon kg olan üretim 2004 sezonunda iki katına çıkarak 92,1 milyon kg'a yükselmiştir.

2006 yılında yaşanan kuraklık sebebiyle 2007 sezonunda üretimde meydana gelen azalma ihracata da yansımış; 2006'da 42,3 milyon kg'dan 17,3 milyon kg'a gerilemiştir. Zeytinyağı ihracat fiyatı kg başına ortalama 1,41 ile 4,27 \$ arasında değişmektedir. 2009 sezonunda ihracat fiyatı ortalama 3,44\$ olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 6.2.3.2.2.).

Çizelge 6.2.3.2.2. Türkiye'de Zeytinyağı İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009)

Sezonlar	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Ortalama Fiyat (\$/Kg)
2000/2001	91.410.276	129.165.159	1,41
2001/2002	25.166.550	45.774.267	1,82
2002/2003	74.255.506	157.327.020	2,12
2003/2004	46.034.412	125.647.829	2,73
2004/2005	92.108.874	293.892.413	3,19
2005/2006	47.569.031	202.942.856	4,27
2006/2007	42.389.279	145.428.285	3,43
2007/2008	17.302.029	77.813.155	4,5
2008/2009	27.909.566	93.001.245	3,33
2009/2010	21.803.543	75.065.375	3,44

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği kayıtları, 2011. *Bu rakamlarda FOB değeri kullanılmaktadır.

Türkiye'nin zeytinyağı ihracatına başladığı 1960'lı yılların başından itibaren 1970'lere kadar ihracatın hemen hemen tamamına yakın kısmı dökme olarak (lampant) AT ülkelerine ve özellikle İtalya'ya yapılmıştır. Ancak zaman içinde ihracatın hem ülkelere dağılımında hem de satış şekillerinde önemli değişimler olmuştur. AT ülkelerine yapılan zeytinyağı ihracatının zaman içinde değişmesinin ise başlıca iki nedeni vardır. Bunlardan birincisi Türkiye'de 1970'li yıllarda zeytinyağı rafine tesisleri konusunda yapılan yatırımların hizmete girmesiyle ham zeytinyağlarının büyük bir bölümünün ülke içinde rafine edilmesi ve yenilebilirlik niteliği kazanmasıdır. Ham zeytinyağlarının işlenmesiyle katma değer de ülke içinde kalması mümkün olmuştur. Bunun neticesinde de Türkiye'den ham zeytinyağı ihracatı yasaklanmış ve doğrudan tüketiciye hitap eden ambalajlanmış (kutulanmış) zeytinyağı ihracatı başlamıştır (Olgun, 1992).

Zeytinyağı ihracatımızın 2004/2005 sezonunda %66,4'ü dökme, %10,2'si varilli ve %23,4'ü kutulu olarak gerçekleşirken bu değerler 2009/2010 sezonunda dökme %27,3, varilli %8,9 ve kutulu %63,8 olmuştur (Çizelge 6.2.3.2.3). Bu durum ülkemiz zeytinyağının artık kendi markalarıyla ve ismiyle dünya pazarında yer aldığını göstermektedir.

Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması çerçevesinde ülkemizce ihracat desteği verilebilecek 44 ürün/ürün grubu içerisinde yer alan zeytinyağı ve sofralık zeytin ihracatında ihracat iadesi ödemesi yapılmaktadır. 15.04.2010 tarihli ve 27553 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulu’nun 2010/5 No’lu Tebliği uyarınca; ihraç edilen ürünlerden daha yüksek katma değer sağlanması, ihracatta markalaşmanın teşvik edilmesi ve kutulu ihracatın arttırabilmesi amacıyla, küçük ambalajlarda ve markalı olarak yapılan ihracatlarda daha yüksek oranda ihracat iadesi yapılması kararlaştırılmıştır (Anonim, 2011g).

Zeytinyağında; “tescilli Türk Markaları” ve “Made in Turkey” ibaresi ile ihraç edilen zeytinyağları için net ağırlığı 2-5 kg arasında (5 kg dahil) olan ambalajlarda ihracat iadesi miktarı 175 \$/ton; net ağırlığı 1-2 kg arasında (2 kg dahil) olan ambalajlarda ihracat iadesi miktarı 320 \$/ton, net ağırlığı 1 kg’a kadar (1 kg dahil) ambalajlarda ihracat iadesi miktarı 550 \$/ton ve 80 \$/ton, ihracat iadesi ödemesi yapılmaktadır (Anonim, 2011g).

Çizelge 6.2.3.2.3.Ambalaj Türlerine Göre Türkiye Geneli Zeytinyağı İhracatı

Sezon	Ambalaj Şekli	Miktar (Kg)	Değer (\$)	\$/TON	Miktar Pay (%)
2004/2005	Dökme	61.271.318	195.399.401	3,19	66,4
	Varilli	9.360.247	30.648.022	3,27	10,2
	Kutulu	21.596.527	70.557.622	3,27	23,4
	TOPLAM	92.228.092	296.605.045	3,22	100
2005/2006	Dökme	26.295.413	108.708.012	4,13	55,3
	Varilli	9.949.153	43.655.309	4,39	20,9
	Kutulu	11.324.489	50.579.567	4,47	23,8
	TOPLAM	47.569.031	202.942.856	4,27	100
2006/2007	Dökme	17.299.845	55.151.793	3,18	40,8
	Varilli	9.599.615	31.378.273	3,26	22,7
	Kutulu	15.468.736	58.916.251	3,77	36,5
	TOPLAM	42.389.279	145.428.285	3,39	100
2007/2008	Dökme	1.788.669	6.858.428	3,83	11,3
	Varilli	2.748.477	11.082.942	4,03	17,4
	Kutulu	11.293.168	53.770.448	4,76	71,3
	TOPLAM	15.832.908	71.732.896	4,53	100
2008/2009	Dökme	8.241.804	22.570.624	2,74	29,6
	Varilli	3.107.338	9.262.073	2,98	11,1
	Kutulu	16.560.424	61.168.551	3,69	59,3
	TOPLAM	27.909.566	93.001.245	3,33	100
2009/2010	Dökme	6.007.130	16.415.396	2,73	27,3
	Varilli	1.948.658	6.142.538	3,15	8,9
	Kutulu	14.031.337	53.240.279	3,79	63,8
	TOPLAM	21.987.125	75.798.213	3,45	100

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği kayıtları, 2011.

Kutulu zeytinyağına ihracat iadesi ödemesinin yapılması kutulu ihracatı özendiren ve artıran önemli bir unsur olmuştur.

Tiplerine göre zeytinyağı ihracatı değerlendirildiğinde; Çizelge 6.2.3.2.4.'te görüldüğü gibi 2004/2005 sezonunda sızma zeytinyağı ihracatımızın toplam zeytinyağı ihracatı içindeki payı %24,5 iken; 2009/2010 sezonunda bu pay %30,3 olarak gerçekleşmiştir. Dünyada tüketiciler tarafından en çok tercih edilen zeytinyağı tipi sızmadır. AB ülkelerinde üretimin büyük bir oranı sızma olarak gerçekleşirken ülkemizde henüz o seviyelere ulaşamamıştır. Üretimden, hasattan ve saklama koşullarından kaynaklanan sorunlar sızma üretiminin artırılmasının önündeki engellerdendir.

Kaliteli zeytinyağı üretiminde birçok ideal koşul bir arada bulunmalıdır. Zeytinyağının tadını ve kalitesini, yöre ikliminden toprağın verimine, zeytinin toplanma şeklinden kullanılan gübreye ve mekanik ezme makinelerinin özelliklerine kadar her şey belirler. Riviera tipi zeytinyağında ise kalite, üretim tesisinin rafinasyon teknolojisi, natürel zeytinyağının yüzdesi ve niteliğiyle doğru orantılıdır. Natürel zeytinyağında kalite dendiğinde, iki faktör önem taşır. Birincisi kimyasal analizlerle ölçülebilen asit oranıdır. İkinci faktör ise lezzet ve kokuyu tespit etme ve ölçmedir. Tadım uzmanları tarafından gerçekleştirilen bu işleme “degüstasyon” adı verilir. Tadım eğitimini almış olan kişi, zeytinyağının tadına bakarak, zeytinin cinsinden, üretimde kullanılan ekipmanın özelliklerine, yağın saklama koşullarından ambalaj hatalarına kadar her türlü konuda bilgi sahibi olabilmektedir. Bu özellikler üretim aşamasında yapılan tüm hataların anlaşılabilir minimuma indirilmesini sağlamaktadır. Zeytinyağı işletmelerinin bu eğitimleri aldırması zamanla tüm üretim hatalarını sıfıra indirecek ve ülkemizde daha kaliteli yağların üretimine olanak sağlayacaktır. Zeytinyağında tadım Uluslararası Zeytinyağı Konseyi tarafından da üzerinde önemle durulan bir konu olup, zeytinyağının ithalat ve ihracatında kilit konumundadır (Ölken, 2009).

Çizelge 6.2.3.2.4.Tiplerine Göre Türkiye Geneli Zeytinyağı İhracatı

SEZON	TİP	MİKTAR (KG)	DEĞER (\$)	\$/KG.	MİKTAR PAYI (%)
2004/2005	Sızma	22.597.936	77.577.024	3,43	24,5
	Naturel 1.	15.250.403	46.001.552	3,02	16,5
	Naturel 2.	3.104.596	10.917.574	3,52	3,4
	Rafine	23.790.328	73.818.733	3,1	25,8
	Riviera	27.484.829	88.290.162	3,21	29,8
	TOPLAM	92.228.092	296.605.045	2,03	100
2005/2006	Sızma	10.271.027	45.243.873	4,4	21,6
	Naturel 1.	4.632.377	18.994.332	4,1	9,7
	Naturel 2.	1.340.918	5.909.671	4,4	2,8
	Rafine	14.508.300	60.753.204	4,18	30,5
	Riviera	16.812.305	72.447.581	4,31	35,4
	TOPLAM	47.569.031	202.942.856	4,27	100
2006/2007	Sızma	18.440.805	65.184.852	3,53	43,5
	Naturel 1.	4.077.982	12.914.787	3,17	9,6
	Naturel 2.	194.196	654.390	3,37	0,5
	Rafine	8.434.159	28.253.635	3,35	19,9
	Riviera	11.221.054	38.438.653	3,43	26,5
	TOPLAM	42.389.279	145.428.285	3,39	100
2007/2008	Sızma	6.718.067	32.166.631	4,79	42,4
	Naturel 1.	1.466.328	6.327.268	4,32	9,3
	Naturel 2.	566.749	2.458.152	4,34	3,6
	Rafine	3.113.258	12.828.756	4,12	19,7
	Riviera	3.968.506	17.952.089	4,52	25
	TOPLAM	15.832.908	71.732.896	4,53	100
2008/2009	Sızma	8.619.727	33.784.014	3,92	30,9
	Naturel 1.	2.233.647	7.572.079	3,39	8
	Naturel 2.	542.910	1.826.628	3,36	1,9
	Rafine	5.635.719	16.420.599	2,91	20,2
	Riviera	10.877.563	33.397.928	3,07	39
	TOPLAM	27.909.566	93.001.245	3,33	100
2009/10	Sızma	6.669.065	27.899.871	4,18	30,3
	Naturel 1.	2.580.559	8.920.747	3,46	11,7
	Naturel 2.	30.400	110.352	3,63	0,2
	Rafine	5.494.339	16.765.135	3,05	25
	Riviera	7.212.762	22.102.106	3,06	32,8
	TOPLAM	21.987.125	75.798.213	3,45	100

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği kayıtları, 2011.

Türkiye sofralık zeytini uzun yıllardır daha çok siyah sofralık olarak işlemektedir. Siyah sofralık zeytin daha çok etnik pazarlara yapılabilmektedir. Bu tip zeytin tüketen ve

damak tatları buna uyan ülkeler; Rusya, Bulgaristan Romanya ve Türkler'in yoğun yaşadığı AB ülkeleridir.

Ülkemizde ağırlıklı olarak siyah zeytin ihracatı gerçekleşmektedir. 2000/2001 sezonunda 26,6 milyon kg olan ihracat 2009/2010 sezonunda iki kat artarak 54,0 milyon kg'a; aynı sezonlar itibariyle de gelir 18,9 milyon \$'dan 84,8 milyon \$'a yükselmiştir. Sofralık siyah zeytin ihracatımız yıllar itibariyle artan bir seyir izlemektedir (Çizelge 6.2.3.2.5).

Çizelge 6.2.3.2.5. Türkiye'de Siyah Zeytin İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009)

Sezonlar	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Ortalama Fiyat (\$/Kg)
2000/2001	26.613.385	18.927.201	0,71
2001/2002	27.809.417	21.440.344	0,77
2002/2003	32.838.804	31.969.894	0,97
2003/2004	43.452.885	54.030.375	1,24
2004/2005	41.380.275	44.286.111	1,07
2005/2006	48.023.740	65.919.496	1,37
2006/2007	56.657.348	72.989.290	1,29
2007/2008	52.967.699	90.390.044	1,71
2008/2009	53.765.230	81.724.467	1,52
2009/2010	54.045.642	84.774.186	1,57

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği kayıtları, 2011. *Bu rakamlarda FOB değeri kullanılmaktadır.

Yeşil zeytin ihracatımız çizelge 6.2.3.2.6.'da görüldüğü gibi 2000/2001 sezonunda ihraç edilen miktar 9,9 milyon kg ve 9,3 milyon\$ iken, 2009/2010 sezonunda 12,3 milyon kg ve 21,9 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Sofralık yeşil zeytin ihracat miktarımız yıllar itibariyle dalgalı bir seyir izlemektedir.

Çizelge 6.2.3.2.6. Türkiye'de Yeşil Zeytin İhracatı ve Ortalama İhraç Fiyatları (2000-2009)

Sezonlar	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Ortalama Fiyat (\$/Kg)
2000/2001	9.906.952	9.353.312	0,94
2001/2002	5.717.067	6.444.533	1,13
2002/2003	9.991.181	12.160.089	1,22
2003/2004	7.770.051	12.684.254	1,63
2004/2005	16.212.173	32.724.886	2,02
2005/2006	6.304.839	12.526.550	1,99
2006/2007	10.625.917	19.376.960	1,82
2007/2008	6.470.868	16.657.203	2,57
2008/2009	9.115.384	18.135.136	1,99
2009/2010	12.300.761	21.888.011	1,78

Kaynak: Ege İhracatçılar Birliği kayıtları, 2011. *Bu rakamlarda FOB değeri kullanılmaktadır.

Sofralık zeytinde; “tescilli Türk Markaları” ve “Made in Turkey” ibaresi ile ihraç edilen zeytinler için net ağırlığı 2-5 kg arasında (5 kg dahil) olan ambalajlarda, ihracat iadesi miktarı 125 \$/ton, net ağırlığı 1-2 kg arasında (2 kg dahil) olan ambalajlarda, ihracat iadesi miktarı 175 \$/ton, net ağırlığı 1 kg’a kadar (1 kg dahil) olan ambalajlarda ihracat iadesi miktarı 250 \$/ton ve 18 kg’a (net ağırlık) kadar kutulu ambalajlarda “Tescilli Türk Markaları” ve “Made in TURKEY” ibaresi olmadan ihraç edilen zeytinlere 75 \$/ton, ihracat iadesi ödemesi yapılmaktadır.

Zeytin ihracatında karşılaşılan en önemli sorun, ihracatçıların yeterince iri kalibre zeytin temin edememeleri, bu nedenle başta Bulgaristan ve Romanya olmak üzere AB pazarını Mısır, Suriye ve Tunus lehine kaybetme tehlikesiyle karşılaşmalarıdır. Ayrıca Yunanistan’ın hızlı bir şekilde Romanya ve Bulgaristan pazarına girmesi de zeytin ihracatımızda karşılaşılan bir diğer önemli husustur. Diğer yandan bir stok müessesesinin oluşturulamamış olması da, ihracatçıların uzun vadeli mal arzında istikrarsızlık yaşamalarına neden olmaktadır. Zeytin ihracatının artması zeytin üretiminin artmasına bağlıdır. İhracatçıların dünya pazarına yıl boyunca düzenli ürün arz etmesi gerekmektedir. Bu sağlanmadığı takdirde, zeytin ihracatçıları zincir mağazalardan çıkarılmaktadır. İhracatta verimliliğin artması öncelikle kaliteli ve dünya standartlarına uygun hammadde teminine bağlıdır (Kayalar, 2009).

6.2.3.3. Zeytinyağı Piyasa Fiyatları

Zeytinyağı piyasa fiyatları ülkemiz ile birlikte önemli zeytinyağı üreticisi ülkeler olan İspanya ve İtalya’daki fiyatlar dikkate alınarak değerlendirilmiştir. 2008/2009 sezonunda naturel sızma zeytinyağı (dökme) fiyatları ülkemizde 6,00 TL iken, İspanya’da 4,44* TL (2.075 €) ve İtalya’da 5,45* TL (2.546 €) olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 6.2.3.3.1, 6.2.3.3.2 ve 6.2.3.3.3). Ülkemizde zeytinyağı fiyatları dünyada önemli ihracatçı ülkeler olan İspanya ve İtalya’dan yüksektir. Aradaki bu fark bizim dünya pazarında bu ülkelerle rekabet etmemizi zorlaştırmaktadır. (* Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Döviz Kurları, 31.12.2008 tarihli kur dikkate alınmıştır).

Çizelge 6.2.3.3.1. Türkiye’de Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (TL/Kg)

Ürünler	2006	2007	2008	2009
- Zeytinyağı Ham Muhtelif Asit	5,16	4,02	4,54	4,45
- Zeytinyağı Naturel Sızma (Dökme)	6,88	6,32	6,00	6,77
- Zeytinyağı Naturel Sızma(1 lt)	8,57	8,59	8,47	8,12
- Zeytinyağı Yemeklik (Dökme)	5,83	6,03	6,29	6,10
- Zeytinyağı Yemeklik Riviera(Dökme)	6,57	6,82	5,38	6,55
- Zeytinyağı Yemeklik Riviera (1 lt)	7,28	7,30	6,85	7,26
-Siyah Zeytin Yemeklik Ekstra (Dökme)	5,32	5,39	7,73	9,67
- Siyah Zeytin Yemeklik(1 Kg)	3,18	3,35	2,01	2,65
- Yeşil Zeytin Yemeklik Ekstra (Dökme)	5,36	6,22	7,00	8,67
- Yeşil Zeytin Yemeklik(1 Kg)	2,23	1,27	5,00	9,67

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu (İzmir Tic. Borsası fiyatları)

Çizelge 6.2.3.3.2. İspanya’da Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (€/Kg)

Ürünler	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10*
-Zeytinyağı Ham Muhtelif Asit	3.185	2.359	2.339	1.927	1.791
-Zeytinyağı Naturel Sızma (Dökme)	3.486	2.531	2.485	2.075	2.107
-Zeytinyağı Yemeklik (Dökme)	3.394	2.449	2.419	1.996	1.931
-Zeytinyağı Yemeklik Riviera (Dökme)	3.285	2.359	2.339	2.027	1.891

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu (Poolred – İspanya Fiyatları (*) 2009-2010 iş yılı rakamları 9.08. 2010’a kadardır).

Çizelge 6.2.3.3.3. İtalya’da Yıllık Ortalama Zeytinyağı Fiyatları (€/Kg)

Ürünler	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10*
-Zeytinyağı Ham Muhtelif Asit	Veri yok	2.179	2.193	1.815	1.678
-Zeytinyağı Naturel Sızma (Dökme)		3.206	3.091	2.546	2.561
-Zeytinyağı Yemeklik (Dökme)		2.397	2.452	1.999	2.027
-Zeytinyağı Yemeklik Riviera(Dökme)		2.279	2.293	1.915	1.778

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu (ISMEA(2007-2008/2008-2009/2009-2010 iş yılları) Concorzio Nazionale delgi Olivicoltori s.c.ar.l (2006-2007) – İtalya Fiyatları (*) 2009-2010 iş yılı rakamları 26.07. 2010’a kadardır).

6.2.3.4. Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Üretim Maliyetleri

Ülkemizde zeytincilik konusundaki tek araştırma kuruluşu olan Zeytincilik Araştırma Enstitüsü’nün 2009/2010 sezonuna ait maliyet çalışması verilerinden yararlanarak hazırlanan dekara maliyet verileri aşağıdaki gibidir.(Detaylı bilgi için EK 1’e bakınız).

Zeytincilik faaliyetinde bakım masraflarının (budama, sürüm, çapalama, gübreleme, hasat ve nakliye gibi) yanında genel idare masrafları ve diğer masraflar (koruma vb), arazi kirası, tesisin yıllık amortisman payı gibi masraf kalemleri yer almaktadır. Zeytinyağı üretiminde bu masraflara ilaveten zeytinyağına işleme masrafları (dane ve yağ nakli, zeytinin yağa işleme masrafı vb) da bulunmaktadır. Dane veriminde iki yılın ortalaması dikkate alınarak verim hesaplanmıştır.

Sofralık Zeytin Üretim Maliyeti:

Brüt gelir : 549 TL

Üretimde kullanılan değişken masraflar: 379,34

Brüt kar = Brüt gelir-Değişken masraflar

Brüt kar = 549-379,34

Brüt kar=169,66 TL

Zeytinyağı Üretim Maliyeti:

Brüt gelir : 171,50 TL

Üretimde kullanılan değişken masraflar: 94,97

Brüt kar = Brüt gelir-Değişken masraflar

Brüt kar = 171,50-94,97

Brüt kar=76,53 TL

Sofralık zeytinin dekara brüt karı zeytinyağından iki kat fazladır. Sofralık zeytinin arazi kirası hariç kg maliyeti 1,06 TL iken arazi kirası dahil edildiğinde bu rakam 1,40'a yükselmektedir. Arazi kirası hariç zeytinyağı üretim maliyeti 4,29 TL/kg iken, arazi kirası ile değerlendirildiğinde 7,10'a çıkmaktadır.

Araştırma alanındaki zeytin arazilerinin büyük bir çoğunluğu (%86,3) üreticilerin kendilerine ait olduğu için ve bunun yanında maliyet kalemlerinden olan amortisman, faiz, kira ve çiftçi ailesinin işgücü karşılığı gibi giderler için üreticiden nakit çıkışı söz konusu olmadığından üreticiler az kar elde ettiklerini veya zarar ettiklerini düşünmemektedirler. Sadece elde ettikleri gelirden memnun gözükmemektedirler.

6.2.3.4. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytinde Tarımsal Üretici Örgütlenmeleri

Ülkemizde üretici organizasyonlarının örgütlenmesi; 4572 Sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri (TSKB) Hakkında Kanun, 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu ve 5200 Sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu kapsamında yapılmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı üreticilerinin büyük bölümü TSKB çatısı altında örgütlenmişlerdir. Tarım satış kooperatifleri

ve birlikleri, sofralık zeytin ve zeytinyağında güçlü birer alıcı olduklarından, ülkemiz zeytin üretimi de ağırlıklı olarak, TSKB'lerin alım bölgelerinde gerçekleştirilmektedir (Anonim, 2008c ve 2011g). Sofralık zeytin ve zeytinyağı konusunda faaliyet gösteren tarım satış kooperatifi ve birlikleri çizelge 6.2.3.4.1'de görülmektedir.

Araştırma alanı içerisinde zeytin ve zeytinyağı konusunda faaliyet gösteren Marmarabirlik ve Tariş tarım satış kooperatifi birliği bulunmaktadır. Bu iki birlik 52.925 ortağa hizmet götürmekte ve ürünlerini değerlendirmektedir. Bu birlikler üreticiden doğrudan alım yaparak sektörde üretim-işleme ve pazarlama faaliyeti yapmaktadırlar. Birlikler, aynı ve nakli üretim girdileri vermenin yanında üreticilere eğitim ve yayım çalışmalarında da bulunmaktadır.

Çizelge 6.2.3.4.1. Araştırma Alanı İçerisinde Zeytin ve Zeytinyağı Alan Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri

Birlik Adı	Faaliyet Konusu	Birliğin Kooperatif Sayısı (Adet)	Birliğin Ortak Sayısı
TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği	Z.yağı-Sofralık Zeytin	33	24.410
MARMARABİRLİK	Sofralık Zeytin- Z.yağı	8	28.515
Toplam		41	52.925

TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği, kooperatiflerine bağlı 29 işletmede günlük 3.160 ton işletme kapasitesine, 75.000 ton/yıl rafinasyon kapasitesine sahip, ülkemizin en büyük ve en modern rafinerisine, 3.000 ton/yıl kapasiteli sofralık zeytin paketleme tesisine, UZK tarafından akredite edilmiş laboratuara, 55.500 ton/yıl zeytinyağı ambalajlama kapasitesine, 55.092 ton/yıl zeytinyağı depolama kapasitesine sahiptir (Anonim, 2011g).

Marmarabirlik, ülkemizdeki en güçlü 500 sanayi kuruluşu arasında yer alan, en büyük zeytin üretici kuruluşudur. 403 dönüm toplam alan içinde 136 dönüm kapalı alanı ve 70.400 ton depolama ve olgulaştırma kapasitesi ile bu arazi üzerinde kurulu modern tesislerinde, hijyenik ortamda yaklaşık 150 ton/gün kapasiteli zeytin ambalajlanması ve 220 ton/gün zeytinyağı üretim ve dolumu yaparak Türk ekonomisine katma değer sağlayan çok önemli bir sanayi kuruluşudur. Bölgesinde yetiştirilen sofralık siyah zeytinin yaklaşık %40-45'ini satın alıp, işlemektedir. Ülkemizde sofralık salamura siyah zeytinde; düzenleyici, fiyat belirleyici, piyasa oluşumunu yönlendirici, bilgilendirici ve organize edici, yeniliklerde öncü rol oynama görevlerini yerine getiren, çok yönlü bir kuruluştur (Anonim, 2011b).

7. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ZEYTİNCİLİK VE ZEYTİNYAĞI POLİTİKALARI

Dünyada zeytincilik politikaları doğrudan Avrupa Birliği zeytincilik politikalarını oluşturmaktadır. Çünkü dünyanın en büyük üreten, tüketen, ihraç ve ithal eden ülkeleri bu ülkelerdir.

7.1. Avrupa Birliği'nde Ortak Tarım Politikası ve Zeytinyağı Piyasa Düzeni

Avrupa Birliği'nde ekonomik ve sosyal gelişmeler, Birliğe üye ülkelerin farklılıkları nedeniyle çeşitli ortak politikalarla sağlanmaktadır. Tarım sektörü ile ilgili düzenlemeler ortak tarım politikaları içerisinde yer almaktadır. Ortak Tarım Politikası'nın amacı, tarım sektöründe verimliliği arttırmak, bu kesimde çalışanların gelir ve refah düzeyini yükselterek daha yüksek bir yaşam standardı sağlamak, tarım kesiminde üretimi artırırken piyasalarda kararlılığı sağlamak, kendine yeterli hale gelmek ve piyasalarda fiyat istikrarını sağlamaktır.

Ortak Tarım Politikası'nın işlerlik kazanmasında Avrupa Birliği'nin 1960'lı yılların başlarında bitkisel yağların Topluluk içindeki düşük üretimi nedeniyle yüksek düzeydeki tüketimi etkin olmuştur. Bitkisel yağ üretimi Birliğin yağ ihtiyacının ancak %10'unu karşılar iken, bitkisel yağlardaki bu açığı kapatabilmek için Birliğin üçüncü ülkelerden gelen yağlı tohumlara tamamen açılması ve sıfır gümrük resmi ile bitkisel yağ ithali gibi çözüm yolları benimsenmişti. Ancak 1966 yılına gelindiğinde bu durum pazarda bolluğa, fiyatların düşmesine, diğer yağlara göre fiyatı yüksek olan zeytinyağı tüketiminin azalmasına neden olmuştur. Özellikle İtalya'da zeytin üreticisi çok sayıda ailenin bitkisel yağların zeytinyağı üzerindeki olumsuz baskısı ile Birlik yeni tedbirler almaya zorlanmıştır. Bunun üzerine Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde Zeytinyağı Piyasa Düzeni (ZPD), Konsey'in 136/66/EEC numaralı kararına göre 22 Eylül 1966'da katı ve sıvı yağlar Ortak Piyasa Organizasyonu'nu belirleyen yönetmelikle oluşturulmuştur. ZPD, altı üyeli Toplulukta ana üretici ülkenin İtalya olduğu dönemde kurulmuştur. Bu durum 1981'de Yunanistan ve 1986'da İspanya ve Portekiz'in Topluluğa girmesiyle tamamen değişmiştir. Topluluk, bu zeytinci ülkelerin katılmasıyla kendine yeterlilik oranını aşmıştır. Daha sonra yapılan birçok değişikliğe rağmen ZPD, yeterli bir destekleme sistemi oluşturma konusunda başarısız olmuştur (Göğüş ve ark., 2009; Gazanfer, 2007).

Daha sonra, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün baskıları sonucunda, Topluluk, desteklerin azaltılması konusunda bazı değişiklikler yapmak zorunda kalmıştır. Böylece ZPD'ye yönelik reformun koşulları oluşmuştur. Yıllar içinde daha birçok değişikliğe uğrayan ZPD'de reform niteliği taşıyan değişiklik 1998 yılında yapılan reformdur. 1986 yılında İspanya ve

Portekiz'in Topluluk' a girmesi ile net ihracatçı konumuna gelen AB'nin ZPD'ye yönelik yardım sisteminde önemli değişikliklerin yapılması gerekli hale gelmiştir. 1998 reformu, koruyucu, kaliteyi artırıcı, yetiştiricilere sabit bir geliri garanti edici bir yapıyı amaçlarken, dinamik bir pazar ve organizasyon ile sektörü kontrol etmeyi de hedeflemiştir. Aynı zamanda bu reform ile finansal kaynakların üretici yardımına yoğunlaştığı, bütçenin ulusal garanti edilmiş miktarlar şeklinde üye ülkelere dengeli bir biçimde dağıldığı bir yapı arzulanmıştır.

Konsey, ZPD'nin kontrol ve idare sistemini geliştirmek amacıyla; sektördeki istatistiksel verileri değerlendirmek ve düzenlemek, yeni dikimler için kayıt zorunluluğu getirmek, denetleme prosedürünü ve bunları ihlal durumunda cezai yaptırımları güçlendirmek ve verim tahmini için yeni bir yöntemin oluşturulması gibi bir dizi önlemleri içeren yeni bir düzenleme getirmiştir. 1998 yılında başlanılan ve 2001 yılı itibarıyla ZPD'yi baştan sona ele almayı ve getirilen yeni düzenlemelerin bir uygulamasının görülmesinin istendiği geçiş dönemi, CBS (Coğrafi Bilgi Sistemi)'nin tamamlanamamasından dolayı 2004 yılına dek uzatılmıştır. Zeytin yetiştiriciliği konusunda oluşturulmaya çalışılan Coğrafi Bilgi Sistemi'nin tamamlanması ile birlikte Konsey, 1 Kasım 2003'ten itibaren CBS'ye göre kayıt olmamış zeytin ağaçlarından elde edilen üretim için yardım yapılmasına karar vermiştir.

"Zeytinyağı Kalite Strateji" sinden oluşan bir dizi önlem de Komisyon tarafından 2001 yılında tanıtılmıştır. Bu önlemler; zeytinyağı sınıflandırılmasında değişiklik, tüketicilere tam bir bilgi sunmak için etiketleme kurallarının geliştirilmesi, pazarın izlenmesi ile görevli organizasyonların finanse edilmesi için düzenlemelerin geliştirilmesi, zeytin yetiştiriciliğinin çevreye etkisi, kalitenin yükseltilmesi ve üretim yardımından kesinti ile kalitenin korunması ve belgelenmesinin finanse edilmesidir (Göğüş ve ark., 2009; Gazanfer, 2007)

7.1.1. Destekleme ve Pazar Politikaları

Avrupa Birliği'nde "Destekleme ve Pazar Politikaları"nın temelini fiyat politikaları ve ürünlere doğrudan destek sağlayan düzenlemeler oluşturmaktadır.

7.1.2. Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni'nde 1966-1979 Yılları

İç piyasaya yönelik olarak ZPD iki tip yardımdan oluşmaktadır. Üreticilere verilen ve amacı üreticilere adil bir gelir sağlamak olan üretim yardımı ile zeytinyağının diğer bitkisel yağlarla rekabet edebilirliğini mümkün kılmak için azami 5 litreye kadar olan kutulu zeytinyağına ödenen tüketici yardımudur. Bu yaklaşım, hem üretim hem de tüketim yardımı önlemlerinin zeytin yetiştiriciliği sektörünün gelişmesinde uyumlu olarak kullanıldığı prensibine dayalıdır. Uygulamada her bir yardımda iki seviyede etkili olmuştur. Üretim yardımı talebini artırmada pozitif yönde etkili olurken tüketim yardımı da tüketimi artırdığı ölçüde dolaylı olarak üreticilerin desteklenmesine katkıda bulunmuştur.

Zeytinyağı Piyasa Düzeni başlangıçta bir seri kurumsal fiyatlara (*temsili pazar fiyatı, hedef fiyat, müdahale fiyatı*) dayanmakta ve Konsey tarafından aylık olarak hesaplanarak arttırılan bir sisteme göre yıllık olarak belirlenmekteydi. *Üretici Hedef Fiyatı* ile amaçlanan üreticilere adil gelir sağlanması ve üreticinin gelirinin artırılması amaçlanırken, *Temsili Pazar Fiyatı* ile tüketicinin fiyat artışlarından korunmasına çalışılmaktadır. Temsili Pazar Fiyatı, diğer yağların fiyatları dikkate alınarak teorik olarak belirlenmektedir. Diğer bir kurumsal fiyat olan *Müdahale Fiyatı* ise (1998/99 pazarlama yılından itibaren kaldırılmıştır), üreticilere minimum bir gelir düzeyi sağlamayı mümkün kılarken Eşik Fiyat ile (1993/94 pazarlama yılından itibaren uygulamasına son verilmiştir.) ithal edilen zeytinyağının satış fiyatı birlik pazar fiyatına yaklaştırılarak AB üretiminin korunması sağlanmıştır. Bu sistem, değişen pazar koşullarına bir esneklik getirse de bütçede tarafsızlık sağlamamış ve pazar koşulları dikkate alınmaksızın gelişmelerin sürmesine neden olmuştur.

1970'lerin sonundan itibaren, piyasa politikasından kaynaklanan AB bütçe harcamalarının kontrolü önemli bir sorun olmuş ve o yıllarda ZPD' ye ilişkin yönetmeliklerin şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Zeytinin kendi özelliğinden dolayı (dayanıklı ürün, alternans göstermesi, gerek işleme gerekse yetiştirme seviyelerinde işletmelerdeki parçalılık, güvenilir veri eksikliği vb.) üretim hacminin yardım sistemi ile birlikte ele alınması bu işi daha da zorlaştırmıştır (Göğüş ve ark., 2009).

7.1.3. Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni'nde 1979-1986 Yılları

1981 yılında Yunanistan'ın AB'ye girmesi, Birliği kendine yeterli hale getirmiş, bu da ZPD'ye yönelik bazı kurallarda değişikliği gerektirmiştir. Bunun sonucu olarak 1978-1987 yılları arasında yeni zeytinliklerin dikimi yasaklanmıştır. Fakat bu kuralın uygulama aşamasında, yeni dikimlerin yerleri konusundaki veri eksikliğinden dolayı denetim konusunda sıkıntılar yaşanmıştır. Dahası fabrikaya gelen zeytinin yeni dikimlerden olup olmadığını anlamak mümkün olamamış, pratikte yeni dikimlerden gelen ürünün yardım kapsamı dışında bırakılması çok nadir mümkün olmuştur (Göğüş ve ark., 2009).

7.1.4. Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Piyasa Düzeni'nde 1986-1998 Yılları

1986'da İspanya ve Portekiz'in katılımlarıyla, AB zeytinyağında net ihracatçı durumuna gelerek, dünya üretiminin %70'inden fazlasını gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu yeni durum, ZPD'de yeni düzenlemeleri gerekli kılmıştır. Eğer yeni düzenlemeler yapılmadan ZPD'ye devam edilirse kontrolsüz bir üretim artışı söz konusu olacak ve AB bütçesinden ZPD'ye aktarılan miktar çok büyük bir yekûn tutacak, bu da bütçede önemli sıkıntılara neden olacaktır.

Bütçe harcamalarını durağan yapabilmek ve üretim artışını kontrol altına alabilmek amacıyla, 1987/88 pazarlama yılından itibaren *Garanti Edilmiş Azami Miktar (GEAM)* uygulamasına geçilmiştir. Buna göre Topluluk azami üretimi 1.350.000 ton (AB'nin uzun yıllar üretim miktarı göz önünde bulundurularak belirlenmiştir) ile sınırlandırılmıştır. Azami miktarın aşılması durumunda aşılan miktara göre yardım miktarında azaltmaya gidilmiştir (bir pazarlama yılında %3'e kadar). Eğer azami miktar aşılmamış ise kalan miktarın bir sonraki pazarlama yılı kullanılabilmesi imkanı getirilmiştir. Pazar şartları dikkate alınmaksızın üretimde meydana gelebilecek bir artış bu sistem ile kontrol altına alındığı için AB, yeni zeytinliklerin dikim yasağını ortadan kaldırmıştır. Azami miktar uygulaması AB harcamalarını kontrol etmede başarılı olsa da birkaç yıl sonra AB üretimi konusunda etkili olamamıştır. Çünkü;

- Azami miktarın aşılmasındaki sorumluluklarına bakılmaksızın tüm üreticilere aynı şekilde uygulanmıştır.
- Verimliliklerini artırmaları mümkün olmayan ya da kârlılığı düşük işletmelerde cezaların etkisi daha ağır olmuştur. Bunun sonucu olarak da ekonomik yönden başarılı işletmelerin yardımdan aldıkları pay diğer işletmelerin tersine artış göstermiştir.
- Yeni dikimleri teşvik etmeme konusunda fazla etkili olmamıştır. Çünkü dikimden on yıl sonra buradan tam ürün alabilmek söz konusu olabilmektedir. Bu yüzden dikim kararının alındığı zamanki koşullar ile tam bir verimin alınmaya başlandığı zamandaki koşullar farklılık gösterebilmektedir (Göğüş ve ark, 2009; Gazanfer, 2007).

1980 yılı Avrupa Tarımsal Garanti ve Yön Verme Fonu (EAGGF)'nin Garanti Bölümü harcamaları 8.672 milyon ECU olup bunun 467 milyon ECU ile %5'lik kısmını zeytinyağı sektörüne ait harcamalar oluşturmuştur. Sonraki yıllarda zeytinyağı sektörüne ayrılan garanti harcamaları, miktar olarak 1981 yılı dışında artış göstermesine karşın 1989 yılına kadar oransal olarak artmamış, sadece 1989 yılında artış göstererek 1980 yılındaki düzeyini aşmış ve %7,0'ye yükselmiştir. 1987-1998 yılları ortalaması olarak Zeytinyağı Piyasa Düzeni'ne yönelik harcamaların Garanti ve Yön Verme Fonu (EAGGF) Garanti bölümü harcamaları içindeki payı yıllık 1.670 milyon ECU ile %5,1 olarak gerçekleşmiştir. Zeytinyağının toplam üretim değerinin içinde Birlik bütçesinden ayrılan destekleme harcamalarının payı yıllar içinde farklılık gösterse de yaklaşık %35 dolayındadır. Bir başka deyişle AB'de zeytinyağı üretim değerinin 1/3'ü oranında desteklenmektedir. Bu tutarın %65'inden fazlasını üretim yardımı, yaklaşık %27'sini tüketim yardımı, %4'ünü ihracat geri

ödemeleri ve geri kalanını da depolama masrafları vb. harcama kalemleri oluşturmaktadır. Görüldüğü gibi ZPD'ye yönelik harcamaların %96'sı üretim yardımı, tüketim yardımı ve ihracat geri ödemelerinden meydana gelmektedir.

Zaman içindeki seyri incelendiğinde üretim yardımının payı 1994'te %64 iken 1998'de %90'a yükseldiği, tüketim yardımının ise aynı dönemlerde %34'ten %6'ya gerilediği ve zaman içerisinde kaldırıldığı, aynı şekilde ihracat geri ödemelerinin de %3'ten %1'e gerilediği görülmektedir.

ZPD kurulduğunda, geçerli olan pazar koşulları şimdikinden oldukça farklıydı. O yıllarda sadece İtalya ve Fransa'da zeytin üretimi yapılıyordu ve 3. ülkelerin rekabeti ile karşı karşıya kalınmıştı. Bu da daha korumacı bir tarım politikasını gerektiren koşulları oluşturuyordu. Ancak Yunanistan, Portekiz ve İspanya'nın AB'ye girişiyle, AB pazarı dünya pazarının bir göstergesi oldu. Bunun sonucunda da pazar dengesi dış faktörlerden çok az etkilenen bir Birlik iç meselesine dönüşmüştür (Göğüş ve ark, 2009).

7.1.5. İç Pazarda Müdahale (Üçlü Fiyat Sistemi)

Üretici Hedef Fiyatı (Target Price): Tavan fiyat niteliğindedir. Üreticiler için adil bir gelir temin etmek ve Topluluk üretim miktarının sürdürülmesini sağlamak için uygulamaya konulmuştur. Geçiş dönemi süresince 3.837 avro/kg olarak sabitlenmiştir (2007'de değiştirildi).

Müdahale Fiyatı (Intervention Price): Taban fiyat niteliğindedir. Konsey tarafından belirlenen standart kalitedeki zeytinyağının pazarlama yılının son dört ayı itibarıyla, müdahale kuruluşları tarafından alınmasının zorunlu olduğu fiyattır. Geçiş dönemi ile uygulamadan kaldırılmıştır ve yerine özel depolama sistemi getirilmiştir (Uygulamadan kaldırıldı, yerine Özel Stoklama Sistemi getirildi).

Temsili Pazar Fiyatı: (Representative Market Price): Ekonomik dönem için belirlenen temsili fiyattır. Dünya fiyatı olarak kabul edilebilir. Pazardaki diğer bitkisel yağların fiyatlarındaki gelişmeler dikkate alınarak zeytinyağının elden çıkarılabileceği fiyattır. Fiyat uygulamaları serbest yağ asidi miktarı gramda 3,3 oleik asidi geçmeyen perakende olarak satılan natürel ikinci zeytinyağı için belirlenmektedir. Geçiş dönemi süresince 2,515 avro/kg olarak belirlenmiştir (2007'de değiştirildi) (Göğüş ve ark., 2009).

7.1.6. Ürünlere Doğrudan Destek Sağlayan Düzenlemeler

Üretim Yardımı (Production Aid): (Üretici Hedef Fiyatı-Temsili Piyasa Fiyatı-Tüketim Yardımı) olarak hesaplanmaktadır. Topluluk da hasat edilen zeytinden elde edilen zeytinyağı için üreticilere adil bir gelir düzeyi sağlanması amacıyla, önceleri büyük- küçük üretici ayrımı yapılarak verilen yardımdır. Herhangi bir pazarlama döneminde Garanti

Edilmiş Azami Miktarı (MGQ-Maximum Guaranteed Quantity) aşması halinde ertesi pazarlama döneminde üretim yardımında da orantılı olarak indirim yapılmaktadır. Büyük-küçük üretici ayırımına son verilmiştir. Geçiş dönemi süresince bu yardım 1,322 avro/kg olarak sabitlenmiştir ancak Mayıs 1998'den sonraki ağaç dikimleri yardım kapsamı dışındadır (Uygulamada).

Tüketim Yardımı (Consumption Aid): (Üretici Hedef Fiyatı-Temsili Piyasa Fiyatı-Üretim Yardımı) Zeytinyağının tüketimini artırmak için alınacak önlemlerin finansmanını ve yağlı tohumlardan üretilen diğer bitkisel yağlarla zeytinyağının rekabetinin artırılması amacıyla verilen yardımdır. Geçiş dönemi ile uygulamadan kaldırılmıştır (Uygulamadan kaldırılmıştır).

Özel Depolama Seklinde Müdahale = Stoklama Yardımı (Intervention in the form of Private Storage): Belirli dönemler itibarıyla yapılmış olan kontratlar çerçevesindeki özel depolama yardımını içermektedir. Arz fazlası dönemlerde stoklama yardımı uygulanmaktadır. Geçiş dönemi süresince bu yardım günlük olarak ülkelere göre 1,220 ila 1,664 avro/kg/gün olarak değişmektedir. Ayrıca zeytinyağı kalitelerine göre bu miktarlar Natürel Sızma, Natürel Birinci ve Natürel 2 asit Lampant için 1.524,-1.710,-1.779,-avro/ton olarak değişmektedir (Uygulamada).

Konserve Endüstrisi İçin Yardım (Refunds for the Canning Industry): Zeytinyağının bu sektöre satışının kolaylaştırılması amacıyla verilen yardımdır. Konservelerinde zeytinyağı kullanan imalatçılara 0,44 avro iade vermektedirler (Uygulamada).

Avrupa Birliği, ayrıca son uygulama kapsamında faaliyet gösteren üretici birliklerine idari ve teknik masraflar için 30 milyon avro tahsis etmektedir. Avrupa Birliği'nde zeytinyağı üretim değerinin yaklaşık 1/3'ünü, verilen destekler oluşturmaktadır. AB'de geçiş dönemi süresinde belirlenen üretici yardımı 1,322 avro/kg'dır (Çizelge7.1.1).

Çizelge 7.1.1. Avrupa Birliği'nde İç Pazara Yönelik Fiyat Mekanizması (1998-2006)

Zeytinyağı	Fiyat-Desteğin Niteliği ve Kime Verildiği	Tutarı (Avro)
1	Hedef Üretim Fiyatı (Avro/100 Kg)	383,77
2	Üretim Yardımı (Zeytinyağı Üreticilerine) (Avro/ton)	1.322,50
3	Üretim Geri Ödemesi Bazı konserve balık, konserve deniz kabukluları ve yumuşakçalar ile bazı konserve sebzelerin üretiminde kullanılan zeytinyağı için bu ürünleri üretenlere) (Avro/100 Kg)	44,00
4	Özel Depolama Yardımları Natürel sızma zeytinyağı için, (Avro/ton) Natürel 1. Zeytinyağı için (Avro/ton) 1 derecelik serbest asiditeye sahip lampante zeytinyağı için (Avro/ton) (*)	1.799,00 1.710,00 1.524,00
5	Zeytinlik Yardımı (Zeytin ağaçları ile kaplı alanlara yönelik çiftçilere verilen arazi esaslı yardım) (Avro/Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) hektar)	50,00

(*) Bu oran her ilave asit derecesi için 3,67 ECU/100 kg oranında düşürülmektedir.

AB 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren devreye giren Tek Ödeme Sistemi (Single Payment Scheme) kapsamına zeytinyağını da tedrici bir geçişle almıştır. Bunun anlamı AB desteğini azaltıyor demek değil, desteğin üretimle olan bağı kopartıyor demektir (decoupled). Bir başka ifade ile verilen 1,322 avro/kg üretim yardımı bundan sonra alan/verim ile ilişkilendirilerek devam edecektir. Çizelge 7.2.1'deki uygulama 1998-2006 yılları arasında yürürlükte olan uygulamadır. 2006-2013 yılları arasında alan uygulamasına geçilecek ve zeytin üreticisi, üretim yardımı, ürün miktarına 1,322 avro/kg değil, üretim yaptığı alan başına 550 avro/ ha olacaktır (Göğüş ve ark., 2009).

Avrupa Birliği'nde zeytinyağında değişen uygulamalar, fiyat politikaları, geçiş dönemi ile yaşanan uygulamalardaki değişim, AB'de ürün stoklarının oluşması ve bazı tarım ürünlerinde kendine yeterliliğin sağlanması nedeni yanında Birlik tarafından Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne verilen taahhütler çerçevesinde yaşanmıştır. Özellikle zeytinyağında, Birliğe zeytinyağında söz sahibi üretici ülkelerin katılımı ile stoklar ve kendine yeterlilik açısından sınırı geçtiği görülmektedir. Bir yandan dünya ülkelerine tüketime yönelik yapılan reklam faaliyetleri ile ihracatın artması program dâhilinde sürdürülürken bir yandan da korumacılık politikaları azaltılmaktadır. Özetle, değişim kapsamında Ulusal Garanti Edilen Miktarlar (UGM) sistemi uygulanmaya başlanmış, tüketim yardımları ve müdahale alımları kaldırılmış, müdahale alımları yerine özel stoklama sistemi getirilmiş, ayrıca Konserve Endüstrisi İçin Yardım ve zeytincilik için Coğrafi Bilgi sistemlerinin oluşturulmasına karar verilmiştir.

Çizelge 7.1.2.AB'de Zeytinyağı Üretiminde Garanti Edilmiş Ulusal Kotalar

Üye Ülkeler	Garanti Edilmiş Azami Miktar (ton)	Üretici Yardımı Tutarı (Avro/ton)	Toplam Azami Topluluk Yardımı Tutarı (Avro)
İspanya	760.027	1.322,5	1.005.135.708
Fransa	3.297	1.322,5	4.360.283
Yunanistan	419.529	1.322,5	554.827.103
İtalya	543.164	1.322,5	718.334.390
Portekiz	51.244	1.322,5	67.770.190
TOPLAM	1.777.261		2.350.427.673

Ayrıca zeytinyağı kalite sınıfları için 1 Kasım 2003'e kadar yürürlükte olan pazarlama standardı EC 1513/2001 sayılı tüzük ile belirlenmiştir. Bu yeni sınıflandırma hem Topluluk içine hem de Topluluk dışına olan ticaret için kullanılacak zorunlu standarttır. Topluluk zeytinyağında hiçbir zaman korumacılıktan vazgeçmeyecektir.

AB'de de zeytinyağı ithalatı, üye ülkelerde Birlik tercihi ilkesinin gereği olarak kendi içerisinde yapılmakta ve böylece ihracat yapan ülkeler büyük avantajlar sağlamaktadır. AB'nin dış ticaretine uygulanan gümrük tarifeleri haricinde belli bir kısıtlama bulunmamaktadır (Göğüş ve ark., 2009).

İhracat iadeleri Topluluğun DTÖ taahhütleri çerçevesinde sınırlandırılmakta olup Topluluk içindeki fiyatlar dünya fiyatlarından yüksek ise ihracatçılara tüm toplulukta aynı seviyede olmak üzere ihracat iadesi (Son yıllarda bununla ilgili herhangi bir ödeme yapılmamıştır.) verilebilmektedir. Bunun yanında dünya fiyatlarının AB fiyatlarını geçmesi durumunda Topluluk iç pazarını korumak ve topluluk içindeki zeytinyağı arzını garanti altına almak için ihracat harcı uygulaması, gümrük tarifesinin kısmen ya da tamamen askıya alınması veya ithalat kotası konulması gibi önlemler alınmaktadır.

AB dış politika olarak kendi iç piyasası ile ilgili bu önlemleri alırken, içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu üçüncü ülkelerle ticarete de özel bir dış ticaret rejimi uygulamaktadır. Ayrıca; Tunus'a 1986 yılından önce tanınan ayrıcalık arttırılarak devam edilmektedir (Göğüş vd, 2009).

Çizelge 7.1.3. Zeytinyağında Avrupa Birliği Dışında Üretici Üçüncü Ülkelere Tanınan

Kotalar

Üçüncü Ülkeler	Kod NC	Kota (Ton)	Başvuru Tarihi
Lübnan	150910	1 000	Mart 2003
	15100010		
Filistin	150910	2 000	Ocak 2005
Tunus	15091010	57 167	Mayıs 2004
	15091090		
Cezayir	1509	1 000	Ekim 2005
	1510		
Fas	1509	3 500	Eylül 2005
	151000		
Türkiye	-	-	Değerlendirmede
Suriye*	150910	10 000	2008
Ürdün	150910	2 000	1 Ocak-31 Aralık 2006
		4 500	1 Ocak-31 Aralık 2007
		7 000	1 Ocak-31 Aralık 2008
		9 500	1 Ocak-31 Aralık 2009
		12 000	1 Ocak-31 Aralık 2010

Kaynak: Tunahioğlu, 2010.*Mevcut düzenleme: Bu ülkeden zeytinyağı ithalatına tarife indirimi

Diğer yandan Toplulukta fiyat ve dış ticaret politikalarının önceden belirlenmesi önemli bir prensiptir. Fiyatlar bir önceki kampanya döneminde ilan edilmekte, uygulamaya konulacak ya da kaldırılacak prensipler geçiş dönemi ile ilgili gruplara bildirilmektedir (Göğüş ve ark, 2009).

7.2. Türkiyede Zeytincilik Sektörüne Verilen Tarımsal Destekler

Zeytinyağı ilk kez 1966 yılında Destekleme Alım kapsamına alınan 24 tarımsal üründen biri olarak, 1986 yılına dek aralıksız olarak desteklenmiş, 1987-1990 yılları arasında destekleme kapsamından çıkarılmıştır. 1991 yılında yeniden destekleme kapsamına alınan zeytinyağı, bu kez 5 Nisan 1994 kararlarıyla birlikte tekrar destekleme kapsamı dışı bırakılmıştır.

Bu dönemde Tarım Satış Kooperatif ve Birliklerine (TSKB) Destekleme Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) kaynaklı kredi kullanılarak, yüksek alım fiyatları açıklattırılmış ve böylece piyasa fiyatlarının üreticiler lehine düzenlenmesi sağlanmıştır. 1998 yılından itibaren de yüksek alım fiyatı uygulaması ile üreticilerin desteklenmesi uygulamasına son verilerek, bu ürüne destekleme primi verilmeye başlanmıştır. Prim ödemeleri ile, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve AB Ortak Tarım Politikalarına uyum sağlamak, ekonomiyi kayıt içine alarak vergi gelirlerini arttırmak, tarımsal kayıt ve envanter tutulmasını sağlamak, üretici ve sanayiciyi aynı zamanda koruyup üretimi teşvik etmek, sanayiye dünya fiyatlarından hammadde sağlamak amaçlanmıştır. Zeytinyağı üreticilerine, dönemsel olarak değişmekle birlikte

“destekleme primi” adı altında doğrudan kg başına yapılan desteklerin tutarları belirlenirken, iç ve dış piyasa fiyatları, üretim maliyetleri, bütçe imkânları göz önünde bulundurulmaktadır (Anonim, 2011g).

Çizelge 7.2.1. Türkiye’de Yıllar İtibariyle Zeytinyağında Üreticilere Ödenen Prim Miktarları

Yıllar	Prime Esas Fiyat
1998	40,0 Cent/Kg
2000	28,0 Cent/Kg
2001	15,0 Kr/Kg
2002	17,5 Kr/Kg
2003	20,0 Kr/Kg
2004	25,0 Kr/Kg
2005	10,0 Kr/Kg
2006	11,0 Kr/Kg
2007	20,0 Kr/Kg
2008	18,9 Kr/Kg
2009	25,0 Kr/Kg
2010	30,0 Kr/Kg

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Zeytinyağı ve sofralık zeytin üreticilerine ayrıca genel bir destekleme sistemi olan Doğrudan Gelir Desteği (DGD) kapsamında 2000 – 2008 yılları arasında gelir desteği ödemesi yapılmıştır.

Çizelge 7.2.2. Türkiye’de Zeytinde Doğrudan Gelir Desteği Ödemeleri

Yıllar	Üretici Sayısı	Parsel Sayısı	Arazi Alanı (ha)	Destek Miktarı (TL/da)
2003-2004	173.120	549.978	351.737	16
2004-2005	175.214	565.806	362.211	16
2005-2006	182.299	591.040	370.201	16
2006-2007	186.257	625.147	385.488	10
2007-2008	199.599	656.914	420.520	7

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Zeytin üreticilerine prim desteği ve doğrudan gelir desteği ödemesi yanında 2003 yılından itibaren mazot ve gübre desteği sağlanmaktadır.

Çizelge 7.2.3. Türkiye’de Zeytin Üreticilerinin Yararlandıkları Mazot ve Gübre Desteği

Yıllar	Ürün Grupları	Gübre Destek (TL/da)	Mazot Destek (TL/da)
2003/2004 Azami 500 dekar	—	—	3,9
2005/ 2006 Azami 500 dekar	Sebze, Meyve (zeytin), Süs Bitkileri, Özel Çayır-Mera, Orman envali ürün	1,0	1,5
2007/ 2008 Azami 500 dekar	Sebze, Meyve (Zeytin), Süs Bitkileri Özel Çayır-Mera, Orman envali ürün	1,55	1,8
2008/2009 Azami 500 dekar	Hububat, Yem bitk., Baklagiller, Yumru bitk., Sebze, Meyve alanları	3,83	2,93
2009/2010 Azami 500 dekar	Hububat, Yem bitk., Baklagiller, Yumru bitkiler, Sebze, Meyve alanları	4,25	3,25
2010/2011 Azami 500 dekar	Hububat, Yem bitk., Baklagiller, Yumru bitkiler, Sebze, Meyve alanları	4,25	3,25

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Sertifikalı zeytin fidanı kullanımını arttırarak, sağlıklı fidanlarla en az 10 dekar kapama zeytin bahçe tesisinin yaygınlaştırılması amacıyla, 2006 yılından itibaren zeytin üreticileri desteklenmektedir. Sertifikalı fidan desteklemeleri birim fiyat, alana göre ödeme miktarları aşağıdaki gibidir (Anonim, 2011g).

Çizelge 7.2.4. Sertifikalı Zeytin Fidanı Destek Birim Fiyatları (TL/Da)

Ürünler	Destek Birim Fiyatı (TL/da)				
	2006	2007	2008	2009	2010
Zeytin, narenciye, nar, kivi, badem ve ceviz fidanı ile bahçe tesisi	250				
Zeytin (Gemlik çeşidi hariç), narenciye, nar, kivi, badem ve ceviz fidanı ile bahçe tesisi		250			
Zeytinde Gemlik çeşidi ile bahçe tesisi		45			
Zeytinde (Gemlik hariç) çeşidi ile bahçe tesisi			100		
Zeytinde Gemlik çeşidi ile bahçe tesisi			40		
Zeytinde Gemlik çeşidi ile bahçe tesisi (standart)				25	
Zeytinde Gemlik çeşidi ile bahçe tesisi (sertifikalı)				50	
Zeytinde diğer çeşitler ile bahçe tesisi (standart)				50	
Zeytinde diğer çeşitler ile bahçe tesisi (sertifikalı)				100	
Zeytinde yağlık çeşitler ile bahçe tesisi (standart)					50
Zeytinde yağlık çeşitler ile bahçe tesisi (sertifikalı)					100

Kaynak: Başaran ve Unakıtan, 2010.

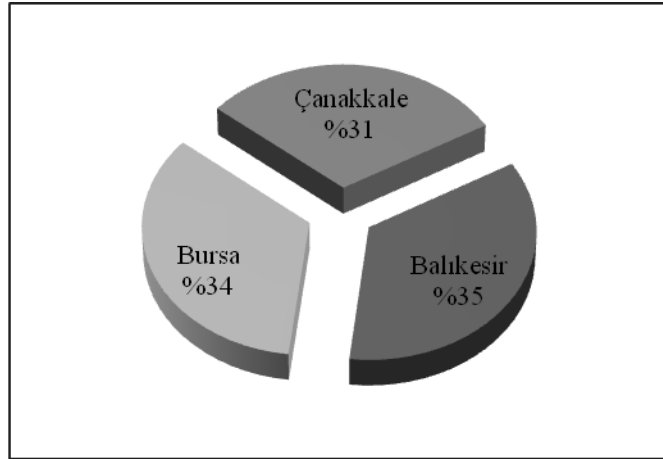
8. ARAŞTIRMA BULGULARI

8.1. Zeytin Üreten Küçük ve Orta Ölçekli Tarım İşletmelerinin Ekonomik Yapısı ve Sorunları

8.1.1. Üreticiler ile İlgili Bilgiler

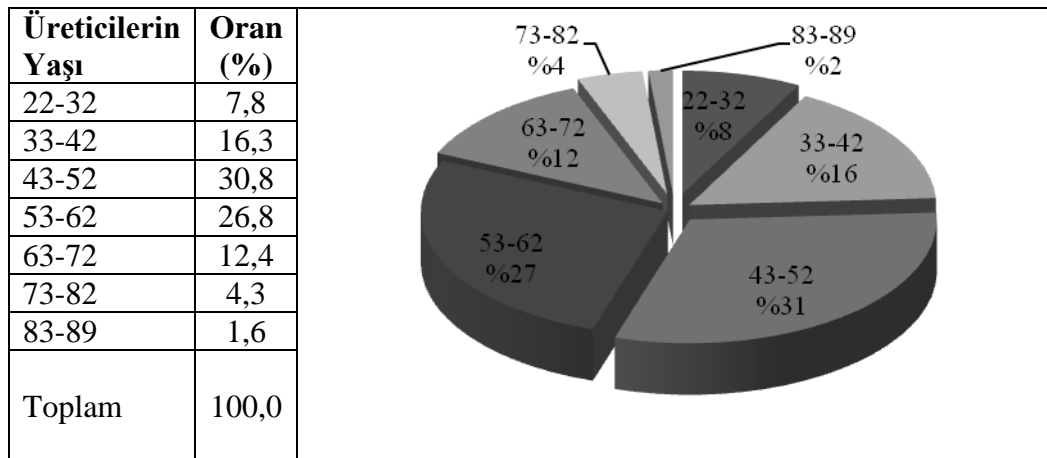
Araştırma sahasında üreticilere uygulanan anketin %35,2'si (93 üretici) Balıkesir ilinde, %34,1'i (90 üretici) Bursa ilinde ve %30,7'si (81 üretici) Çanakkale ilinde gerçekleştirilmiştir (Şekil 8.1).

Şekil 8.1. Anket Uygulanan İllerin Payları



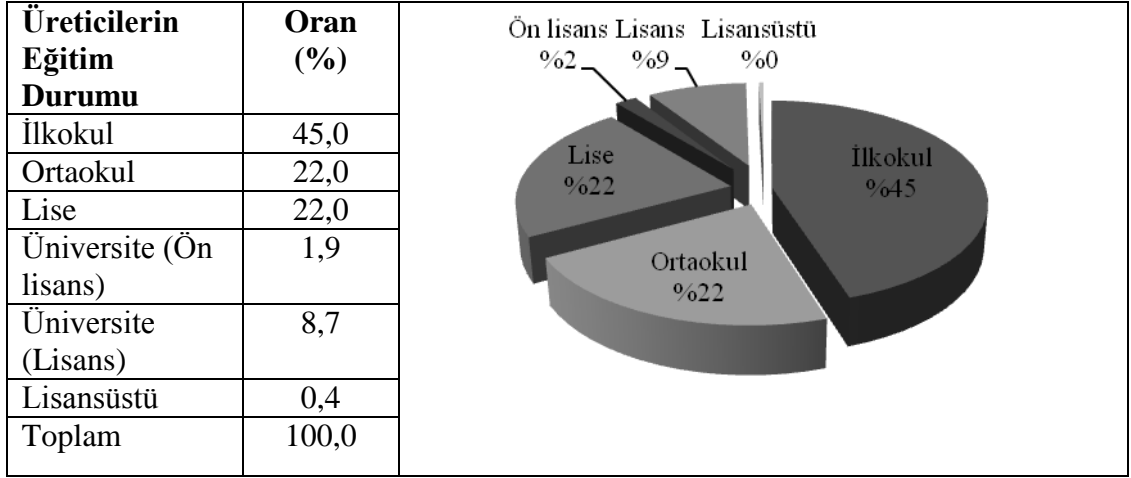
Çizelge 8.1.1.2'de üreticilerin yaş dağılımı incelendiğinde; %30,8'i 43-52 yaşları arasında, %26,8' i 53-62 yaşları arasında ve %24,1'i ise 22-42 yaşları arasındadır. Diğer taraftan %18,3 gibi küçümsemeyecek bir oranda üretici ise 63-89 yaşları arasındadır. Üreticilerin ortalama yaşı 53'tür.

Çizelge 8.1.1.2. Üreticilerin Yaş Dağılımı



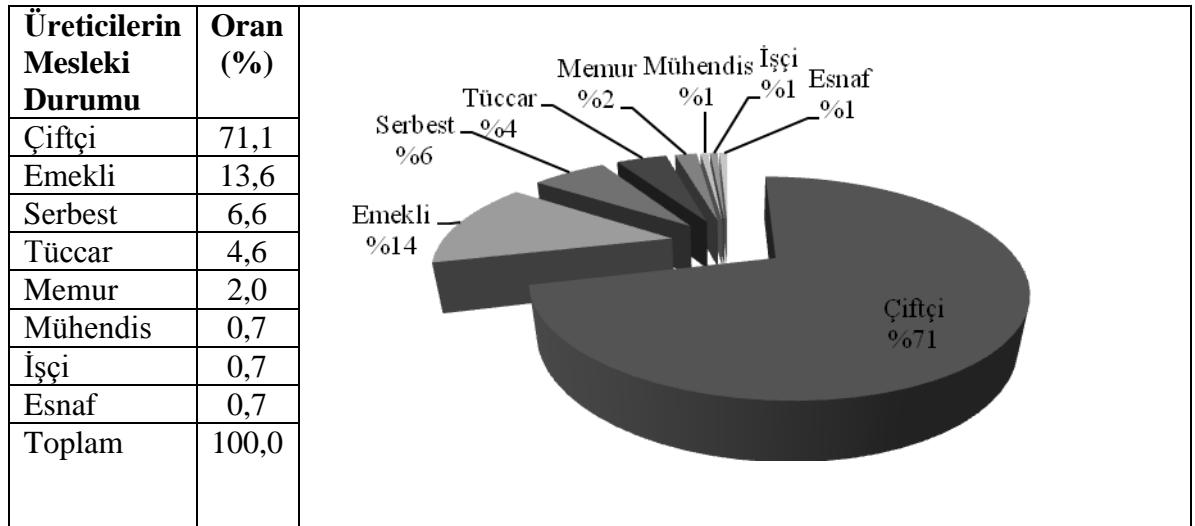
Üreticilerin %45'i ilkokul, %44'ü ortaokul ve lise mezunudur. Üniversite (lisans) mezunu üreticilerin oranı %8,7'dir (Çizelge 8.1.1.3).

Çizelge 8.1.1.3. Üreticilerin Eğitim Durumu



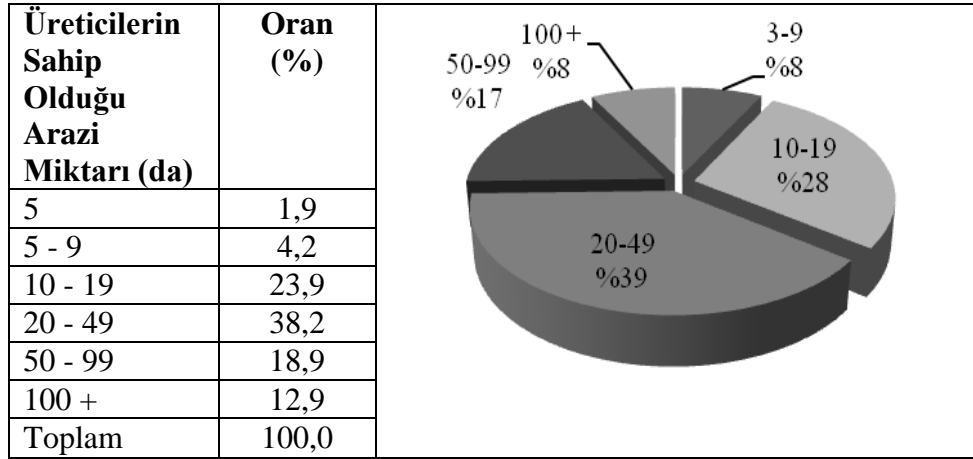
Zeytin üreten üreticilerin çiftçilik yanında başka gelir getirici mesleklerle de uğraştıkları görülmüş ve bu nedenle üreticiler çiftçilik yanında başka meslekler de belirtmişlerdir. Belirtilen meslekler içerisinde en büyük payı %71 ile çiftçilik almıştır. Bunu, %13,7 ile emekli, %6,3 ile serbest meslek sahibi ve %4,3 ile tüccar izlemiştir (Çizelge 8.1.1.4).

Çizelge 8.1.1.4. Üreticilerin Mesleki Durumu



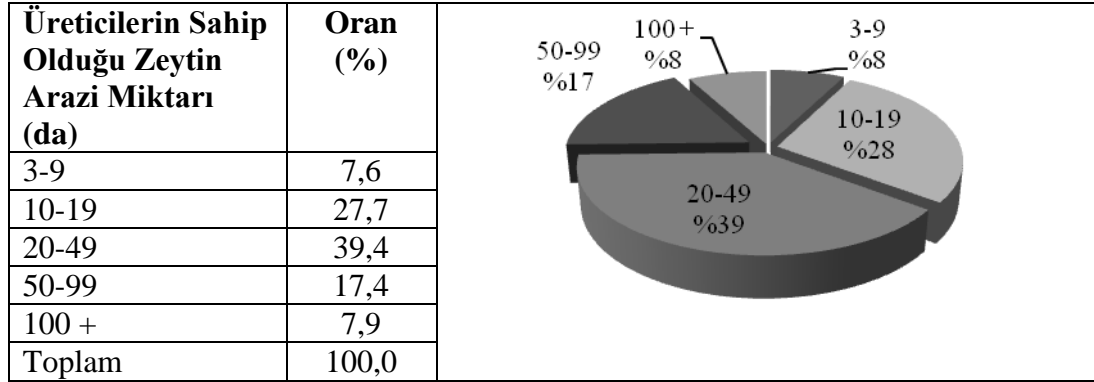
Üreticilerin %62,1' i 10-49 dekar araziye sahiptir. 1-9 dekar araziye sahip üreticilerin oranı %6,1 iken 100 dekar ve üstünde araziye sahip üreticilerin oranı %12,9'dur (Çizelge 8.1.1.5). Türkiye'de ortalama işletme büyüklüğü 55 dekardır (Anonim, 2011i). İncelenen işletmelerde ortalama arazi büyüklüğü 66 dekardır ve Türkiye ortalamasının üzerindedir.

Çizelge 8.1.1.5. Üreticilerin Sahip Olduğu Arazi Miktarı



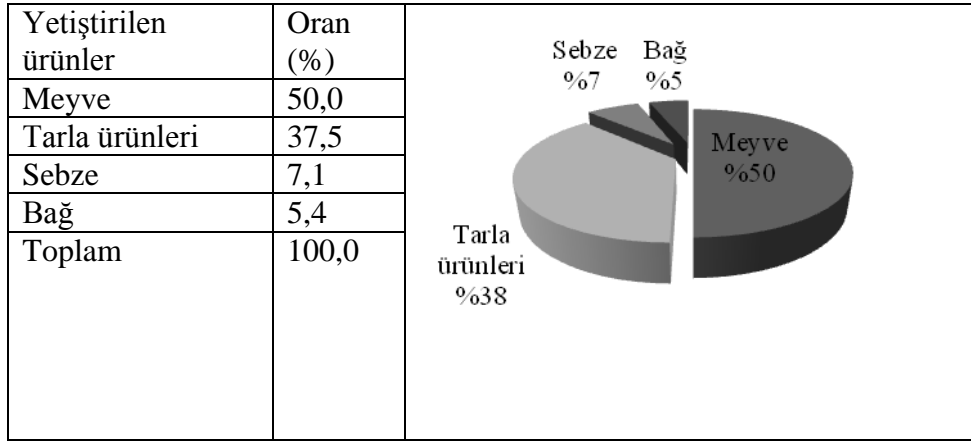
Üreticilerin %74,7 gibi büyük bir oranı 3-49 dekar araziye sahiptir. 50 dekardan büyük işletmelerin oranı ise %25,3'tür (Çizelge 8.1.1.6). Ortalama zeytin arazisi 58 dekadır.

Çizelge 8.1.1.6. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytin Arazisi Miktarı



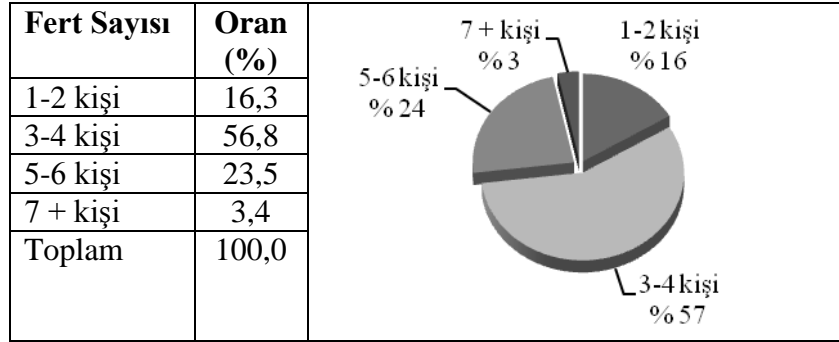
Üreticilerin %17,4'ünün (46 üretici) zeytin dışında başka ürünler de yetiştirdikleri görülmüştür. Bu ürünleri sınıflandırdığımızda; meyveler (Antep fıstığı, kiraz, şeftali, narenciye, incir, erik, armut) %50,0, tarla ürünleri (buğday, silajlık mısır, yem bitkisi ve arpa) %37,5, sebzeler (domates, slatalık, marul) %7,1 ve bağ %5,4 oranında pay almıştır (Çizelge 8.1.1.7).

Çizelge 8.1.1.7. Zeytin Dışında Yetiştirilen Ürünler



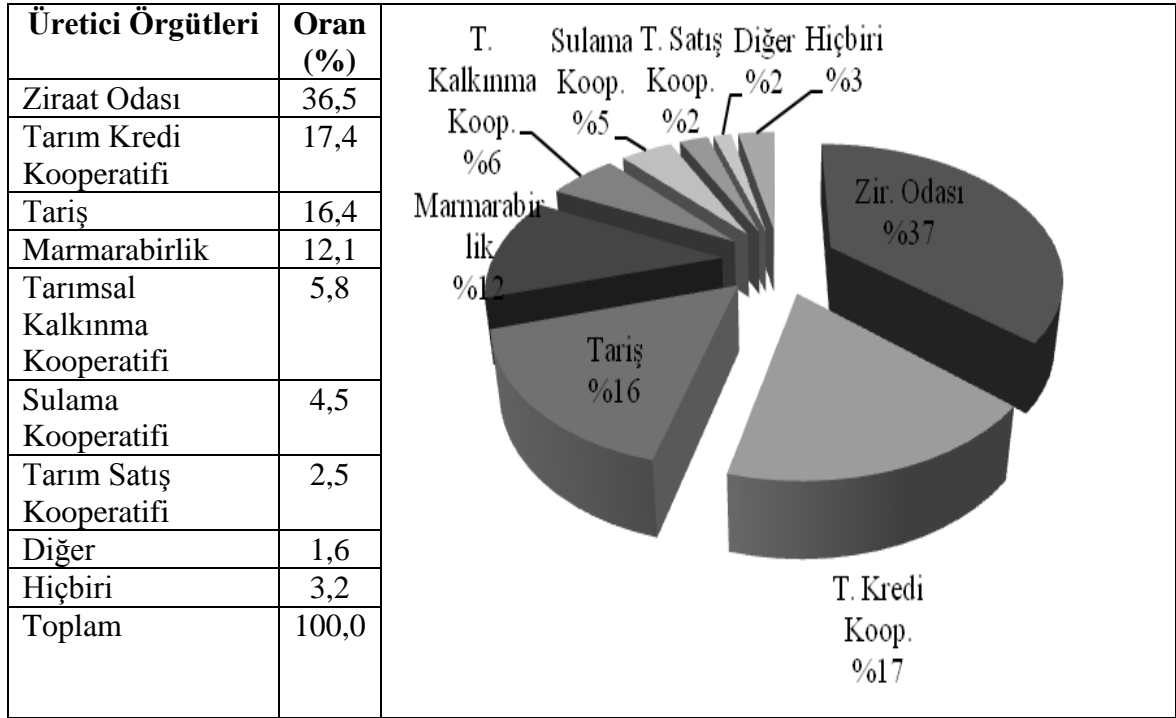
Üreticilerin yarıdan fazlası (%56,8) 3-4 kişilik aileden oluşmaktadır. Ailesi 5-6 kişiden oluşan üreticilerin oranı %23,5 iken, 1-2 kişiden oluşanların oranı %16,3'tür. Araştırma alanındaki üreticilerin büyük çoğunluğunun (%73,1) çekirdek ailelerden oluştuğu görülmektedir (Çizelge 8.1.1.8).

Çizelge 8.1.1.8. Ailedeki Fert Sayısı



Üreticilere ortak/üye oldukları üretici örgütleri sorulmuş, üreticiler birden fazla üretici örgütüne ortak/üye olduklarını belirtmişlerdir. Toplam üye olunan üretici örgütleri içerisinde Ziraat Odasına üye olan üreticilerin oranı %36,5'tir. Araştırma alanı içerisinde yer alan ve zeytin, zeytinyağı ve ürünleri konusunda faaliyet gösteren Tariş'e üreticilerin %16,4'ü, Marmarabirlik'e ise %12,1'i ortaktır. Bu üst örgütler dışında diğer kooperatiflere (tarım kredi, satış, kalkınma ve sulama) ortak olan üreticilerin oranı % 30,2'dir. Hiçbir örgüte üye olmayan üreticilerin oranı ise %3,2'dir (Çizelge 8.1.1.9).

Çizelge 8.1.1.9. Üreticilerin üye/ortak oldukları üretici örgütleri



Kooperatife ortak olan üreticilerin kooperatife ortaklıklardan dolayı memnuniyet durumları sorulmuş; %47,4'ü memnun olduklarını, % 52,6'sı ise bu ortaklıktan memnun olmadıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 8.1.1.10).

Çizelge 8.1.1.10. Kooperatif Ortaklığından Memnuniyet

Ortak Memnuniyeti	Sayı	Oran (%)
Evet	73	47,4
Hayır	81	52,6
Toplam	154	100,0

Kooperatif ortaklığından memnun olan üreticilerin memnuniyet sebepleri arasında %43,8 ile ürünlerinin kolay pazarlanması, %38,4 ile girdi ihtiyaçlarının karşılanması yer almaktadır. Bunun yanında kooperatif yönetiminin aldığı kararlardan memnuniyet duyanlar (%4,1), birlik olduğu için (%2,7) ve kooperatifin fiyat belirlemesi yapması (%2,7) da diğer memnuniyet sebepleri arasında yer almaktadır (Çizelge 8.1.1.11).

Çizelge 8.1.1.11. Üreticilerin Kooperatif Ortaklığından Memnuniyet Nedenleri

Memnuniyet nedenleri	Sayı	Oran (%)
Ürünümüz kolay pazarlanıyor	32	43,8
Girdi ihtiyacımız karşılanıyor	28	38,4
Kooperatif yönetimi iyi kararlar alıyor	3	4,1
Kooperatif fiyat belirlemesi yapıyor	2	2,7
Birlik olunduğu için	2	2,7
Kendi ürünümüzü işliyoruz	1	1,4
Teşviklerden haberdar ediliyorum	1	1,4
Fikrim yok	4	5,5
Toplam	73	100,0

Üreticilerin kooperatif ortaklığından memnun olmama nedenleri arasında ürün fiyatlarının geç açıklanması (%27,2), ürün fiyatlarının düşüklüğü-girdi fiyatlarının yüksekliği (%24,7) ve üreticilerin haklarının savunulmadığı düşüncesi (%21,0) yer almaktadır. Kooperatiflerin ürün alımında kota koymasının (%13,6) da ortakları memnun etmeyen nedenler arasında yer almaktadır (Çizelge 8.1.1.12).

Çizelge 8.1.1.12. Üreticilerin Kooperatif Ortaklığından Memnun Olmama Nedenleri

Memnun olmama nedenleri	Sayı	Oran (%)
Ürün fiyatlarının geç açıklanması, ödemelerde gecikme	22	27,2
Beklentileri karşılamıyor (fiyatlar düşük, faizler yüksek, girdi fiyatları yüksek)	20	24,7
Haklar savunulmuyor, sorunlara özen gösterilmiyor	17	21,0
Kooperatif ürün alımında kota koyuyor	11	13,6
Ürün fiyatları düşük, değerini alamıyoruz	6	7,4
Kooperatif artık çalışmıyor	2	2,4
Fikrim yok	3	3,7
Toplam	81	100,0

Çizelge 8.1.1.13'de görüldüğü gibi üreticilerin %64,8'inin zeytincilik dışında bir geliri bulunmaktadır. Zeytincilik dışında geliri olmayanların oranı ise %35,2'dir.

Çizelge 8.1.1.13. Zeytincilik Dışında Gelir Durumu

Zeytincilik dışında gelir varlığı	Sayı	Oran (%)
Evet	171	64,8
Hayır	93	35,2
Toplam	264	100,0

Zeytincilik dışında elde edilen gelirin kaynağını %41,5 ile emekli maaşı, %20,5 ile ticaret, %14,1'i bitkisel faaliyetler, %4,7'sini hayvancılık faaliyeti oluşturmaktadır (Çizelge 8.1.1.14).

Çizelge 8.1.1.14. Zeytincilik Dışında Elde Edilen Gelirin Kaynağı

Zeytincilik dışında gelir kaynağı	Sayı	Oran (%)
Emekli maaşı	71	41,5
Ticaret	35	20,5
Meyvecilik	9	5,3
Hayvancılık	8	4,7
Tarla ürünleri	8	4,7
Memur maaşı	7	4,1
İşçilik	6	3,5
Kira geliri	5	2,9
Sebzecilik	5	2,9
Seracılık	2	1,2
Taşımacılık (atla)	1	0,6
Gelir kaynağı belirtmeyenler (Fikrim yok)	14	8,1
Toplam	171	100,0

Üreticilerin toplam gelirleri içinde zeytincilikten elde ettikleri gelirin payı sorulduğunda; Çizelge 8.1.1.15'te görüldüğü gibi %17,0'si %11-%25 oranında, %29,9'u %25-%50 oranında, %22'si %51 ve üzerinde, %22'si ise gelirin tamamının zeytincilik faaliyetinden elde ettiğini belirtmişlerdir.

Çizelge 8.1.1.15. Toplam gelir içinde zeytincilikten elde edilen gelirin payı

Zeytin Gelirinin Toplam Gelirdeki Payı	Sayı	Oran (%)
%10'un altında	24	9,1
%11-%25 arası	45	17,0
%25-%50 arası	79	29,9
%51 ve üzeri	58	22,0
Tamamı (%100)	58	22,0
Toplam	264	100,0

Zeytin üreticilerinin zeytincilik yaptıkları süre ortalama 30 yıldır. 1-20 yıl arasında zeytincilik yapanlar %32,9 oranında iken, 21-40 yıl arasında zeytincilik yapanların oranı %49,2'dir. Zeytincilik süresi 41-50 yıl %11,4 oranında pay alırken 51 yıl ve üzeri %6,5 oranında pay almaktadır (Çizelge 8.1.1.16).

Çizelge 8.1.1.16. Üreticilerin zeytincilik yaptıkları Süre (Yıl)

Zeytincilik Yapılan Süre	Sayı	Oran (%)
1-10	34	12,9
11-20	53	20,0
21-30	63	23,8
31-40	67	25,4
41-50	30	11,4
51-60	10	3,9
61-70	7	2,6
Toplam	264	100,0

Üreticilerin zeytincilikten elde ettikleri gelirden memnuniyetleri (tatmin olup olmadıkları) sorulduğunda %49,6'sı elde ettikleri gelirden hiç tatmin olmadıklarını belirtmişlerdir. Öte yandan %31,0'i biraz tatmin olurken, tamamen tatmin olanların oranı %11,5'tir (Çizelge 8.1.1.17).

Çizelge 8.1.1.17. Üreticilerin Zeytincilikten Elde Ettikleri Gelirden Tatmin Durumu

Gelir Tatmin Durumu	Sayı	Oran (%)
Hiç tatmin etmedi	131	49,6
Biraz tatmin etti	82	31,0
Tatmin etti	30	11,5
Tatmin etmedi	19	7,1
Çok tatmin etti	2	0,8
Toplam	264	100,0

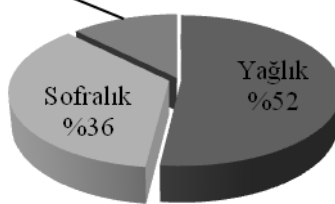
8.1.2. Üreticilerin İşletmeleri İle İlgili Bilgiler

Üretilen zeytin tipinin %51,9'unu yağlık çeşitler oluştururken, %35,6'sını sofralık çeşitler oluşturmaktadır. Hem sofralık hem yağlık zeytin yetiştiren üreticilerin oranı ise %12,5'tir (Çizelge 8.1.2.1).

Çizelge 8.1.2.1. Üreticilerin Ürettikleri Zeytin Tipi

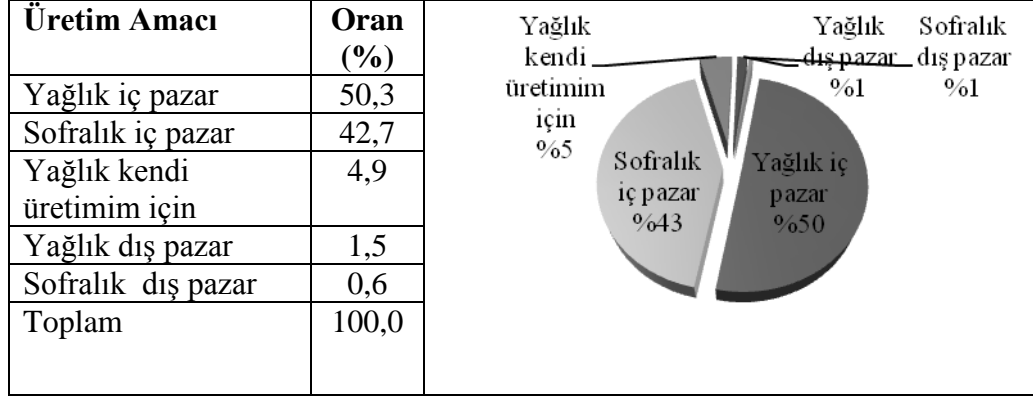
Zeytin Tipi	Oran (%)
Yağlık	51,9
Sofralık	35,6
Sofralık ve yağlık	12,5
Toplam	100,0

Sofralık ve yağlık %12



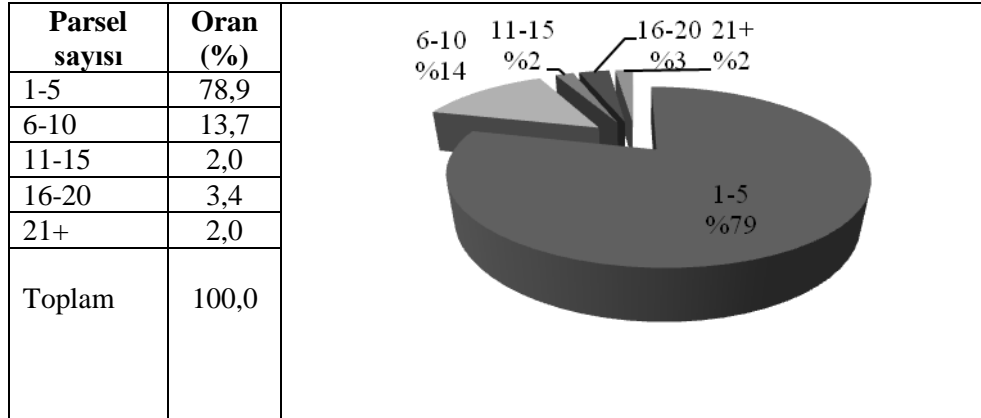
Üreticiler zeytini daha çok yurt içi pazara yönelik yetiştirmektedirler. Üreticilerin %50,5'i zeytini yağlık olarak ve iç pazara yönelik üretirken, %42,5'i sofralık olarak ve yine iç tüketime yönelik üretmektedirler. Kendi ihtiyacı için zeytin üretenlerin oranı %4,9 iken, dış pazara yönelik ve yağlık üretim yapanların oranı %1,5'tir (Çizelge 8.1.2.2).

Çizelge 8.1.2.2. Üreticilerin Zeytini Üretme Amaçları



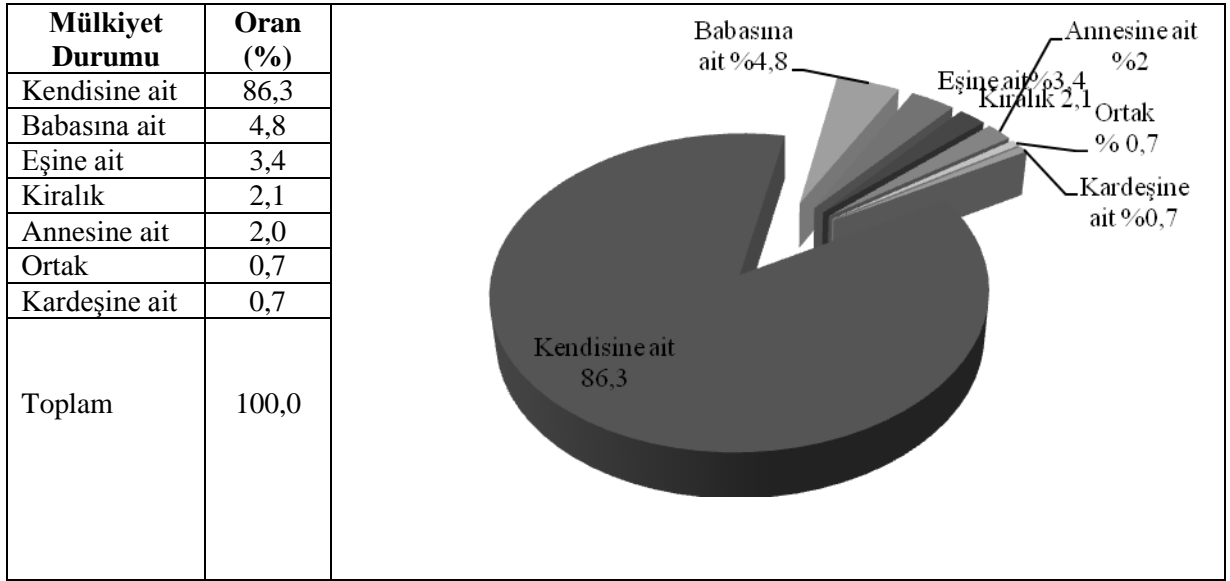
Üreticilerin sahip olduğu zeytin arazilerinin %78,9'u 1-5 parselden oluşurken, %13,7'si 6-10 parselden oluşmaktadır (Çizelge 8.1.2.3). İncelenen işletmelerin ortalama parsel sayısı 5'tir. Türkiye'de ortalama bir işletme yaklaşık 7 parçadan oluşmaktadır (Anonim, 2011i).

Çizelge 8.1.2.3. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytinlik Parsel Sayısı



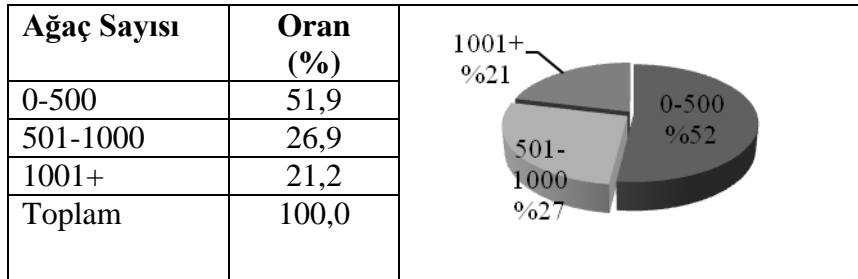
Zeytin arazilerinin mülkiyetinin %86,3'ü üreticinin kendisine ait iken, %10,3'ü aile fertlerinden (anne, baba ve eş) birine aittir. Kiralık zeytinliklerin oranı %2,0, ortak işletilenlerin oranı ise %1,4'tür (Çizelge 8.1.2.4).

Çizelge 8.1.2.4. Zeytinliklerin Mülkiyet Durumu



Üreticiler küçük ölçekli (ağaç sayısı 0-500 adet), orta ölçekli (ağaç sayısı 501-1000 adet), büyük ölçekli (ağaç sayısı 1001 ve daha fazla) olarak gruplandırıldığında (Kendirlioğlu, 2008); üreticilerin %51,9'u 0-500 arasında ağaca sahip iken, 5001-1000 ağaca sahip üreticilerin oranı %26,9'dur. 1001 ve daha fazla ağaca sahip üreticilerin oranı ise %21,2'dir. Çalışma alanı %51,9 oranında küçük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır.

Çizelge 8.1.2.5. Üreticilerin Sahip Olduğu Zeytin Ağacı Sayısı (adet)



Üreticilerin %56,7'si 0-50 yaş arasında zeytin ağaçlarına sahipken, %29,8'i 51-150 yaş arasında zeytin ağaçlarına sahiptir. 150 yaşın üzerinde zeytin ağaçlarına sahip üreticilerin oranı ise %13,5'tir (Çizelge 8.1.2.6). AB ile uyum çalışmaları kapsamında TÜİK tarafından 2006 yılında uygulanan ve yalnız bitkisel üretim ve hem bitkisel hem hayvansal üretim yapan işletmelerle yapılan anket çalışmasından elde edilen sonuçlara göre zeytin ağaçlarının %41'i 50 yaşından büyüktür (Anonim, 2008b).

Çizelge 8.1.2.6. Zeytin Ağaçlarının Yaşı

Ağaç Sayısı	Üretici Sayısı	Oran (%)
-50	150	56,7
51-150	79	29,8
151-250	20	7,8
251+	15	5,7
Toplam	264	100,0

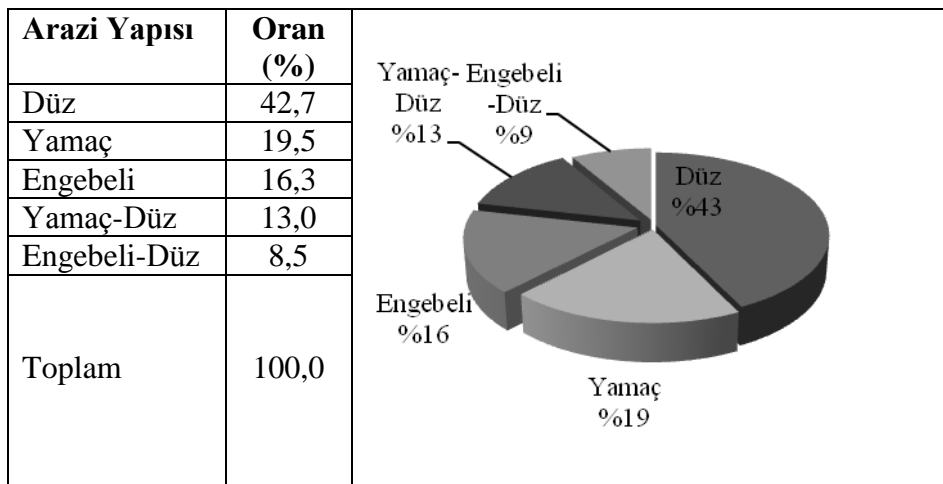
Araştırma alanındaki üreticilerin %48,1'i 16-25 kg arasında bir verimi olan ağaçlara sahiptir. Ağaçları 5-15 kg arasında verime sahip üreticilerin oranı %27,7 iken, 26 ve daha fazla kg ortalama verime sahip ağaçları olan üreticilerin oranı %24,2'dir (Çizelge 8.1.2.7). Türkiye ortalamasının 12 kg olduğu düşünüldüğünde, araştırma alanı içerisindeki zeytinliklerin ortalama verimi Türkiye ortalamasının üzerindedir.

Çizelge 8.1.2.7. Ağaç Başına Ortalama Verim (kg)

Verim (kg)	Üretici Sayısı	Oran (%)
5-15	73	27,7
16-25	127	48,1
26+	64	24,2
Toplam	264	100,0

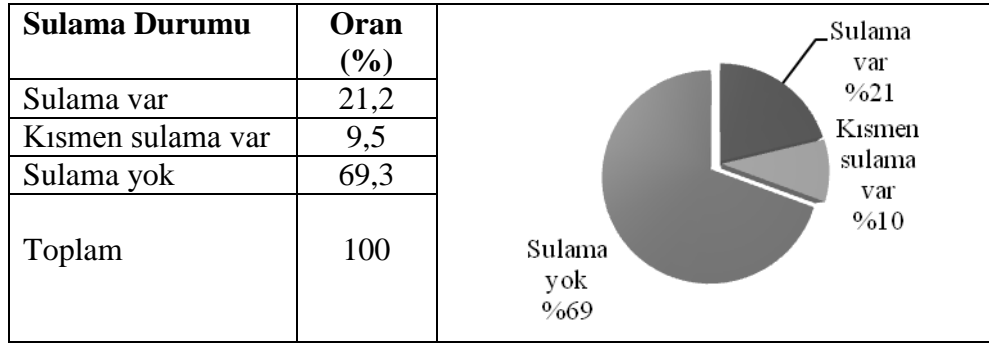
Üreticilerin sahip oldukları zeytinliklerin %42,7'si düz arazilerde, %19,5'i yamaç arazilerde, %16,3'ü engebeli arazilerde yer almaktadır. Yamaç-düz arazilerde yer alan zeytinliklerin oranı %13,0 iken engebeli düz arazilerde yer alanların oranı %8,5'tir (Çizelge 8.1.2.8).

Çizelge 8.1.2.8. Araştırma Alanında Yer Alan Zeytinliklerin Arazi Yapısı



Zeytinlik arazilerin %21,2'sinde sulama yapılırken, %69,3'ünde hiç sulama yapılmamaktadır (Çizelge 8.1.2.9).

Çizelge 8.1.2.9. Zeytinlik Arazilerin Sulama Durumu

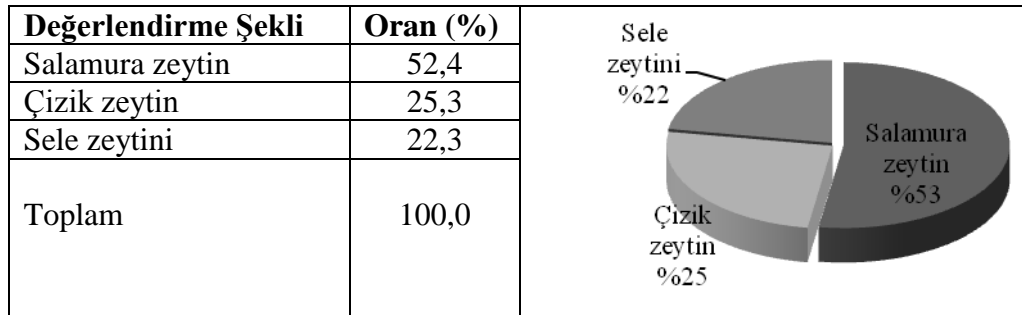


8.1.3. Pazarlama İle İlgili Bilgiler

Araştırma alanı içerisinde zeytin üreten tarım işletmesi başına ortalama dane zeytin üretim miktarı 20.981 kg'dır. Yine Sofralık zeytin üretim miktar 15.677 kg, zeytinyağı üretim miktarı 1.657 kg'dır.

Üreticiler sofralık ve yağlık zeytinlerini salamura, çizik ve sele zeytini olarak değerlendirmektedir. Salamura olarak değerlendirme %52,4, çizik zeytin %25,3 ve sele olarak değerlendirme %22,3 oranında pay almıştır (Çizelge 8.1.3.1).

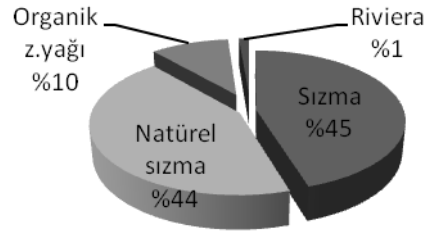
Çizelge 8.1.3.1. Sofralık Zeytinin Değerlendirilme Şekli



Üreticilere hangi tür zeytinyağı elde etmeyi tercih ettikleri ve buna göre hasat ve taşıma işlemlerini gerçekleştirdikleri sorulmuş; %45,2'si sızma, %43,4'ü natürel sızma zeytinyağı üretmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Organik zeytinyağını tercih edenler %10,1'dir (Çizelge 8.1.3.2).

Çizelge 8.1.3.2. Tercih Edilen Zeytinyağı Türü

Tercih edilen Zeytinyağı Türü	Oran (%)
Sızma	45,2
Natürel sızma	43,4
Organik zeytinyağı	10,1
Riviera	1,3
Toplam	100,0



Üreticilere hasat sonrasında zeytini/zeytinyağını hemen satıp satmadıkları sorulmuş; %46,2'si hemen sattıklarını, %45,0'i hemen satmadığını ve %8,8'i ise ihtiyaca göre sattıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 8.1.3.2). Üreticiler kooperatife ve diğer kuruluşlara olan borçlarını ödemek, giderlerini karşılamak ve beyan ettikleri rekolteyi tamamlamak için hasat sonrası vakit kaybetmeden ürünlerinin satışını gerçekleştirmektedirler. Zeytincilik dışında geliri olan üreticiler eğer kooperatif ortağı ise belirttiği rekolteyi teslim ettikten sonra ürünü depolamakta ve ihtiyaç duyduğunda ihtiyacı kadar satış yapmaktadırlar.

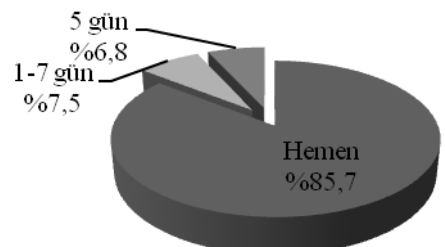
Çizelge 8.1.3.3. Hasat Sonu Satış

Hasat Sonu Satış	Sayı	Oran (%)
Evet hemen satıyorum	121	46,2
Hayır hemen satmıyorum	118	45,0
İhtiyaca göre satıyorum	23	8,8
Toplam	262	100,0

Üreticilere hasattan ne kadar zaman sonra zeytinlerini fabrikaya verip yağa dönüştürdükleri sorulmuş; %85,7 gibi çok büyük bir oranı hasattan hemen sonra fabrikaya götürdüklerini, %7,5'i 1-7 gün içinde ve %6,8'i 5 gün içinde fabrikaya götürdüklerini belirtmişlerdir (Çizelge 8.1.3.4). Hasat zamanı fabrikalarda çok yığılma olduğu, ürünlerin istenilmeyen koşullarda istiflendiğini belirten üreticiler ürünlerini kendi depolarında bekletmekte, hemen fabrikaya götürmemektedirler.

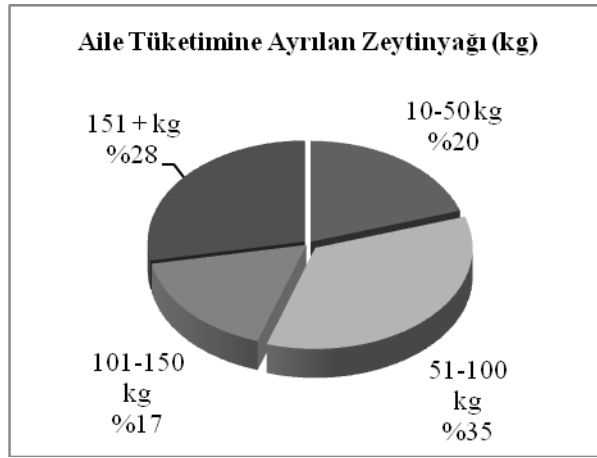
Çizelge 8.1.3.4. Hasattan Sonra Fabrikaya Teslim Süresi

Teslim Süresi	Oran (%)
Hemen	85,7
1-7 gün	7,5
5 gün	6,8
Toplam	100,0



Araştırma alanı aynı zamanda ülke ortalamasının üzerinde zeytinyağı tüketilen yerdir. Üreticilerin %35'i aile tüketimi için 51-100 kg arasında zeytinyağı ayırırken; %45'i 100 kg'ın üzerinde zeytinyağı ayırmaktadır. Üreticilerin bu kadar büyük oranlarda zeytinyağını kendilerine ayırmalarının sebepleri arasında misafirlige gelenlere hediye verilmesi, ailenin evde olmayan diğer fertlerine gönderilmesi ve özellikle yazlık yörelerde tatilcilere satış yapmak için ayrılması sayılabilir. Üreticilerin %20'si 10 ile 50 kg arasında zeytinyağını kendilerine ayırmaktadırlar (Şekil 8.2).

Şekil 8.2. Aile Tüketimine Ayrılan Zeytinyağı



Üreticiler elde ettikleri zeytin ve zeytinyağını genelde peşin olarak (%43,0) satmaktadırlar. Yarısı peşin yarısı vadeli satanlar %24,4 iken, tamamı vadeli satanların oranı %24,7'dir (Çizelge 8.1.3.1).

Çizelge 8.1.3.1. Üreticilerin Zeytini/Zeytinyağını Satış Şekli

Satış şekli	Sayı	Oran (%)
Peşin	114	43,0
Yarısı peşin yarısı vadeli	64	24,4
Tamamı vadeli	65	24,7
Vade süresi çok uzun	21	7,9
Toplam	264	100

8.1.4. Üreticilerin Zeytinciliğe Yönelik Bilgileri ve Sorunları

Üreticilere üretim, hasat, zararlılarla mücadele ve muhafaza konularında eğitim faaliyeti yapıp yapılmadığı sorulmuş; yanıtlayan üreticilerin %57,8'i eğitim faaliyeti yapıldığını, %42,2'si ise yapılmadığını belirtmiştir (Çizelge 8.1.4.1).

Çizelge 8.1.4.1. Üreticilere Yönelik Eğitim Faaliyetinin Varlığı

Eğitim Faaliyeti	Sayı	Oran
Yapılıyor	109	42,2
Yapılmıyor	149	57,8
Toplam	258	100,0

Eğitim faaliyeti yapıldığını belirten üreticilere bu faaliyeti gerçekleştiren kuruluşlar sorulmuş; birden fazla kuruluş ifade eden üreticilere de rastlanmıştır. Eğitim faaliyeti yapan kuruluşlar içerisinde Tarım İlçe Müdürlükleri %51,7 ile ilk sırada yer alırken, bunu %14 ile tarım danışmanları ve %7 ile ilaç bayileri izlemiştir. Tariş (%5,3), Ziraat Odası (%5,3), ilaç firmaları (%5,3) ve Tarım Kredi kooperatifi (%3,5) de eğitim veren kuruluşlar arasında yer almıştır. Diğer başlığı altında faaliyet veren kuruluşlar ise; Edremit Meslek Yüksek Okulu, Ticaret Odası, gübre firmaları, Güzelleştirme Derneği ve Edremit Zeytincilik İstasyonu'dur.

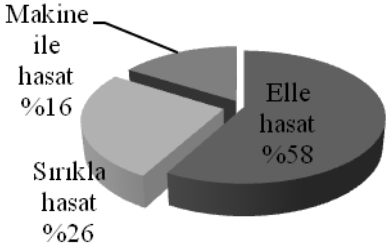
Çizelge 8.1.4.2. Üreticilere Yönelik Eğitim Veren Kuruluşlar

Kuruluşlar	Sayı	Oran
Tarım İlçe Müdürlüğü	59	51,7
Tarım Danışmanı	16	14,0
İlaç Bayi	8	7,0
Tariş	6	5,3
Ziraat Odası	6	5,3
İlaç firmaları	6	5,3
Tarım Kredi Kooperatifi	4	3,5
Üniversite (Çanakkale 18 Mart)	3	2,6
Diğer	6	5,3
Toplam	114	100,0

Üreticilere zeytini nasıl hasat ettikleri sorulmuş; bir kısmı birden fazla hasat yöntemini kullandığını belirtmiştir. Toplam hasat şekilleri içerisinde elle hasat %57,9 ile ilk sırayı almaktadır. Üreticilerin elle hasat şekli dalı sıyrarak toplama ve elle toplama şeklindedir. Elle hasadı %26,1 ile sırıkla hasat, %16,0 ile makine ile hasat izlemiştir (Çizelge 8.1.4.3). Zeytine verdiği zarar nedeniyle önerilmeyen sırıkla hasat şekli hala %26,1 gibi önemli bir üretici gurubu tarafından hala kullanılmaktadır.

Çizelge 8.1.4.3. Üreticilerin Zeytini Hasat Şekli

Hasat Şekli	Oran (%)
Elle hasat	57,9
Sırıkla hasat	26,1
Makine ile hasat	16,0
Toplam	100,0



Makine ile hasat %16
Sırıkla hasat %26
Elle hasat %58

Çizelge 8.1.4.4'te üreticilerin elle hasadı öncelikle zeytini zedelememek ve kaliteli ürün almak için (%48,0), ağaca zarar vermemek, bir sonraki yıl için iyi ürün almak (%27,0), için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Elle hasat daha çok sofralık zeytin işletmelerinde bu sebeplerden dolayı tercih edilmektedir. Bunun yanında makine ve sırıkla toplanamayanları toplamak (%8,8), arazi ve ağaç sayısının az olması (%7,4) ve makinanın pahalı olması (%7,4) elle hasadın tercih edilmesindeki diğer etmenlerdir.

Çizelge 8.1.4.4. Üreticilerin Elle Hasadı Tercih Nedenleri

Elle Hasatı Tercih Nedenleri	Sayı	Oran (%)
Zeytini zedelememek, kaliteli ürün almak	71	48,0
Ağaca zarar vermemek, önümüzdeki yıl iyi ürün almak	40	27,0
Makine ve sırıkla toplanamayanları toplamak	13	8,8
Arazi ve ağaç sayısının az olması	11	7,4
Makinanın pahalı olması	11	7,4
Ürün seyrek olduğu için	2	1,4
Toplam	148	100,0

Üreticilere sırıkla hasadı tercih nedenleri sorulmuş; %26,7'si makinanın pahalı olması, %25,5'i ağaçların büyük ve yüksek olmasından dolayı, %15,6'sı geleneksel davranış olduğu için ve %15,6'sı ekonomik, ağaca az zarar verdiğini düşündüğü için sırıkla hasadı tercih ettiğini belirtmiştir. Arazi az, işçilik maliyetini düşürmek (%6,7), arazi yapısından dolayı (%5,5) ve makinanın ulaşamadığı yerler (%4,4) diğer tercih nedenleri arasında yer almaktadır (Çizelge 8.1.4.5).

Çizelge 8.1.4.5. Üreticilerin Sırıkla Hasadı Tercih Nedenleri

Sırıkla Hasatı Tercih Nedenleri	Sayı	Oran (%)
Makinenin pahalı olması	24	26,7
Ağaçlar büyük ve yüksek	23	25,5
Ekonomik, ağaca az zarar veriyor	14	15,6
Geleneksel davranış	14	15,6
Arazi az, işçilik maliyetini düşürmek için	6	6,7
Arazi yapısından dolayı	5	5,5
Makinanın ulaşamadığı yerler için	4	4,4
Toplam	90	100,0

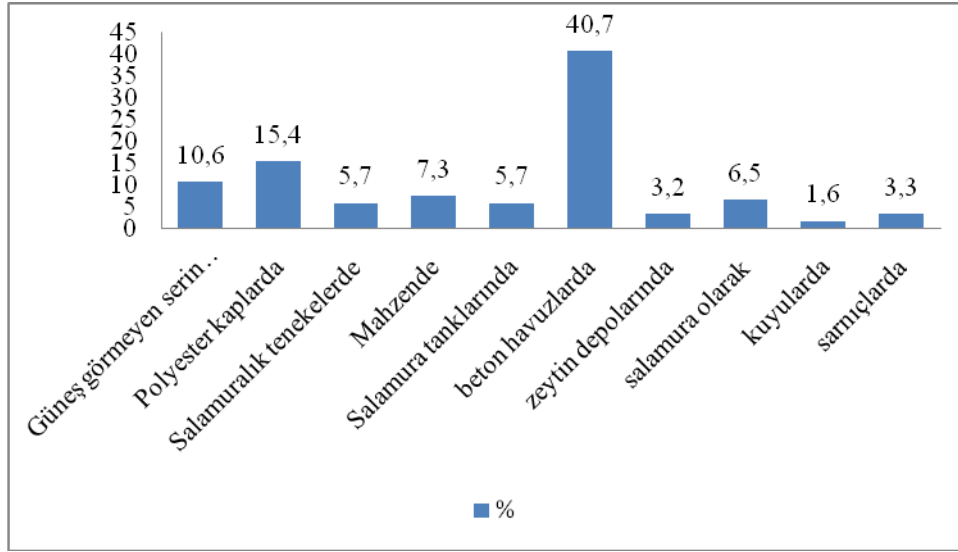
Hasadı makine ile gerçekleştiren üreticilere makinayı tercih etme nedenleri sorulmuş; %46,3'ü zeytin ve zeytin ağacı zararını azaltmak yanıtını vermiştir. Bu hasat tipinde zeytin dibe dökülmeden toplanmakta ve zedelenmesi önlenmektedir. Zeytin ağacı açısından da sıırıkla hasatta görülen yeni filizlerin, dalların kırılması ve ağacın daha fazla periyodisite göstermesi en aza indirgenmektedir. Büyük arazilerde maliyeti düşürmesi (%29,6), ekonomik olması özellikle işçi maliyetlerini azaltması (%20,4) makinalı hasadı üreticiler makul kılmaktadır (Çizelge 8.1.4.6).

Çizelge 8.1.4.6. Üreticilerin Makinalı Hasadı Tercih Nedenleri

Makinalı Hasatı Tercih Nedenleri	Sayı	Oran (%)
Zeytin ve zeytin ağacı zararını azaltmak	25	46,3
Arazi büyük, maliyeti düşürüyor	16	29,6
Ekonomik (işçi maliyetlerini çok azaltıyor)	11	20,4
Zeytinin sık olduğu dönemde kullanmak	2	3,7
Toplam	54	100,0

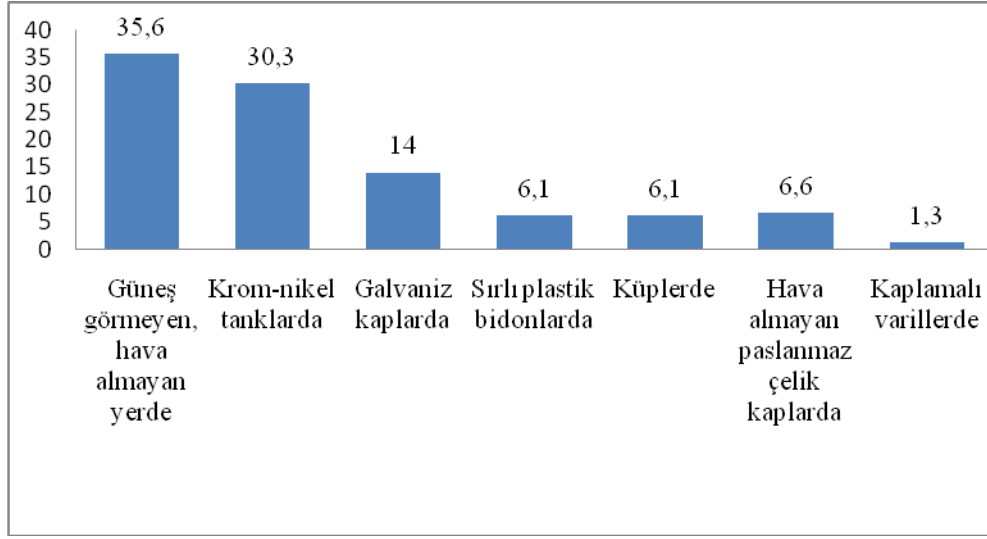
Üreticilere sofralık zeytin sektörünün önemli sorunlarından biri olan zeytinin nasıl muhafaza edilmesi gerektiği sorulmuş; üreticilerin %40,7'si beton havuzlarda muhafaza edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Beton havuzlarda muhafaza sakıncaları olmasına rağmen üreticiler bu muhafaza tekniğinden vazgeçmemektedirler. Muhafaza konusunda üreticilerin %15,4'ü polyester kaplarda, %10,6'sı güneş görmeyen serin yerde, %7,3'ü de mahzende muhafaza edilmesi gerektiğini ifade etmiştir (Şekil 8.3).

Şekil 8.3. Zeytinin Nasıl Muhafaza Edilmesi Gerektiği Konusunda Üreticilerin Tercihleri



Üreticilerin zeytinyağını nasıl muhafaza etmeleri gerektiği sorulmuş birden fazla yanıtlar alınmıştır. Zeytinyağı ısı ve ışıktan çabuk etkilenen bir üründür ve özelliklerini koruyabilmesi için uygun koşullarda saklanması gerekmektedir. En uygun koşullar; güneş görmeyen ve hava almayan yerde, paslanmaz çelik kaplarda saklanmalıdır. Üreticilerden alınan yanıtlar içerisinde güneş görmeyen ve hava almayan yerde saklanması gerektiği %35,6 oranıyla en fazla payı alırken hava almayan paslanmaz çelik kaplarda saklama %6,6 gibi oldukça düşük bir payda kalmıştır. Krom-nikel tanklarda saklama %30,3, galvaniz kaplarda saklama %14, sırlı plastik bidonlarda ve küplerde saklama %6,1 oranında pay almıştır (Şekil 8.4). Bu durum bize üreticilerin zeytinyağını uygun saklama koşullarından uzak olduğunu, hala eski, sağlıksız ve ürünün özelliklerini çok kolay kaybettiği yöntemlerle sakladıklarını ortaya koymaktadır.

Şekil.8.4. Zeytinyağının Nasıl Muhafaza Edilmesi Gerektiği Konusunda Üreticilerin Tercihleri



Coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Araştırma alanı içerisinde Gemlik zeytini, Ayvalık zeytinyağı ve Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları coğrafi işaret almış ürünlerdir (TPE, 2011). Üreticilerin yörede coğrafi işaret almış zeytin ve zeytinyağının varlığı konusunda görüşleri sorulmuş; %54,5'i coğrafi işaret almış zeytin ve zeytinyağı bulunmadığını belirtmişlerdir. Evet, var diyen üreticilerin oranı %34,1 iken, bu konuda fikir sahibi olmayan üreticilerin oranı ise %11,4'tür.

Çizelge 8.1.4.1.Araştırma Alanında Coğrafi İşaret Almış Zeytin ya da Zeytinyağının Varlığı

Coğrafi İşaret Varlığı	Sayı	Oran (%)
Evet, var	90	34,1
Hayır, yok	144	54,5
Fikrim yok	30	11,4
Toplam	264	100

Üreticilere maden aramak ve maden ocağı açmak için/yazlık konutlar için zeytinliklerin ortadan kaldırılmasını nasıl yorumladıkları sorulmuş; üreticilerin %71,2'si zeytinliklerin amaç dışı kullanımına karşı olduklarını belirtmişlerdir. Üreticiler bu durumu gelecek için tehlikeli görmektedirler. Çünkü bu şekilde üretim azalacak ve artan nüfusun ihtiyacını karşılayamayacaktır. Bunun yanında üreticilerin %9,4'ü zeytinliklerin satılmasına karşı olmakla beraber elde edilen gelir tatmin etmediğinde düşünülebilir yanıtını vermişlerdir. Bu konuda fikir belirtmeyen üreticilerin oranı ise %16,3'tür.

Çizelge 8.1.4.2. Zeytinliklerin amaç dışı kullanımı konusunda üreticilerin görüşleri

Zeytinliklerin Amaç Dışı Kullanımı	Sayı	Oran (%)
Kesinlikle onaylamıyoruz, karşıyız	188	71,2
Zeytinliklerin satılmaması gerekir ama elde edilen gelir tatmin etmediğinde düşünülebilir	25	9,4
Bir fikrim yok ama yapılmasa iyi olur	4	1,5
Fark etmez, 500 ağaç kesiliyor 1500 ağaç dikiliyor	2	0,8
Kıraç ve meyilli araziler için olumlu buluyorum	1	0,4
Devletin gerekli hassasiyeti göstermediğini düşünüyorum	1	0,4
Fikrim yok	43	16,3
Toplam	264	100

Üreticilere zeytinden zeytin ve zeytinyağı dışında nasıl yararlanılabileceği sorulmuş; %38,6'sı sabun sanayine katkı, %20,6'sı prina yağı, %20'si yapraklarının çay olarak kullanılabileceğini, %11,7'si kırsal turizme konu olabileceğini, %7,6'sı da odunundan yararlanılabileceğini belirtmişlerdir.

Çizelge 8.1.4.3. Zeytinden zeytin ve zeytinyağı dışında yararlanma şekilleri

Yararlanma Şekilleri	Sayı	Oran (%)
Sabun sanayine katkı	102	38,6
Prina yağı	54	20,6
Yaprakları çay olarak kullanılabilir	53	20,0
Kırsal turizm	31	11,7
Odunundan yararlanılabilir	20	7,6
Fikrim yok	4	1,5
Toplam	264	100,0

Üreticilere zeytincilik faaliyeti için devlet tarafından verilen desteklerin yeterli olup olmadığı sorulmuş; %86,4'ü verilen destekleri yeterli bulmamışlardır. %11,7'si bu destekleri kısmen yeterli bulurken, %1,9'u yeterli olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 8.1.4.4. Devlet Tarafından Üreticilere Verilen Desteklerin Yeterlilik Durumu

Desteklerin yeterlilik durumu	Sayı	Oran (%)
Evet	5	1,9
Hayır	228	86,4
Kısmen	31	11,7
Toplam	264	100

Devlet tarafından verilen destekleri yeterli bulmayan üreticilere ne tür desteklere ihtiyaç duydukları sorulduğunda; %38,6'sı girdi fiyatları konusunda (girdi fiyatlarında artış çok fazla ancak bu artış ürün fiyatlarına yansımamakta) , %23,7'si primler konusunda desteğe

ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Üreticilerin %11,4'ü zeytin ürününe de destek verilmesini talep ederken, önemli bir konu olan hastalık ve zararlılarla mücadele konusunda ilaçlamanın sağlanması(uçakla yapılması) ile ilgili destek bekleyenlerin oranı %3,5'tir.

Çizelge 8.1.4.5. Üreticilerin Zeytincilik Konusunda İhtiyaç Duyduğu Destekler

İhtiyaç duyulan destekler	Sayı	Oran (%)
Girdi (ilaç, mazot, alet ekipman)fiyatları konusunda	88	38,6
Primler yükseltilmeli	54	23,7
Zeytine de destek verilmeli	26	11,4
Verilen destek miktarı artırılabilir, destek için dosya hazırlama masrafı düşürülmeli	16	7,0
İlaçlamanın sağlanması (uçakla yapılmalı)	8	3,5
Düşük faizli kredi desteği	5	2,2
Eğitim faaliyetleri(yetiştiricilik konusunda) yapılmalı	5	2,2
AB şartlarında destek yapılmalı	5	2,2
Devlet Pazar bulma konusunda yardımcı olmalı	1	0,4
Fikrim yok	20	8,8
Toplam	228	100,0

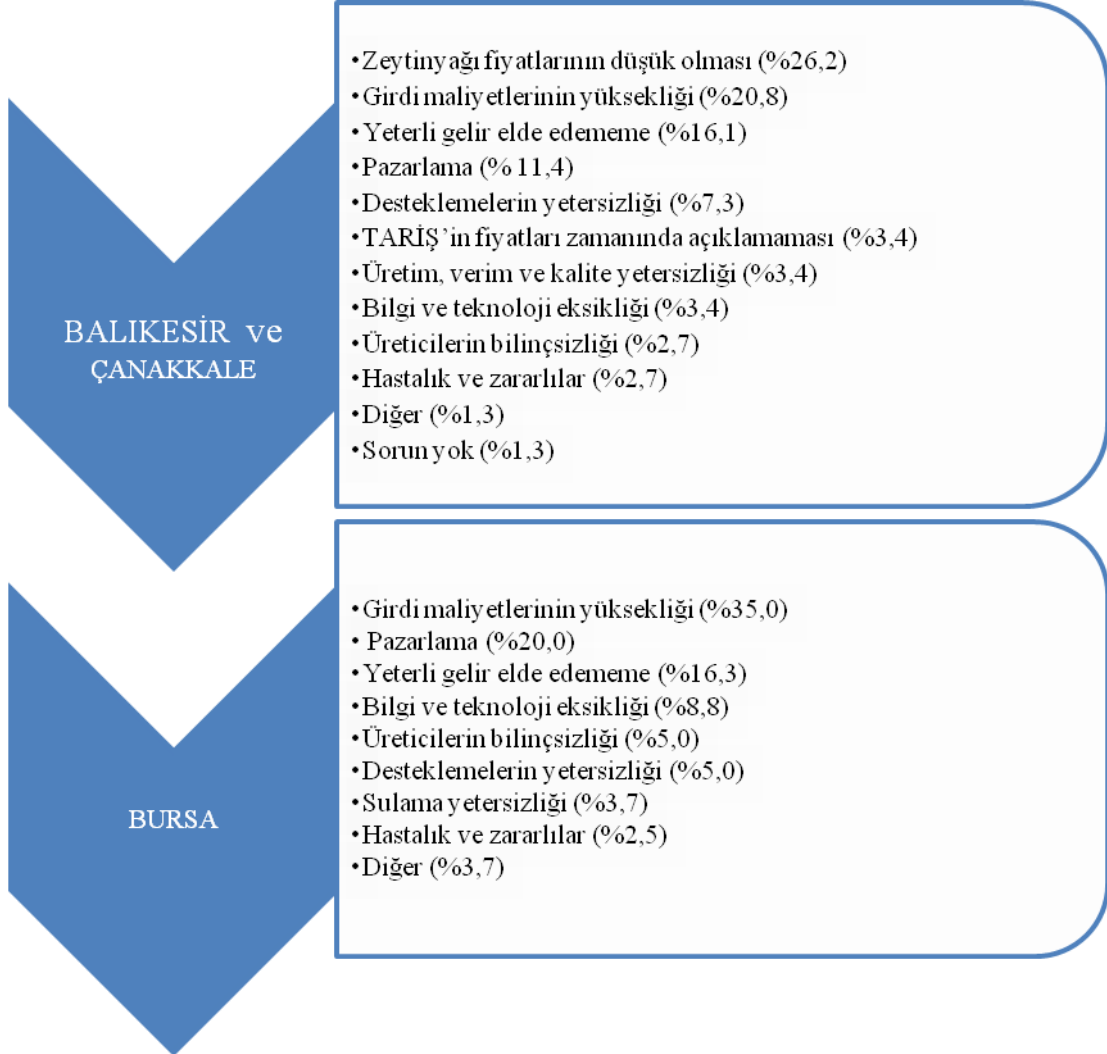
Üreticilere zeytincilik konusunda akıllarına gelen ilk sorun sorulduğunda; %32,6'sı yeterli gelir elde edememe, %11,7'si pazarlama, %9,0'ı ürün fiyatlarının düşüklüğü/belirsizliği, %8,0'i hastalık ve zararlılar yanıtını vermişlerdir. Üreticilerin bilinçsizliği %5,6 oranında pay alırken, girdi maliyetlerinin yüksekliği %5,4 oranında bir pay almıştır.

Çizelge 8.1.4.6. Zeytincilik Konusunda İlk Akla Gelen Sorun

Sorunlar	Sayı	Oran (%)
Yeterli gelir elde edememe	86	32,6
Pazarlama	31	11,7
Fiyatların düşüklüğü/belirsizliği	24	9,0
Hastalık ve zararlılar	21	8,0
Üreticilerin bilinçsizliği	15	5,6
Girdi maliyetlerinin yüksekliği	14	5,4
Sulama olanaklarının yetersizliği	5	1,9
Devlet desteğinin yetersizliği	5	1,9
Bilgi ve teknoloji eksikliği	4	1,5
Geleneksel yöntemden entegre yönetime geçilememesi	3	1,1
Kooperatiflerin üreticiye destek olmayışı	2	0,8
Zeytinliklerin amaç dışı kullanımı	2	0,8
Fikrim yok	52	19,7
Toplam	264	100,0

Zeytincilik konusunda ilk akla gelen sorun iller bazında değerlendirildiğinde ise Şekil 8.5'te görüldüğü gibi sorunların toplam içindeki oranlarından farklı oranlar olduğu görülmektedir. Bunun sebebi sofralık ve yağlık zeytinin bakım, hasat ve pazarlamasının aynı olmaması dolayısıyla üreticilerin ihtiyaçları, talepleri ve bakış açıları da farklılık göstermektedir. Genel içerisinde %5,4 orana sahip olan girdi maliyetlerinin yüksekliği sorunu iller bazında Balıkesir ve Çanakkale'de 20,8, Bursa'da ise %35 oranında bir pay almıştır. Yeterli gelir elde edememe toplam içerisinde %32,6 iken; Balıkesir ve Çanakkale'de %16,1, Bursa'da ise %16,3 oranında pay almıştır. Pazarlama sorunu toplamda %11,7 oranında pay alırken bu oran Balıkesir ve Çanakkale'de %11,4, Bursa'da ise %20,0 olarak gerçekleşmiştir. Toplamda %1,9 olan devlet desteğinin yetersizliği Balıkesir ve Çanakkale'de %7,3, Bursa'da ise %5,0'dir.

Şekil 8.5. Üreticilerin Zeytincilikle İlgili İlk Akıllarına Gelen Sorun



Üreticilere zeytinciliğimizin en önemli sorunlarının neler olduğu sorulmuş ve Çizelge 8.1.4.7'deki yanıtlara ulaşılmıştır. Üreticilerin akıllarına ilk gelen sorunlara yaklaşımıyla zeytinciliğimizin sorunlarına yaklaşımı paralellik göstermektedir. Girdi maliyetlerinin yüksekliği toplamda %27,5 pay alırken; iki alan içerisinde önemli oranlara sahiptir. Balıkesir ve Çanakkale %20,8 pay alırken Bursa %36,3 oranında pay almıştır. Bursa ilinde sofralık zeytin üretilmekte ve hasadı elle yapıldığı için yoğun işçiliğe dayanmaktadır. Bu girdi maliyetler içerisinde önemli oranda pay almaktadır. Üreticiler özellikle gübre, ilaç

maliyetlerinin yüksek olduğunu ve gübreleme ile ilaçlama zamanında fiyatların daha da yükseldiğini belirtmişlerdir.

Aksu ve ark., 2003 yılında yapmış oldukları çalışmada sofralık özelliğe sahip ve pazar değeri olan hastaliksız, hasarsız ve kaliteli ürün elde etmek amacıyla yönelik üretimin yapıldığı bu üretim dalında, yağlık üretime göre kültürel işlemlere ve teknik üretim tavsiyelerine daha fazla önem verildiği bakım masraflarının kendi içindeki dağılımından da görülebilmektedir. Birleştirilmiş yıllar (var yılı-yok yılı) ortalaması olarak bakım masraflarının; %35,4'ü hasat ve nakliye, %18,8'i toprak işleme, %14,5'i sulama, %13,6'sı ilaçlama, %10,4'ü budama, %5,9'u gübreleme ve %1,4'ü ise boylama masraflarıdır. Yağlık zeytin üretiminde diğer kültürel işlemlerin yeterince yapılmamasının yanında geleneksel hasat yöntemlerinin (sırıkla silme) terk edilememiş olması ve mevcut zeytinliklerin arazi konumları, hasat ve nakliye masraflarının yüksek olmasındaki en önemli faktörlerdendir. Var yılında bakım masrafları içerisinde %67,2 olan hasat ve nakliye var-yok yılları birlikte ele alındığında bakım masraflarının %64,4'ünü hasat ve nakliye, %14,8'ini toprak işleme, %10,1'ini budama, %6,2'sini gübreleme, %3,0'ünü ilaçlama, %1,4'ünü sulama masrafları oluşturmaktadır. Pazarlama ve tanıtım eksikliği de önemli sorunlar arasında gösterilmiştir. İller açısından bu sorunu daha detaylı değerlendirdiğimizde; Bursa ilindeki üreticiler zeytini kendilerinin pazarlayamadıklarını ve tüccarın insafına kaldıklarını, güvenilir tüccar bulmanın zorluğunu belirtmişlerdir. Devletin her yöreye fidan teşviki sonucu artan gemlik tipi zeytin yetiştiren illerin ve dolayısıyla üretimin artması, bölge zeytininin iyi tanıtılmaması ve özellikle gemlik tipi zeytinin diğer illerdeki gemlik tipiyle aynı şekilde değerlendirilmesi, tüccarların Akhisar'dan getirip gemlik diye zeytini pazarlamaları, coğrafi işaretin uygulanamaması gibi sorunları olduğunu belirtmişlerdir. Balıkesir ve Çanakkale'deki üreticiler de ülkemizde zeytin ve zeytinyağında tanıtım eksikliği olduğunu ve tüketiciye yeterince ulaşamadıklarını belirtmişlerdir. Tüccar sayısının az olması sebebiyle fabrikada ürünün beklediği, bunun kaliteyi düşürdüğü ve dolayısıyla ürünü pazarlarken sıkıntılarla karşılaştığı belirtilmiştir.

Desteklemelerin yetersizliği üreticiler tarafından aktarılan bir diğer önemli sorundur. Toplam içerisinde %11,5 oranında pay alırken; Balıkesir ve Çanakkale'de %10,7, Bursa'da %12,4 oranında pay almıştır. Üreticiler desteklemelerin yetersizliği sonucu diğer ülkelerdeki zeytincilerle rekabet edemediklerini belirtmişlerdir. Zeytinyağı fiyatlarının düşüklüğü Balıkesir ve Çanakkale'de üreticilerin %15,4'ü tarafından önemli bir sorun olarak belirtilmiştir. Aynı şekilde üreticilerin bilinçsizliği (toprak tahlili yaptırmadan gübre kullanımı ve ilaçlamanın uçakla yapılamaması sonucu üreticilerin kendi bildikleri şekilde ilaçlama

yapmaları) ve Balıkesir ve Çanakkale’de üreticilerin %10,7’si tarafından sorun olarak ifade edilmiştir. Üreticilerin toprak tahlili yaptırmadan gübre kullandıkları ve Bakım işlemleriyle ilgili sorunlar toplamda %5,7 oranında iken; Balıkesir ve Çanakkale’de %8,1, Bursa’da 2,6 oranındadır. Bursa’da bakımın ve budamanın geleneksel yöntemlerle yapılmaya devam edildiği, Balıkesir ve Çanakkale’de de aynı sorunun olduğu buna ilaveten zeytinliklerin çok parçalı olması, maliyetlerin yüksekliği, zeytinliklerin yamaç arazilerde yer alması bu sorunun payını artırmaktadır. Bursa’da üreticilerin %8,9’u, Balıkesir ve Çanakkale’de ise %2,7’si yeterli gelir elde edemediklerini belirtmişlerdir. Kooperatiflerle ilgili sorunlar toplamda %5,3 oranında pay alırken bu oran Balıkesir ve Çanakkale’de %5,4, Bursa’da ise %5,3 olarak gerçekleşmiştir. Bursa’daki üreticiler kooperatiflerin çalışmasını yeterli bulmamakta, kooperatifin ortaklarına sahip çıkmadığını ifade etmişlerdir. Marmarabirlik’in alımlarda kota koyması da üreticilerin kooperatiflere bakışını olumsuz yönde etkilemiştir. Tarım satış Kooperatifleri Birlikleri yeniden yapılandırma sonrasında kendi ayakları üzerinde durmakta zorlanmakta ve bu nedenle kooperatifler de alabilecekleri kadar ürünü kota adı altında sınırlamaktadırlar. Balıkesir ve Çanakkale’de üreticiler zeytincilerin kooperatiflerine yeterince özen göstermediklerini ifade etmişlerdir. Üreticiler TARİŞ’in fonksiyonunu yitirdiğini, fiyatları çok geç açıkladığını dolayısıyla fiyat belirsizliğinin tüccarın işine yaradığını ve üreticiyi mağdur ettiğini düşünmektedirler. Toplam içerisinde zeytinciliğe yönelik politikanın olmaması %3,0 oranında pay alırken, kontrol ve denetimlerle ilgili sorunlar %2,3 olarak gerçekleşmektedir. Balıkesir ve Çanakkale’deki üreticiler denetimlerin ve teknik elemanların yetersiz olduğunu, denetimlerin ve kontrollerin kayıt dışına yapılmadığını belirtmişlerdir. Kaliteli üretim yapanların yüksek maliyetlerle üretim yaptıklarını, kayıt dışı işletmelerin ise düşük maliyetlerle üretim yaptıkları için piyasada haksız rekabet yaratıldığını ifade etmişlerdir.

Son yıllarda yapılan çalışmalarda sulamanın verimi artırması üreticilerde sulamayı teşvik etmiştir. Ancak üreticilerin %2,3’ü tarafından sulama olanaklarının yetersizliği sorun olarak belirtilmiştir. Diğer sorunlar (teknolojini yeterince uygulanamaması, kalite yetersizliği)Balıkesir ve Çanakkale’de %2,7 pay alırken, Bursa’da (toprak tahlili için belirli şartların olması (min 50 da arazi)) %0,9 oranında pay almıştır. Bu sorunun toplam içerisindeki payı %1,9’dur.

Çizelge 8.1.4.7. Üreticiler Açısından Zeytinciliğimizin En Önemli Sorunları

Sorunlar	Balıkesir ve Çanakkale İçindeki Oran (%)	Bursa İçindeki Oran (%)	Toplam İçindeki Oran (%)
Girdi maliyetlerinin yüksekliği	20,8	36,3	27,5
Pazarlama ve tanıtım eksikliği	12,1	24,8	17,6
Desteklemelerin yetersizliği	10,7	12,4	11,5
Zeytinyağı fiyatlarının düşüklüğü	15,4	-	8,8
Üreticilerin bilinçsizliği	10,7	-	6,1
Bakım işlemleriyle ilgili sorunlar	8,1	2,6	5,7
Yeterli gelir elde edememe	2,7	8,9	5,3
Kooperatiflerle ilgili sorunlar	5,4	5,3	5,3
Zeytinciliğe yönelik bir politikanın olmaması	5,4	-	3,0
Kontrol ve denetimlerle ilgili sorunlar	4,0	-	2,3
Sulama olanaklarının yetersizliği	1,3	3,5	2,3
Zeytin fidanı ile ilgili sorunlar	-	1,8	0,8
Diğer sorunlar	2,7	0,9	1,9
Toplam	100,0	100,0	100,0

Sorunlarda iller arasında farklılık yanında ortak noktaların bulunduğu gibi önerilen çözümlerde de benzer bir durum söz konusudur. Önerilen çözüm yolları arasında girdilere verilen desteğin artırılması hem genel hem de iller arasında en yüksek orana sahiptir. Toplam içinde %22,8 olan pay, Balıkesir ve Çanakkale’de %19,1, Bursa’da %27,6 olarak gerçekleşmiştir. Üreticilerin bilinçlendirilmesi ve eğitilmesine yönelik öneri toplamda %16,4 pay alırken, Balıkesir ve Çanakkale’de %12,4, Bursa’da %21,8 oranında pay almıştır. Üreticiler zeytincilik konusunda özellikle ilaçlama, hasat, yetiştiricilik ve yeni düzenlemeler konusunda bilinçlenmek ve eğitilmek istemektedirler. İç pazarda tüketimi artıracak çalışmaların yapılması ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi gerekliliği Balıkesir ve Çanakkale’de %10,1, Bursa’da %2,9, toplamda ise %7,0 oranında pay almıştır. Balıkesir ve Çanakkale’de devletin zeytincilik konusunda bir politikası olmalı diyen üreticilerin oranı 3,4 iken Bursa’da %4,3’tür. Bu önerinin genel içindeki oranı ise %3,8’dir. İllerin kendilerine has önerilerini değerlendirdiğimizde; Balıkesir ve Çanakkale’de devlet eskiden olduğu gibi uçakla ilaçlama yapmalı, zamanında ilaçlama yapılmalı diyen üreticilerin oranı %20,2; toplam içindeki oranı ise %11,4 olarak gerçekleşmiştir. TARİŞ zeytinyağı fiyatlarını zamanında açıklamalı (%10,1), kooperatifçilik desteklenmeli, bu sayede daha iyi üretim yapılabilir ve çiftçi daha az ezilir (%9,0), zeytinyağı fiyatları artırılmalı (%4,5) ve üreticiler zeytinliklerine iyi bakmalı, yaptıkları faaliyetler denetlenmeli (%4,5) bu iki ile has diğer önerilerdir. Farklı önerilerin bir

araya toplandığı diğer (%4,5) seçeneği ise, zeytinyağına verilen primin artırılması, yöreye uygun zeytin üretiminin yapılması, zeytincilik konusunda teknoloji çalışmalarının geliştirilmesi ve zeytincilik konusunda fakülte kurulması önerilerinden oluşmaktadır.

Bursa'ya has öneriler ise desteğin zeytine verilmeli (%8,7), zeytinin soy haritası çıkarılmalı, yöresel zeytinler tescil edilmeli (%8,7), kooperatifler iyi yönetilmeli (%7,2), dış Pazar olanakları araştırılmalı, yeni pazarlar açılmalı (%4,3) ve pazarlama konusunda kooperatifin yetersiz kaldığı yıllarda devletin desteği üreticiler üzerinde daha hissedilir olmalı (%2,9) önerilerinden oluşmaktadır. Farklı önerilerin bir araya toplandığı diğer (%5,8) seçeneği ise, zeytinin piyasası olmalı, fidancılık konusunda yasal önlemler alınmalı, müstahsilden kesilen stopaj düşürülmeli ve toprak analiz laboratuvarları kurulmalı önerilerini bünyesinde barındırmaktadır (izelge 8.1.4.8).

Çizelge 8.1.4.8. Zeytinciliğimizin Sorunlarına Üreticiler Tarafından Önerilen Çözüm Yolları

Önerilen Çözüm Yolları	Balıkesir ve Çanakkale İçindeki Oran (%)	Bursa İçindeki Oran (%)	Toplam İçindeki Oran (%)
Girdilere verilen destekler artırılmalı	19,1	27,6	22,8
Üreticiler zeytincilik konusunda eğitilmeli, bilinçlendirilmeli ve görsel eğitim faaliyetleri yapılmalı	12,4	21,8	16,4
Devlet eskiden olduğu gibi uçakla ilaçlama yapmalı, zamanında ilaçlama yapılmalı	20,2	-	11,4
İç pazarda tüketimi artıracak çalışmalar yapılmalı, tüketiciler zeytin ve zeytinyağı konusunda bilinçlendirilmeli	10,1	2,9	7,0
TARİŞ zeytinyağı fiyatlarını zamanında açıklamalı	10,1	-	5,7
Kooperatifçilik desteklenmeli, bu sayede daha iyi üretim yapılabilir ve çiftçi daha az ezilir	9,0	-	5,1
Devletin zeytincilik konusunda bir politikası olmalı	3,4	4,3	3,8
Sulama olanakları artırılmalı	2,2	5,8	3,8
Destek zeytine verilmeli	-	8,7	3,8
Zeytinin soy haritası çıkarılmalı, yöresel zeytinler tescil edilmeli	-	8,7	3,8
Kooperatifler iyi yönetilmeli	-	7,2	3,2
Zeytinyağı fiyatları artırılmalı	4,5	-	2,5
Üreticiler zeytinliklerine iyi bakmalı, yaptıkları faaliyetler denetlenmeli	4,5	-	2,5
Dış Pazar olanakları araştırılmalı, yeni pazarlar açılmalı	-	4,3	1,9
Pazarlama konusunda kooperatifin yetersiz kaldığı yıllarda devletin desteği üreticiler üzerinde daha hissedilir olmalı	-	2,9	1,3
Diğer	4,5	5,8	5,0
Toplam	100,0	100,0	100,0

8.2. Zeytin Ve Zeytinyağı Üreten İşletmelere Yönelik Araştırma Bulguları

8.2.1. İşletmecilerin Yapısı ve Demografik Özellikleri İle İlgili Bilgiler

Araştırma sahası içerisinde 71 işletme anket çalışmasına katılmıştır. Ankete katılan işletme sahiplerinin %64,8' i işyeri sahibi, %18,3'ü, yönetici, %14,1' i ortak ve %2,8'i de ortak yöneticiden oluşmaktadır (Şekil 8.6).

Şekil 8.6. İşletmecilerin İşletmedeki Pozisyonu



Ankete katılan işletmecilerin %98,6' sı (70 kişi) erkek, %1,4'ü (1 kişi) kadındır. Anket uygulanan işletmecilerin yaş ortalaması 41'dir. İşletmecilerin %35,2' si 41-50 yaş grubunda, %25,4' ü 20-30 yaş grubunda, %21,1' i 31-40 yaş grubunda %11,3' ü 51-60 yaş grubunda ve %7,0'si 61-67 yaş grubunda yer almaktadır. 31-50 yaş arasındaki işletmeciler tüm işletmecilerin yarından fazlasını (% 56,3) oluşturmaktadır. İşletmecilerin %40,8' i lise, %21,1' i ön lisans, %18,3' ü lisans ve %18,3' ü ilkokul-ortaokul mezunudur. Lisansüstü eğitime sahip işletmecilerin oranı ise %1,4' tür (Çizelge 8.2.1.1).

Çizelge 8.2.1.1. İşletmecilerin Yaş ve Eğitim Durumları

İşletmecilerin Yaşı	Sayı	Oran (%)	İşletmecilerin Eğitim Durumu	Sayı	Oran (%)
20-30	18	25,4	İlkokul-Ortaokul	13	18,3
31-40	15	21,1	Lise	29	40,8
41-50	25	35,2	Üniversite (Ön lisans)	15	21,1
51-60	8	11,3	Üniversite (Lisans)	13	18,3
61-67	5	7,0	Lisansüstü	1	1,4
Toplam	71	100,0	Toplam	71	100,0

Anket yapılan işletmelerde ortalama çalışma süresi 14 yıldır. İşletmecilerin %49,3' ü 1-10 yıl, %31,0' i 11-20 yıl, %19,7'si 20 yıldan fazla bir süre işletmede çalıştıklarını belirtmişlerdir. İşletmecilerin zeytin ve zeytinyağı sektöründeki tecrübeleri sorulduğunda; anket yapılan işletmecilerin %38,0'i 16 yıl ve üzeri, %26,8'i 0-5 yıl arasında, %18,3'ü 11-15

yıl arasında ve %16,9'u da 6-10 yıl arasında tecrübeye sahip olduklarını belirtmişlerdir. 10 yıl ve üzeri tecrübeye sahip işletmecilerin oranı %73,2 gibi büyük bir orandır (Çizelge 8.2.1.2).

Çizelge 8.2.1.2. İşletmedeki Çalışma Süresi ve Sektördeki Yöneticilik Tecrübesi

İşletmedeki Çalışma Süresi	Sayı	Oran (%)	Sektördeki Yöneticilik Tecrübesi	Sayı	Oran (%)
1-10 yıl	35	49,3	0-5 yıl	19	26,8
11-20 yıl	22	31,0	6-10 yıl	12	16,9
21-30 yıl	12	16,9	11-15	13	18,3
31-40 yıl	2	2,8	16 yıl ve üzeri	27	38,0
Toplam	71	100,0	Toplam	71	100,0

Ankete katılan 71 işletmecinin 37'si (%52,1) sektör dışı tecrübeye sahiptir. Sektör dışı tecrübe ortalaması 7,5 yıldır. 1-5 yıl arası sektör dışı tecrübeye sahip işletmecilerin oranı %56,8 iken, 6-10 yıl arası % 21,6, 16 yıl ve üzeri %13,5 ve 11-15 yıl arası tecrübe de %8,1'dir (Çizelge 8.2.1.3).

Çizelge 8.2.1.3. İşletmecilerin sektör dışı tecrübeleri

Sektör Dışı Tecrübe	Sayı	Oran (%)
1-5 yıl	21	56,8
6-10 yıl	8	21,6
11-15 yıl	3	8,1
16 yıl ve üzeri	5	13,5
Toplam	37	100,0

8.2.2. İşletmelerin Yapısı ve İşleyişi ile İlgili Bilgiler

İşletmelerin %81,6'sı yöneticilerini aile içinden seçmişlerdir. Dışarıdan profesyonel yönetici tercih edenlerin oranı %9,9 iken şirket içinden seçenlerin oranı %8,5'tir (Çizelge 8.2.2.1).

Çizelge 8.2.2.1. İşletmenin En Üst Yöneticisi

Tepe Yöneticisi	Sayı	Oran (%)
Aileden	58	81,6
Şirket içinden	6	8,5
Dışarıdan profesyonel yönetici	7	9,9
Toplam	71	100,0

Kuruluş yılı ile ilgili olarak 71 işletmecinin 64'ü (%90,1) yanıt vermiştir. Ankete katılan işletmelerin %79,7'si 2000 yılından önce, %20,3'ü de 2001-2009 yılları arasında kurulmuştur (Çizelge. 8.2.2.2).

Çizelge. 8.2.2.2. İşletmelerin Kuruluş Yılı

İşletmenin Kuruluş Yılı	Sayı	Oran (%)
1900-2000 yılları arasında kurulanlar	51	79,7
2001-2009 yılları arasında kurulanlar	13	20,3
Toplam	64	100,0

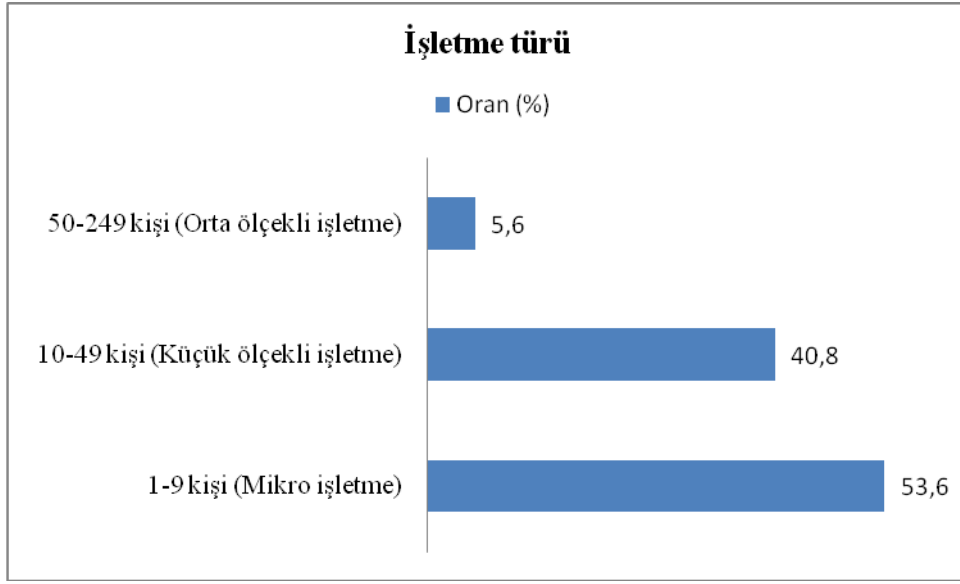
Anket yapılan işletmelerin %67,6'sı Balıkesir, %23,9'u Bursa ve %8,5'i Çanakkale ilinde kurulmuş ve faaliyet göstermektedir (Çizelge 8.2.2.3).

Çizelge 8.2.2.3. İşletmelerin Kuruluş Bölgesi

İşletmenin Kuruluş Bölgesi	Sayı	Oran (%)
Balıkesir	48	67,6
Bursa	17	23,9
Çanakkale	6	8,5
Toplam	71	100,0

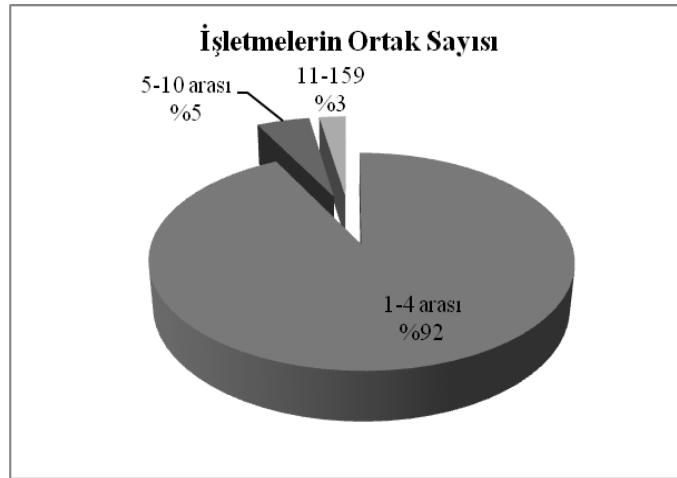
İşletmelerdeki personel sayısı 2005 yılında bir standarda kavuşturulan KOBİ tanımı çerçevesinde hazırlanmıştır. Şekil 8.7'den anket uygulanan işletmelerin %53,6' sının mikro işletme (1-9 kişi çalıştıran), %40,8' ini de küçük ölçekli işletme (10-49 kişi çalıştıran) olduğu görülmektedir. Orta ölçekli işletmelerin (50-249 kişi çalıştıran) oranı %5,6' dır. İşletmelerde ortalama personel sayısı ise 13'tür.

Şekil 8.7. İşletme Türü



İşletmelerin ortak sayıları incelendiğinde %92,5'inin 1-4 kişi arasında ortak sayısına sahip olduğu görülmektedir. Ortak sayısı 159 olan 1 işletme vardır ve bu da kooperatif işletme yapısındadır (Şekil 8.8).

Şekil 8.8. İşletmelerin Ortak Sayısı



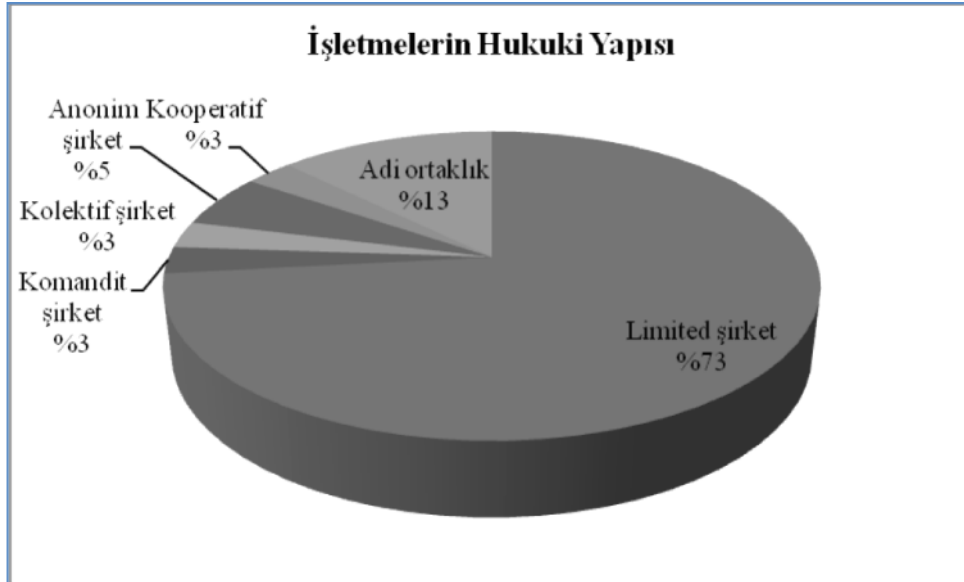
İşletmecilere işletmelerinin aile işletmesi mi, dışarıya açık bir işletme mi olduğu sorusu yöneltilmiş; işletmelerin %93 gibi çok büyük bir oranının aile işletmesi olduğu belirtilmiştir. İşletmelere ayrıca üretim, personel, pazarlama, finans vb konularında fonksiyonel bir işbölümünün varlığı sorulmuş; %53,5'i böyle bir işbölümünün olmadığı, tüm işlerin tek elden yapıldığını ifade etmişlerdir. İşletmecilerin %46,5'i işletmelerinde işbölümünün var olduğunu belirtmiştir (Çizelge. 8.2.2.4).

Çizelge. 8.2.2.4. İşletme Türü ve İşletmede İşbölümü

İşletme Türü	Sayı	Oran (%)	İşletmede İşbölümü	Sayı	Oran (%)
Aile işletmesi	66	93,0	Evet var	33	46,5
Dışa açık işletme	5	7,0	Hayır. Hepsi tek elden yapılmaktadır	38	53,5
Toplam	71	100,0	Toplam	71	100,0

İşletmelerin hukuki yapısı incelendiğinde; limitet şirketler %73,3 (52 işletme) ile en büyük paya sahip olmakta, bunu %12,7 (9 işletme) ile adi ortaklık izlemektedir. Anonim şirket %5,6 (4 işletme) , kolektif şirket %2,8 (2 işletme) ve kooperatif %2,8 (2 işletme) pay almaktadırlar (Şekil 8.9).

Şekil 8.9. İşletmelerin Hukuki Yapıları İtibariyle Dağılımları



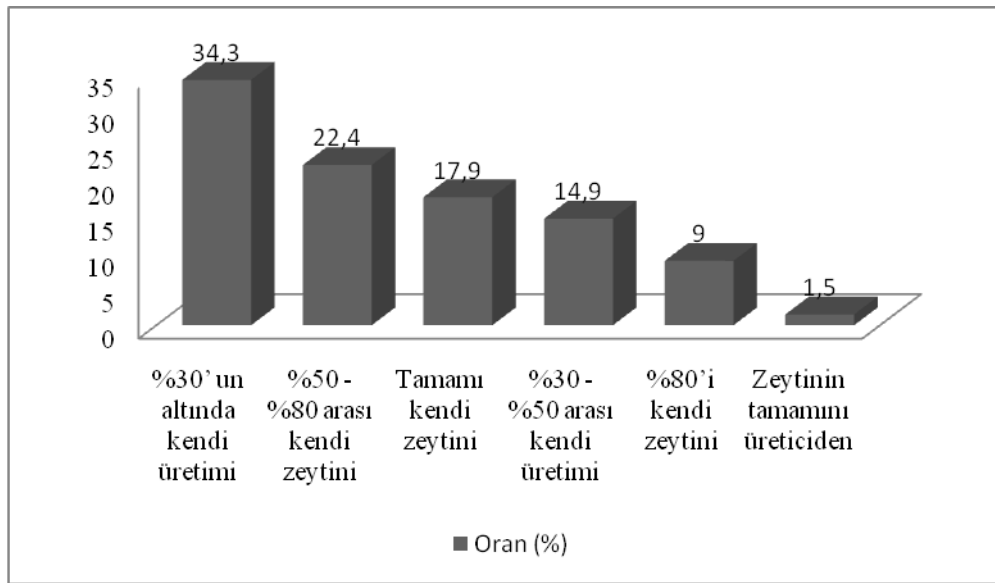
İşletmeler bünyelerinde birden fazla amacı barındırabilmektedirler. Bazı işletmeciler işletmelerinde zeytini hem sofralık hem de yağlık olarak işleyebilmektedirler. Zeytini sofralık olarak işleyenler işletmeler %31,9, zeytinyağı üretenler %22,7, paketleme yapanlar %24,1 oranında pay almaktadırlar. Zeytinyağı üretimi yapmayıp, sadece ticaretini yapanlar %12,1 iken zeytini sıkma işini yapan işletmeler %9,2 oranında pay almaktadırlar (Çizelge 8.2.2.6).

Çizelge 8.2.2.6. İşletmenin Faaliyetleri

İşletmenin Faaliyetleri	Sayı	Oran (%)
Sofralık zeytini işliyor	23	31,9
Zeytinyağı üretimi yapıyor	16	22,7
Paketleme yapıyor	17	24,1
Zeytinyağı üretimi yapmıyor, sadece ticaretini yapıyor	9	12,1
Zeytini sıkma işlemi yapıyor	6	9,2
Toplam	71	100,0

İşletmecilerin %17,9'u tamamen kendi zeytinini işlemekte, %1,5'i ise zeytinini tamamen üreticiden sağlamaktadır. İşletmecilerin %9,0'u işledikleri zeytinin %80'inin kendi zeytini olduğunu, %22,4'ü %50-%80'inin kendi zeytini olduğunu, %14,9'u %30-%50'sinin kendi zeytini olduğunu belirtmiştir. İşledikleri zeytinin %30'un altında kendi zeytinleri olduğunu belirten işletmecilerin oranı ise %34,3'tür(Şekil 8.10).

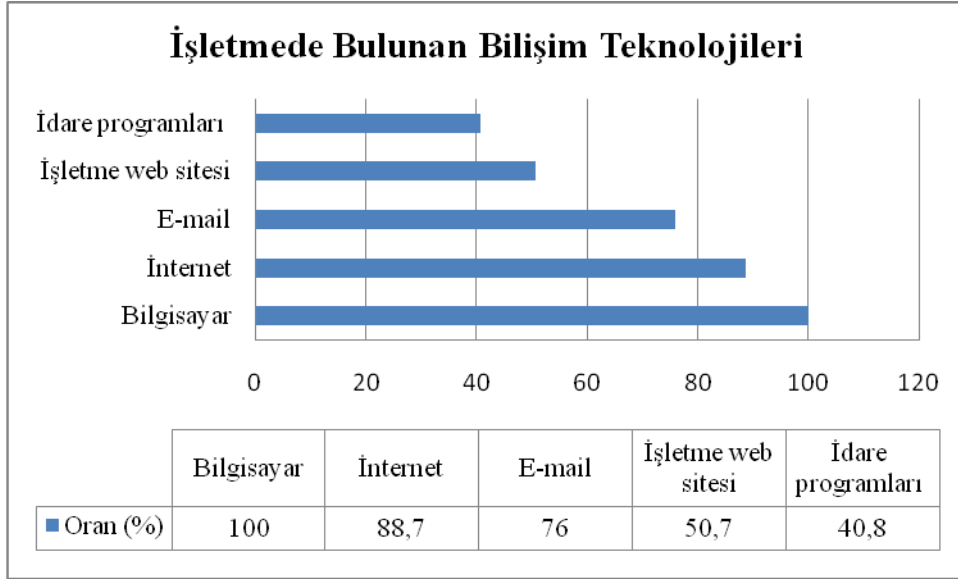
Şekil 8.10. İşletmelerde İşlenen Zeytin ve Zeytinyağının Temini



İşletmelerdeki bilişim teknolojileri değerlendirildiğinde; anket yapılan işletmelerin tamamında bilgisayar olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmelerin %88,7'sinde (63 işletme) internet bağlantısı, %76,0'sında (54 işletme) elektronik posta hesabı bulunmaktadır. İşletmecilerin %50,7' sinin (36 işletme) işletmelerine ait web sitesi bulunmaktadır. İdare programlarına (Word, Excel) sahip işletmelerin oranı %40,8' dir (29 işletme) (Şekil 8.11). Viesca ve diğ. (2005) yapmış olduğu çalışmada şirketlerin büyük çoğunluğu (%93) en azından 1 bilgisayara sahiptir. %88'inin internet bağlantısı ve %86'sının e-maili vardır.

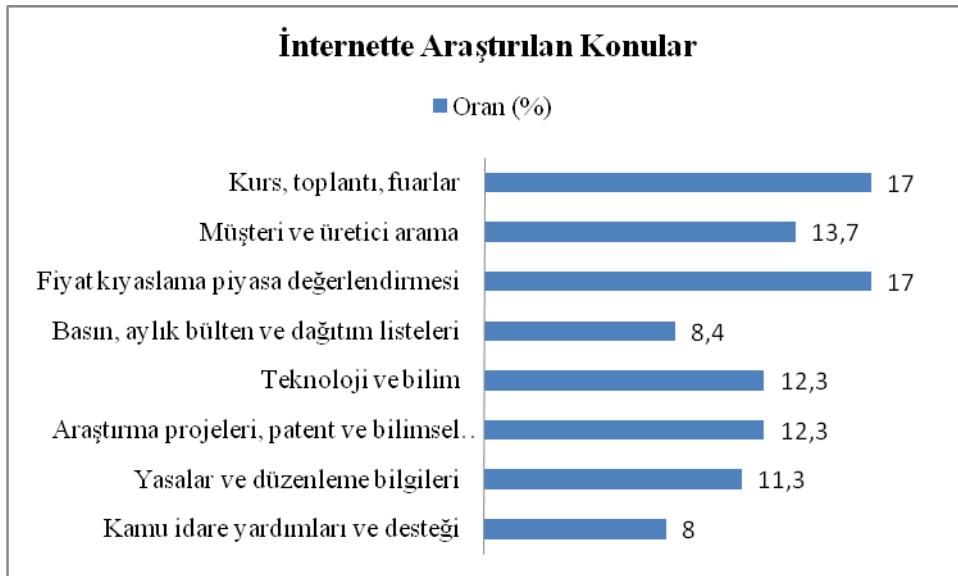
Şirketlerin yarıya yakını (%48'i) şirket web sitesine sahip olduğu belirtilmektedir. Benzer oranlar araştırma alanındaki işletmelerde de görülmüştür.

Şekil 8.11. İşletmelerde Bulunan Bilişim Teknolojileri



İşletmelere internette ne tür bilgileri aradıkları veya aramak istedikleri sorulduğunda; işletmeler ağırlıklı olarak fiyat kıyaslama piyasa değerlendirmesi (%17,0) ve kurs, toplantı, fuarları (%17,0) araştırdıkları, bunu müşteri ve üretici arama (%13,7), teknoloji (%12,3) ve araştırma projeleri, patent ve bilimsel yayın veritabanları (%12,3) izlemektedir (Şekil 8.12). Viesca ve diğ. (2005) çalışmada işletmeler en çok yasa ve düzenleme bilgilerini (%88) talep etmektedirler. Bunu %84 ile kamu idare yardımları ve desteği, %84 ile farklı pazarlardaki fiyat listelerinin izlediği belirtilmektedir.

Şekil 8.12. İnternette Araştırılan Konular



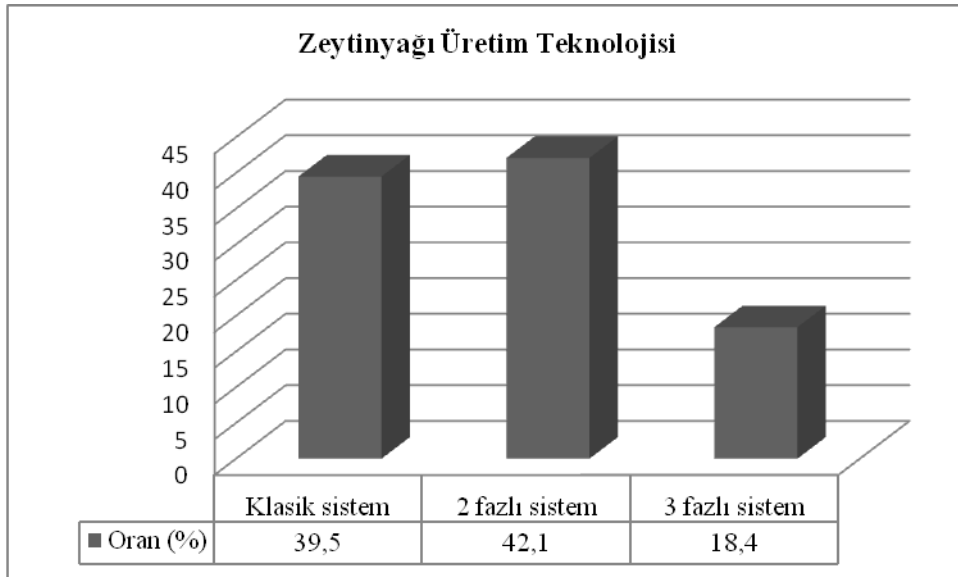
İşletmelerin %26,3'ünde ISO9001 kalite ve güvenlik sistemi bulunmakta, bunu %20,2 ile HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points-Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi) izlemektedir. Herhangi bir kalite sistemi bulunmayan işletmelerin oranı %18,2'dir. Takip sistemlerine sahip işletmelerin oranı %15,1, ISO14001 çevre koruma sistemine sahip işletmeler %10,1 ve diğer (TSE ve ISO22000) kalite sistemlerine sahip işletmeler de %10,1' dir (Çizelge 8.2.2.7).

Çizelge 8.2.2.7. İşletmelerde Bulunan Kalite Sistemleri

İşletmede bulunan kalite sistemleri	Sayı	Oran (%)
ISO9001(Kalite ve güvenlik)	19	26,3
HACCP	14	20,2
Kalite sistemine sahip değil	13	18,2
Takip sistemleri	11	15,1
ISO14001 (Çevre koruma)	7	10,1
Diğer (TSE ve ISO22000)	7	10,1
Toplam	71	100,0

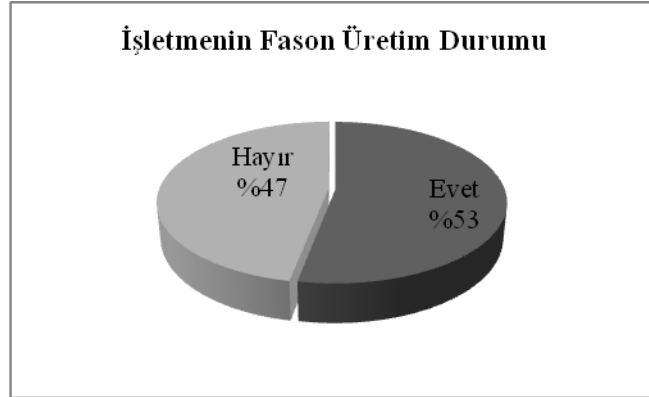
Zeytinyağı üreten işletmelerin %42,1'inde 2 fazlı üretim teknolojisi, %39,5'inde klasik sistem üretim teknolojisi ve %18,4' ünde de 3 fazlı üretim teknolojisi mevcuttur (Şekil 8.13).

Şekil 8.13. Zeytinyağı Üretim Teknolojisi



İşletmelerin %53'ü kendi üretimleri dışında fason üretim (*Malzemesi marka sahibi tarafından karşılanarak başka bir firmaya yaptırılan üretim (Anonim,2010m)*) de yapmaktadırlar (Şekil 8.14).

Şekil 8.14. İşletmenin Fason Üretim Durumu



İşletmeciler alınacak hammadde miktarını belirlerken; öncelikle işletmeler pazardaki zeytin/zeytinyağı talebine göre (%40,2) hareket etmektedirler. Bunu sırasıyla eldeki işletme sermayesi (%32,2), stoklanabilecek kadar (%23,0) ve bulabildiğince çok alım (%4,6) şeklindeki yanıtlar izlemiştir (Çizelge 8.2.2.8).

Çizelge 8.2.2.8. Alınacak Hammadde Miktarını Belirleyen Unsurlar

Alınacak hammadde miktarını belirleyen unsurlar	Sayı	Oran (%)
Pazardaki zeytin/zeytinyağı talebine göre	29	40,2
Eldeki işletme sermayesine göre	23	32,2
Stoklanabilecek kadar	16	23,0
Bulabildiğince çok	3	4,6
Toplam	71	100,0

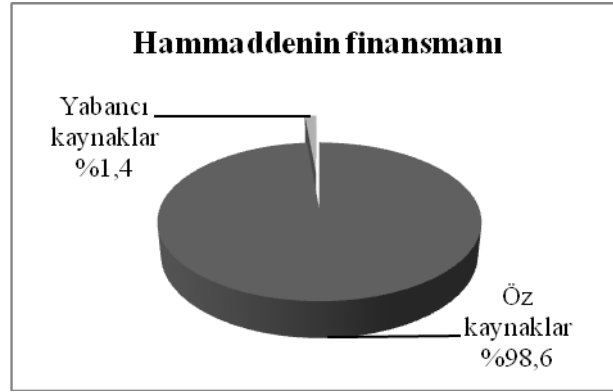
İşletmecilerin %44,9'u hammadde için peşin ödeme yapmaktadır. Vadeli ödemeyi seçenlerin oranı %14,5 iken hem peşin hem vadeli ödemeyi tercih eden işletme sahiplerinin oranı %40,6'dır. İşletmeciler bu ödemelerin kaynağını %98,6 oranında kendi özkaynaklarından karşılamaktadırlar (Çizelge 8.2.2.9).

Çizelge 8.2.2.9. Hammadde Alımı İçin Ödeme Şekli ve Finansman Kaynağı

Hammadde ödeme şekli	Sayı	Oran (%)
Peşin	32	45,1
Vadeli	10	14,1
Hem peşin hem vadeli	29	40,8
Toplam	71	100

Şekil 8.15'te görüldüğü gibi hammadde finansmanının %98,6'sı işletmelerin öz kaynaklarından; %1,4'ü ise yabancı kaynaklardan temin edilmektedir.

Şekil 8.15. Hammaddenin Finansmanı



İşletmecilere zeytin ve zeytinyağı konusunda faaliyet gösteren iki kooperatif birliği olan Tariş ve Marmara birlik hakkındaki görüşleri sorulmuş; işletmecilerin %56,3'ü olumlu yönde görüş bildirmiştir. Olumsuz düşünenlerin oranı %40,'dur (Çizelge 8.2.2.10).

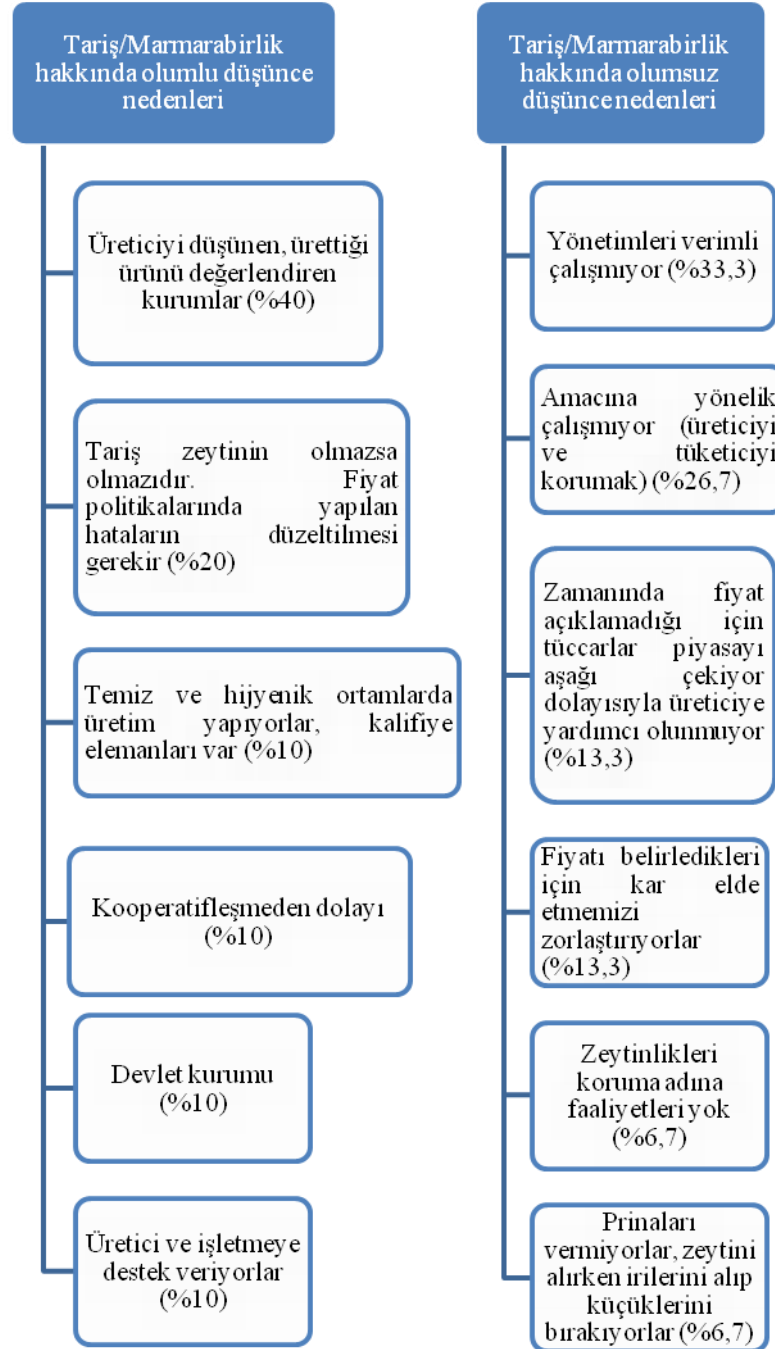
Çizelge 8.2.2.10. İşletmecilerin Marmarabirlik ve Tariş Hakkındaki Düşünceleri

Kooperatif hakkındaki düşünceleriniz	Sayı	Oran (%)
Olumlu düşünüyorum	40	56,3
Olumsuz düşünüyorum	29	40,9
Fikrim yok	2	2,8
Toplam	71	100,0

İşletmeciler hem üretici aynı zamanda işletmeci olarak Tariş/Marmarabirlik hakkında olumlu düşünceleri arasında bu kooperatiflerin üreticiyi düşünen, ürettiği ürünü değerlendiren kurumlar (%40) olması en büyük payı almıştır. Tariş'in zeytinin olmazsa olmazı olması (%20), temiz ve hijyenik ortamlarda, kalifiye elemanlarla üretim yapmaları (%10), hala devlet kuruluşu olarak görülmesi (%10) ve üretici ve işletmeye destek vermeleri (%10) de bu kooperatifler hakkındaki olumlu düşüncelerdir.

Bu olumlu düşünceler yanında bu kuruluşlara yönelik olumsuz düşünceler de bulunmaktadır. İşletmeciler bu kooperatiflerin yönetimlerinin verimli çalışmadığını (%33,3) düşünmektedirler. Bunun yanında üretici ve tüketici koruma amaçlı bu kuruluşların bu amaçlarına yönelik çalışmamaları (%26,7), ürün fiyatları konusunda üreticiye yardımcı olunmaması (%13,3), işletmecilerin kar etmelerini zorlaştırmaları (%13,3), zeytinlikleri koruma adına faaliyetlerinin olmaması (%6,7) ve prinaların verilmemesi, ürün alımında seçici davranılması (%6,7) bu kooperatifler hakkındaki diğer olumsuz düşüncelerdir (Şekil 8.16).

Şekil. 8.16. İşletmecilerin Tariş ve Marmarabirlik Hakkındaki Olumlu ve Olumsuz Düşüncelerinin Nedenleri



8.2.3.Pazarlama ve Dış Ticaret İle İlgili Bilgiler

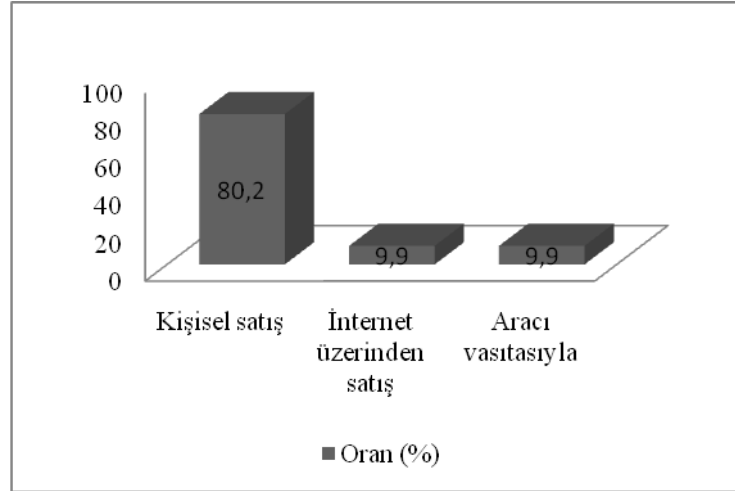
Zeytin ve zeytinyağı önemli ihrac ürünlerimizden biridir. İşletmecilerin ihracat için gerekli bağlantıları kurabilmesi ve ihracatların devamlılığının düzgün şekilde sağlanması için yabancı dil önemlidir. Bu sebeple işletmecilerin yabancı dil bilme ve yurt dışına çıkış durumları sorulmuştur. İşletmecilerin %42,3'ü yabancı dil bilmediklerini, %28,2'si ise az bildiklerini ifade etmişlerdir. Orta ve ileri düzeyde yabancı dil bilenlerin oranı ise %29,6'dır. İşletmecilerin yurt dışına çıkış durumları değerlendirildiğinde; %50,7' si hiç yurt dışına çıkmadığını, %16,9'u nadiren çıktığını belirtmiştir. Çok sık çıkanların oranı %8,5 iken ara sıra çıkanların oranı da %23,9'dur (Çizelge 8.2.1.4). Atabay, (2005) zeytinyağı sektöründe ihracatçı işletmelerle ihracatçı olmayan işletmeler arasındaki farklılıkları ortaya koyan çalışmasında ihracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında işletme sahibinin eğitim durumu açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. İhracat yapan işletmelerin sahiplerinin/yöneticilerinin eğitim düzeyleri ihracat yapmayan işletmelerinkine göre daha yüksektir. İhracat yapan işletmelerin yöneticilerinin veya sahiplerinin %72,3'ü üniversite (ön lisans, lisans, lisansüstü) mezunu iken ihracat yapmayanlarda bu oran %17 bulunmuştur. Eğitim seviyesinin yükselmesi işletme sahibine/yöneticisine daha global bir bakış açısı ve düşünce tarzı, yönetsel açıdan da yeni beceri ve yetenekler kazandırdığı belirtilmiştir. İşletme sahibinin/yöneticisinin yabancı dil seviyesi açısından da ihracatçı olan ve olmayan işletmeler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olduğu; ihracat yapan işletmecilerin %61,4'ü ileri ve orta seviyede yabancı dil bilgisine sahipken bu oran ihracat yapmayanların işletmelerde %14,9'dur. Bu sonuç yabancı dil seviyesinin yurt dışı pazarlardaki müşterilerle iletişim kurabilme yanında, yurt dışı pazarların yapısı hakkında daha detaylı bilgi edinebilme imkanı vermesi bakımından önemli olduğu belirtilmiştir. Yurt dışına çıkış sıklığı açısından da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. İhracat yapan işletmelerde işletme sahiplerinin/yöneticilerinin %62,6'sı nadiren, ara sıra veya çok sık bir şekilde yurt dışına çıkarken, bu oran ihracat yapmayan işletmelerde %14,8'dir. Bu durum işletmecilerin yurt dışına yakınlığı, farklı kültürleri tanımaları, yurt dışı tehdit ve fırsatları yakından tanıyabilmeleri ve iş bağlantıları kurabilmeleri açısından yurt dışı seyahatlerinin önemli olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 8.2.1.4. İşletmecilerin Yabancı Dil Bilme ve Yurtdışına Çıkış Durumu

İşletmecinin Yabancı Dil Bilme Durumu	Sayı	Oran (%)	İşletmecinin Yurtdışına Çıkış Durumu	Sayı	Oran (%)
Bilmiyor	30	42.3	Çok sık	6	8.5
Az biliyor	20	28.2	Ara sıra	17	23.9
Orta Derecede	14	19.7	Nadiren	12	16.9
İleri düzeyde	7	9.9	Hiç çıkmadım	36	50.7
Toplam	71	100	Toplam	71	100

Şekil 8.17’de görüldüğü gibi işletmecilerin %80,2’si ürünlerini pazarlarken kişisel satışı tercih ederken bunu %9,9 ile internet üzerinden satış ve %9,9 ile aracı vasıtasıyla satış izlemektedir.

Şekil 8.17. İşletmecilerin Ürünlerini Pazarlama Şekli



İşletmecilerin %64,8’i tüketici düzeyinde Pazar araştırması yaptırmadığını; %35,2’si ise yaptırdığını ifade etmiştir. Ürün kalite kontrolü hususunda işletmecilerin daha dikkatli oldukları görülmektedir. İşletmecilerin %83,1’i ürünlerinin kalite kontrolünü yaptıklarını belirtmişlerdir. Ürünlerinin kalite kontrolünü yaptırmayan işletmelerin oranı %16,9’dur.

Çizelge 8.2.3.1. Tüketici Düzeyinde Pazar Araştırması ve Ürünlerin Kalite Kontrolü

Tüketici düzeyinde Pazar araştırması	Sayı	Oran (%)	Ürünlerin kalite kontrolü	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	25	35,2	Yaptırıyor	59	83,1
Yaptırmıyor	46	64,8	Yaptırmıyor	12	16,9
Toplam	71	100,0	Toplam	71	100,0

İşletmelerin %46,5’i fabrika-toptancı-perakendeci, %36,6’sı fabrika-perakendeci ve %16,9’u da fabrika-komisyoncu-toptancı-perakendeci yoluyla ürünlerini pazarlamaktadırlar (Çizelge 8.2.3.2).

Çizelge 8.2.3.2. İşletmenin Pazarlama Kanalı

İşletmenin pazarlama kanalı	Sayı	Oran (%)
Fabrika-toptancı-perakendeci	33	46,5
Fabrika-perakendeci	26	36,6
Fabrika-komisyoncu-toptancı-perakendeci	12	16,9
Toplam	71	100,0

İşletmecilerin %69'u fiyatlandırma kararı verirken maliyet+kar payı, %16,9'u rekabeti, %4,2'si prestiji dikkate almaktadır. İşletmeler fiyatlandırma kararı verirken birden fazla seçeneği de dikkate almaktadırlar. İşletmelerin %8,5'i maliyet+kar payı ve rekabeti ve %1,4'ü de rekabet ve prestiji dikkate alarak fiyatlarını belirlemektedirler (Çizelge 8.2.3.3).

Çizelge 8.2.3.3. İşletmenin Fiyatlandırma Kararı

İşletmenin fiyatlandırma kararı	Sayı	Oran (%)
Maliyet + kar payı	49	69,0
Rekabet	12	16,9
Prestij	3	4,2
Maliyet+% ve rekabet	6	8,5
Rekabet ve prestij	1	1,4
Toplam	71	100,0

Bölgede elde edilen yağın daha pahalı olması, ürünün değerinde satılmasını sağlayacak bir fiyat politikasının olmaması %30,3 oranında pay alırken, bilinçsiz tüketiciler %18,2 pay almıştır. Bunu zeytinyağının yeterince tanıtılmaması dolayısıyla tüketimin artırılmaması (%12,1), ticaret sisteminin oturmayışı (%12,1) izlemiştir. Ticaret sisteminin oturmayışı sorunuyla perakendecilerle yaşanan sorunlardan dolayı karşılaşılmaktadır. Kayıt dışı üretim yapan işletmelerin bulunması sorunu %9,1 oranında pay alırken finansman sorunu %6,1 oranında pay almıştır. Sorunla karşılaşmayan işletmelerin oranı ise %6,1'dir (Çizelge 8.2.3.4).

Çizelge 8.2.3.4. İşletmelerin Yurtiçinde Zeytin/Zeytinyağı Pazarlarken Karşılaştıkları Sorunlar

Karşılaşılan Sorunlar	Oran (%)
Fiyat politikasının olmaması	30,3
Bilinçsiz tüketici	18,2
Zeytinyağının yeterince tanıtılmaması, tüketimin artırılmaması	12,1
Ticaret sisteminin oturmayışı	12,1
Kayıt dışı üretim yapan işletmelerin bulunması	9,1
Finansman sorunu	6,1
Nakliyat	3,0
Sorunla karşılaşmıyor	6,1
Toplam	100,0

Anket uygulanan işletmelerin %33,8'i ihracat yapmakta, %57,7'si ihracat yapmamaktadır. İhracat yapmaktan vazgeçenlerin oranı ise %8,5'tir (Çizelge 8.2.3.4).

Çizelge 8.2.3.4. İşletmenin İhracat Durumu

İşletmenin ihracat durumu	Sayı	Oran (%)
İhracat yapıyor	24	33,8
İhracat yapmıyor	41	57,7
İhracattan vazgeçmiş	6	8,5
Toplam	71	100,0

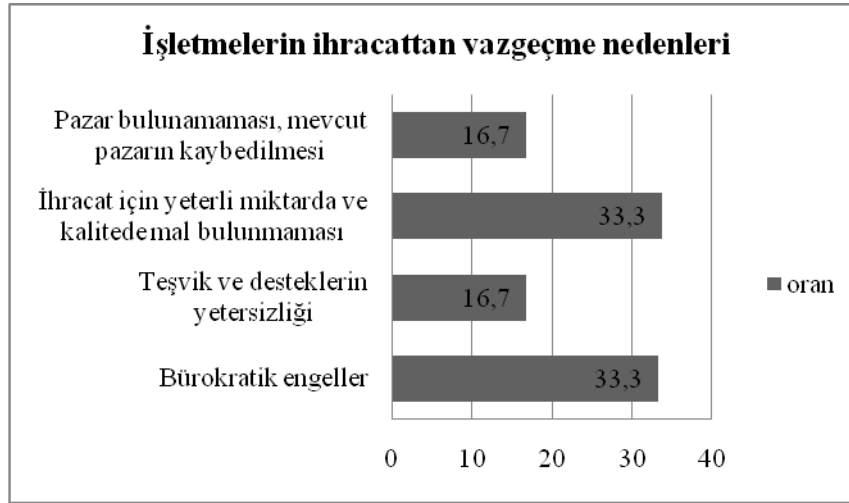
İşletmelerin (39 işletme) ihracata yönelmemedeki sebeplerin başında satış bağlantısı kuramama (%23,1) ve dış piyasalar konusunda bilgi sahibi olmamanın (%20,5) yer aldığını belirtmişlerdir. Bu sebepleri sırasıyla ihracat yapabilecek miktar, kalite ve fiyatta ürün sağlayamama (%18,0), işletme imkânlarının ihracat için uygun olmaması (%12,8), gerekli organizasyona sahip olmama (%12,8) ve teknik imkânların yetersizliği (%12,8) izlemiştir (Çizelge 8.2.3.5). Atabay (2005) yapmış olduğu bir çalışmada ülkemizde zeytinyağı ihracatının büyük bir kısmının dökme olarak yapılmakta olduğunu, getirisinin de ambalajlı ürünlere göre daha az olduğunu; bu nedenle işletmelerin zeytinyağı ihracatından beklenen getirinin çok yüksek olmamasından, riski yüksek gördüklerinde ihracat faaliyetlerinden kaçınabildiklerini belirtmiştir.

Çizelge 8.2.3.5. İşletmelerin İhracata Yönelmeme Sebepleri

İşletmelerin ihracata yönelmeme sebepleri	Sayı	Oran (%)
Satış bağlantısı kuramama	9	23,1
Dış piyasalar konusunda bilgi sahibi olmama	8	20,5
İhracat yapabilecek miktar, kalite ve fiyatta ürün üretememe/tedarik edememe	7	18,0
İşletme imkânlarının ihracat için uygun olmaması	5	12,8
Gerekli organizasyona sahip olmama	5	12,8
Teknik imkânların yetersizliği	5	12,8
Toplam	39	100,0

İhracat yapmaktan vazgeçen işletmelerin %33,3'ü ihracat için yeterli miktarda ve kalitede mal bulunamamasından dolayı, yine aynı oranda (%33,3) bürokratik engellerle karşılaştıkları için vazgeçtiklerini belirtmişlerdir. Teşvik ve desteklerin yetersizliği (%16,7) ve Pazar bulamama, mevcut pazarı kaybetme (%16,7) diğer vazgeçme sebepleri arasında yer almıştır (Şekil 8.18).

Şekil 8.18. İşletmelerin İhracattan Vazgeçme Nedenleri



İhracat yapan işletmelerin %63,6' sını doğrudan ihracat, %36,4' ü de dolaylı ihracat yapmaktadırlar. Bu işletmeler ihracatlarını %86,4 oranında talep halinde gerçekleştirmektedirler. Düzenli ihracat yapan işletmelerin oranı ise %13,6'dır (Çizelge 8.2.3.6). İhracat yapılan ortalama ülke sayısı 3'tür.

Çizelge 8.2.3.6. İşletmelerin İhracat Şekli ve İhracat Sıklığı

İhracat şekli	Sayı	Oran (%)	İhracat sıklığı	Sayı	Oran (%)
Dolaylı ihracat	8	36,4	Düzenli ihracat	3	13,6
Doğrudan ihracat	14	63,6	Talep halinde	19	86,4
Toplam	22	100,0	Toplam	22	100,0

Çizelge 8.2.3.7’de görüldüğü gibi işletmelerin %90’1’i tescilli bir markaya sahiptir. Tescilli bir markaya sahip olmayanların oranı ise %9,9’dur.

Çizelge 8.2.3.7. Tescilli Marka ve Ödül Varlığı

Tescilli marka varlığı	Sayı	Oran (%)
Evet var	64	90,1
Hayır yok	7	9,9
Toplam	71	100,0

Ayrıca işletmelere ulusal ve uluslar arası alanda ödül almış ürünleri (zeytin/zeytinyağı) sorulmuş; bu soruyu yanıtlayan 52 işletmenin %13,5’i bu alanda ödül sahibi olduklarını belirtmişlerdir (Çizelge 8.2.3.8). Anket uygulanan işletmeler arasında 5 ödülü olan, iki kez ulusal iki kez uluslar arası (extra sızma) ödülü olan, mansiyonu olan, Zeytindostu Derneği’nden birinci ve ikinciliği olan, İzmir İktisat Kongresi’nden kalite beratı olan işletmeler vardır. Araştırma alanındaki zeytinyağı üreticileri ulusal ve uluslar arası alanda ödül almaya devam etmektedirler.

Çizelge 8.2.3.8. Ulusal ve Uluslar arası Ödül Varlığı

Ulusal ve uluslar arası ödül varlığı	Sayı	Oran (%)
Evet var	7	13,5
Hayır yok	45	86,5
Toplam	52	100,0

İşletmelere küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için verilen (KOSGEB ve özel bankalar) destek ve kredilerden yararlanma durumları sorulmuş; soruya yanıt veren 53 işletmenin %30,2’si yararlandıklarını, %69,8’i ise yararlanmadıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 8.2.3.9).

Çizelge 8.2.3.9. KOBİ’ler İçin Verilen Destek ve Kredilerden Yararlanma Durumu

Destek ve kredilerden yararlanma	Sayı	Oran (%)
Evet	16	30,2
Hayır	37	69,8
Toplam	53	100,0

İşletmecilere bu kredi ve desteklerden yararlanmayı düşünme durumları sorulduğunda; %59,6’sı yararlanmayı düşündüklerini, %40,4’ü ise yararlanmayı düşünmediklerini ifade etmişlerdir (Çizelge 8.2.3.10).

Çizelge 8.2.3.10. Bu Destek ve Kredilerden Yararlanma İsteği

Destek ve kredilerden yararlanma isteği	Sayı	Oran (%)
Yararlanmak isterim	28	59,6
Yararlanmak istemem	19	40,4
Toplam	47	100,0

İşletmecilerin bu destek ve kredilerden yararlanma nedenleri arasında işletmeyi rahatlatmak ve canlandırmak için %44,4 en büyük payla yer almaktadır. Bunu ihtiyaç sebebiyle (%22,2) yararlanma isteği izlemektedir. Yararlanmayı istemem nedenleri arasında ise; faizlerin yüksek olması (%30), gerek duymama (%30) ve dosya işlemleri ve bürokratik işlemlerin fazlalığı (%20) yer almaktadır (Çizelge 8.2.3.11).

Çizelge 8.2.3.11. İşletmecilerin Destek ve Kredileri Değerlendirme Durumları

Yararlanma nedeni	Yararlanmama nedeni
-İşletmeyi rahatlatmak, canlandırmak için (%44,4)	-Faizlerin yüksek olması (%30)
-İhtiyaç sebebiyle (%22,2)	-Gerek duymama (%30)
-Krediler cazip, ödeme koşulları uygun (%16,6)	-Dosya işlemleri, bürokratik işlemlerin fazlalığı (%20)
-Öz kaynakları güçlendirmek (%5,6)	-Ekonomik istikrarsızlık (%10)
-Teşvik olacağını düşündüğü için (%5,6)	-Giderlerde yararının olabileceğini düşünmememe (%10)
-İstihdam artışı sağlayabilir (%5,6)	

Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine, ekonomik ve sosyal yapılarına bağlı olarak belirli faaliyetlerin diğer faaliyetlere göre daha fazla gelişimini sağlamak için devlet tarafından değişik yöntemlerle uygulanan nakdi ve/veya gayri nakdi yardım, özendirme veya destek olarak tanımlanan teşvikler uygulanmaktadır. Yapılan bir çalışmada 1990-2001 yılları arasında zeytinyağı konusunda 351 adet teşvik belgesi düzenlenmiş olup, aynı dönemde genel olarak düzenlenen teşvik belgeleri (38,971 adet) içindeki payı %0,9' dur. Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği adına 17 adet teşvik belgesi düzenlenmiştir. Yatırımlara uygulanan devlet yardımları konusunda ikinci önemli yardım programı olan KOBİ teşvik sisteminde Tariş adına herhangi bir teşvik belgesi düzenlenmemiştir. Bunun nedeni KOBİ teşvik sisteminin küçük ve orta boy işletmelere yönelik olmasıdır. Ancak birim kooperatiflerin ayrı ayrı müracat etmeleri ile destekten yararlanabilmektedir. KOBİ teşvik sisteminden yararlanamama nedeni hem birlik yöneticilerinin hem de birim kooperatif yöneticilerinin devlet yardımları ile ilgili mevzuatı yeterince takip etmemelerinden kaynaklanmaktadır. Birliğin 17 adet teşvik belgesi olarak yapmış olduğu yatırımlarla yaklaşık

210 kişiye istihdam sağlanmıştır. Kampanya dönemlerinde bu sayı daha da (100-150 kişi arasında) artmaktadır (Şahin, 2005).

İşletmelere zeytincilik konusunda ilk akıllarına gelen sorun sınıflandırıldığında en büyük payı ekonomik sorunların (%68,0) aldığı, bunu ürün ve üretici ile ilgili sorunların (%26,0) izlediği görülmektedir. Kooperatiflerle ilgili sorunlar %4 oranında pay almıştır. Ekonomik sorunlar içerisinde istenilen kalitede ve standartta ürün temin edememe %24,0, yüksek üretim maliyetleri %16,0 ve devlet desteğinin yetersizliği %12,0 oranında pay almıştır. Ürün ve üretici ile ilgili sorunlar içerisinde ise zeytinciliğin bilinçli bir şekilde yapılmaması %12,0 pay alırken bunu yetiştirmede karşılaşılan zorluklar %4,0 ve zeytinliklerin amaç dışı kullanımı %4,0 izlemiştir. Kooperatiflerle ilgili ise kooperatifleşme mantığının olmaması %2,0 ve Tariş'in ortaklarına gereken desteği vermemesi %2,0 oranında pay almıştır (Çizelge 8.2.3.12).

Çizelge 8.2.3.12. İşletmecilerin Zeytincilik Konusunda İlk Akıllarına Gelen Sorun

İlk akla gelen sorun	Oran (%)
Ekonomi ile ilgili	68,0
İstenilen kalitede ve standartta ürün temin edememe	24,0
Yüksek üretim maliyetleri	16,0
Devlet desteğinin yetersizliği	12,0
Satışlarda vadenin uzunluğu, geri dönüşlerin zorluğu	4,0
Fiyat istikrarsızlığı	4,0
Kayıt dışı firmaların pazarda etkinliği	2,0
Eğitimsiz ve vasıfsız kişilerin sektörde çalışması	2,0
Dış pazarın olmayışı	2,0
Kişi başı zeytinyağı tüketiminin az olması	2,0
Ürün ve üretici ile ilgili	26,0
Zeytinciliğin bilinçli bir şekilde yapılmaması	12,0
Yetiştirmede karşılaşılan zorluklar	4,0
Zeytinliklerin amaç dışı kullanımı	4,0
Zeytin zararlılarının engellenememesi	2,0
Hasatta makineleşmenin sağlanamaması	2,0
Karasu sorunu	2,0
Kooperatiflerle ilgili	4,0
Kooperatifleşme mantığının olmaması	2,0
Tariş'in ortaklarına gereken desteği vermemesi	2,0
Toplam	100,0

Çizelge 8.2.3.13.'ten görüldüğü gibi işletmecilerin zeytincilik sektöründe karşılaştıkları sorunların %15,7'sini maliyetlerin yüksekliği, %11,7'sini devlet desteğinin yetersizliği oluşturmaktadır. Ziraî mücadelenin yapılamaması %9,8 iken; kalite ve standardın olmaması %7,8, fiyat istikrarsızlığı %7,8 ve denetimlerin yetersizliği %7,8'dir. Denetimlerin yetersizliği özellikle kayıt dışı yağ satışı, yol üstü zeytin ve zeytinyağı satışları, kalitesiz ucuz yağ satışları, paçallanmış yağların piyasaya sunulması ve zeytin sıkım tesislerinin denetlenmemesi ile ilgilidir. Bursa ilindeki zeytinciler özellikle Gemlik zeytininin yeterince tanıtılmadığını (%3,9) ve Gemlik dışında yetişen gemlik tipi zeytinlerle aynı şekilde değerlendirildiğini düşünmektedirler.

Çizelge 8.2.3.13. Zeytincilik Sektöründe Karşılaşılan Sorunlar

Karşılaşılan Sorunlar	Oran (%)
Maliyetlerin yüksekliği	15,7
Devlet desteğinin yetersizliği	11,7
Ziraî mücadelenin yapılamaması	9,8
Kalite ve standardın olmaması	7,8
Ürün fiyatının düşüklüğü (fiyat istikrarsızlığı)	7,8
Denetimlerin yetersizliği	7,8
Finansman yetersizliği	5,9
Kalite kontrolün olmaması	5,9
Pazarlama	3,9
Gemlik zeytinine yeterli tanıtımın olmaması	3,9
İstenilen kalite ve miktarda ürün bulamama	3,9
Kayıt dışı işletmelerin varlığı	3,9
Depolama koşullarının istenilen şartlarda olmaması	2,0
Perakendecilik sisteminin tekelleşmesi	2,0
İhracat desteğini almanın zorluğu	2,0
Üreticilerin kültürel işlemler konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması	2,0
Kara suyun çözüme kavuşturulamaması	2,0
Zeytin ve zeytinciliğe gereken önemin verilmemesi	2,0
Toplam	100,0

Çözüm önerileri olarak işletmecilerin %20,0'si üreticilerin kültürel işlemler (budama, ilaçlama, gübreleme ve hasat) konusunda bilinçlendirilmeleri ve bu konuda kursların açılması gerektiğini belirtmişlerdir. Aslında üretimden kaynaklanan sorunlar diğer sorunların kaynağını oluşturmaktadır. İşletmeler yeterli miktarda, kalitede, standartta ürün bulamamakta, ürünleri pazarlarken sorunlar yaşamaktadırlar. İşletmeciler zeytinyağına verilen primin zeytine de verilmesi (%10) gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Zeytin ve zeytinyağının reklam ve tanıtımlarla tüketiminin artırılması (%10,0) ile işletmelerin ellerindeki ürünleri eritmeleri ve ekonomiye kazandırmaları kolay olabilecektir. Avrupa Birliği'nde uygulanan

desteklerin ülkemizde de uygulanması (%10,0) bir diğer öneridir. İşletmelerin denetimi (%10,0) ve kontrolünün (%5) yapılarak haksız rekabet koşullarının ortadan kaldırılmasının gerekliliği işletmeciler tarafından önerilmiştir (Çizelge 8.2.3.14).

Çizelge 8.2.3.14. Zeytincilik Sektöründe Karşılaşılan Sorunlara Önerilen Çözümler

Çözüm Önerileri	Oran (%)
Üreticiler kültürel işlemler konusunda bilinçlendirilmeli	20,0
Zeytinyağına verilen prim desteği zeytine de verilmeli	10,0
Reklam ve tanıtımlarla zeytin ve zeytinyağı tüketimi artırılmalı	10,0
Avrupa Birliği'nde uygulanan destekler bize de uygulanmalı	10,0
Zeytinyağı sıkım tesisleri denetlenmeli, denetimler artırılmalı	10,0
Yerel yönetimler karasu için yer göstermeli	5,0
Sektördeki büyük firmalar tarafından Gemlik zeytini için tanıtıcı ve eğitici kampanyalar yapılmalı	5,0
Uçakla ilaçlama yapılmalı, zamanında yapılmalı	5,0
Kayıt dışı üretimler kontrol edilmeli, düzgün rekabet koşulları oluşturulmalı	5,0
Üretim aşamasında kilo başına teşvik verilmeli	5,0
Lisanslı depoculuk yasası uygulamaya konulmalı	5,0
Finansman yetersizliğini gidermek için devlet düşük faizli kredi kolaylığı sağlamalı	5,0
Ambalajlı ürün satışları desteklenmeli	5,0
Toplam	100,0

8.3. Üreticilere ve İşletmelere Uygulanan Analizler

8.3.1. Faktör Analizi

8.3.1.1. Üreticilere Yönelik Faktör Analizi

Faktör analizi, birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniklerinden biridir (Kalaycı, 2009).

Üreticilere zeytincilik yapımlarında etkili olan faktörlere ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 8 sebebin belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile üreticilerin zeytin üretmelerinin altında yatan nedenler bu nedenlerin ağırlıkların saptanması planlanmıştır.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0,622 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,70'lerde iyi 0,60'larda orta olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,622'lik KMO test değeri orta olarak değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2009).

Ayrıca Barlett's Test of Sphericity değeri ve anlamlılığı değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini sınar ve kullanılan verilerle faktör analizi yapmanın

uygun olup olmadığını gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 3 faktör Çizelge 8.3.1.1.1’de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 8.3.1.1.1. Üreticilerin Zeytincilik Yapmalarında Etkili Olan Faktörler

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Zeytin üretimi)		20,412	1,633
Zevk aldığım (hoşlandığım) bir iş alanı olması	0,702		
Pazarlama olanaklarının olması	0,679		
Zeytin üretim tekniğini çok iyi biliyorum	0,479		
Zeytin üretiminden iyi para kazanıyorum	0,635		
Faktör 2 (Üretim deseni)		20,062	1,605
Aileden gelen bir iş alanı olması	0,508		
Yaşadığım yerin iklimine ve toprak yapısına en uygun iş alanı olması	0,772		
Yöredeki üretim deseni	0,774		
Faktör 3 (İhtiyaç)		14,886	1,191
Kendimin ve akrabalarımın ihtiyacını karşılamak	0,870		

KMO, 622, Barlett’s testi:162,630; p<0.000

Faktör analizinin ana hedefi çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Ancak, bazen birbirine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır.

Faktör 1 (Zeytin Üretimi); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 20,412’dir ve dört değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: üreticinin zevk aldığı (hoşlandığı) bir iş alanı olması, pazarlama olanaklarının olması, zeytin üretim tekniğinin çok iyi bilinmesi ve zeytin üretiminden iyi para kazanma şeklindedir.

Faktör 2 (Üretim deseni); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 20,062’dir ve üç değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: aileden gelen bir iş alanı olması, yaşanılan yerin iklimi ve toprak yapısına en uygun iş alanı olması ve yöredeki üretim deseni şeklindedir.

Faktör 3 (İhtiyaç); bu faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 14,886’dır ve tek değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişken kendimin ve akrabalarımın ihtiyacını karşılamak şeklindedir.

Üreticilere zeytin üretimi ile ilgili faktörlere ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 10 yargının belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile üreticilerin zeytin üretimi ile ilgili düşüncelerinin ağırlıklarının saptanması planlanmıştır.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0,562 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,60’larda orta 0,50’lerde zayıf olarak kabul gördüğü

varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,562'lik KMO test değeri kabul edilebilir olarak değerlendirilmiştir.

Çizelge 8.3.1.1.2. Zeytin Üretimi İle İlgili Faktörler

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükları	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Hasat)		17,473	1,747
Zeytin üretiminde elle hasattan yanayım	0,802		
Zeytin üretiminde makineli hasattan yanayım	0,793		
Faktör 2 (Memnuniyet)		17,291	1,729
Zeytin üretiminden iyi para kazanıyorum	0,842		
TARİŞ/ Marmarabirlik' ten çok memnunum	0,765		
Alet ekipmanlarım zeytin için yeterli	0,508		
Faktör 3 (Zeytin üretimi ve zeytinyağı dış ticareti)		14,536	1,454
Zeytin üretim tekniğini çok iyi biliyorum	0,511		
Zeytinin yok yılında gelirim çok azalıyor	0,776		
Zeytinyağı ithalatından olumsuz etkileniyorum	0,632		
Faktör 4 (İşçilik ve tarım bilgisi)		13,372	1,337
Zeytin üreticiliği işçilik gerektiriyor	0,737		
Daha fazla tarımsal bilgi üretimimi artırır	0,715		

KMO, 562, Barlett's testi:335,164; p<0.000

Faktör 1 (Hasat); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 17,473'tür ve iki değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: Üreticinin zeytin üretiminde elle hasattan yana olması ve zeytin üretiminde makineli hasattan yana olmasıdır.

Faktör 2 (Memnuniyet); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 17,291'dir ve üç değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: zeytin üretiminden iyi para kazanıyorum, TARİŞ/ Marmarabirlik'ten çok memnunum ve alet ekipmanlarım zeytin için yeterli şeklindedir.

Faktör 3 (Zeytin üretimi ve zeytinyağı dış ticareti); bu faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 14,536'dır ve üç değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler; zeytin üretim tekniğini çok iyi biliyorum, zeytinin yok yılında gelirim çok azalıyor ve zeytinyağı ithalatından olumsuz etkileniyorum şeklindedir.

Faktör 4 (İşçilik ve tarım bilgisi); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 13,372'dir ve iki değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: zeytin üreticiliği işçilik gerektiriyor ve daha fazla tarımsal bilgi üretimimi artırır şeklindedir.

Üreticilere zeytinciliğin sorunları ile ilgili faktörlere ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 25 sorunun belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile üreticilerin zeytinciliğin sorunlarına katılımları ve bu sorunların ağırlıklarının saptanması planlanmıştır.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0,741

hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,80'lerde çok iyi 0,70'lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,741'lik KMO test değeri iyi olarak değerlendirilmiştir.

Çizelge 8.3.1.1.3. Zeytinciliğin Sorunlarına Yönelik Faktör Analizi

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Kalite sorunları)		16,440	4,110
Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)	0,732		
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden vb doğan kayıplar)	0,707		
Kara suyun çözüme kavuşturulamaması	0,599		
Hasatta genellikle sırik kullanılmaktadır	0,579		
Faktör 2 (Zeytinyağı tüketim sorunları)		9,989	2,497
Kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması	0,689		
Zeytinyağında tüketim artırılamamaktadır	0,635		
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin biçimde çalışmaması	0,461		
Faktör 3 (Zeytin üretim sorunları)		7,011	1,753
Zeytin bahçesinin tersizinde teknik konulara(çeşit seçimi, sulama, drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemesi	0,735		
Zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması	0,735		
Zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi	0,548		
Zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği	0,508		
Faktör 4 (Zeytin ve zeytinyağının ekonomik sorunları)		5,965	1,491
İşçilik maliyetleri yüksektir	0,783		
Zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınamaması	0,525		
Zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyon uygulanamamaktadır	0,493		
Teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık (Merdiven altı üretim ve izinsiz çalışan firmalar)	0,440		
Zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması	0,388		
Faktör 5 (Zeytinyağı fiyatları ve kültürü)		5,360	1,340
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği	0,734		
Kontrol ve denetimlerin yetersizliği	0,622		
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması	0,415		
Faktör 6 (Zeytin işletmelerinin üretim ve ihracat sorunları)		5,039	1,260
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi	0,738		
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması	0,663		
Sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması,	0,503		
Faktör 7 (İç ve dış ticaret sorunları)		4,554	1,139
İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması	0,754		
Faktör 8 (Budama ve ilaçlama sorunları)		4,131	1,033
Budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması	0,661		
Zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması	0,648		

KMO, 741, Barlett's testi:1299,048; p<0.000

Faktör 1 (Kalite sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 16,440'tır ve dört değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: taklit ve tağşiş, zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi, kara suyun çözüme kavuşturulamaması ve hasatta genellikle sırik kullanılmaktadır şeklindedir.

Faktör 2 (Zeytinyağı tüketim sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 9,989'dur ve üç değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması, zeytinyağında tüketimin artırılmaması ve Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyinin etkin biçimde çalışmaması şeklindedir.

Faktör 3 (Zeytin üretim sorunları); bu faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 7,011'dir ve dört değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler: zeytin bahçesinin tersizinde teknik konulara(çeşit seçimi, sulama, drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemesi, zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması, zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi ve zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği şeklindedir.

Faktör 4 (Zeytin ve zeytinyağının ekonomik sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 5,965'tir ve beş değişkenle ifade edilmektedir. Dördüncü faktörü oluşturan değişkenler: işçilik maliyetlerinin yüksekliği, zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınmaması, zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyonun uygulanmaması, teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık ve zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması şeklindedir.

Faktör 5 (Zeytinyağı fiyatları ve kültürü); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 5,360'tır ve üç değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği, kontrol ve denetimlerin yetersizliği ve zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşmaması şeklindedir.

Faktör 6 (Zeytin işletmelerinin üretim ve ihracat sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 5,039'dur ve üç değişkenle ifade edilmektedir. Altıncı faktörü oluşturan değişkenler: ihracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi, hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması ve sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması şeklindedir.

Faktör 7 (İç ve dış ticaret sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 4,554'tür ve tek değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişken iç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması şeklindedir.

Faktör 8 (Budama ve ilaçlama sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 4,131'dir ve iki değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması ve zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması şeklindedir.

8.3.1.2. İşletmelere Uygulanan Faktör Analizi

İşletmelere zeytin ve zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalara ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 20 tercih unsurunun belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile zeytin ve zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalar ile ilgili işletmelerin tutumları konusunda temel belirleyiciler ve belirlemedeki ağırlıkların saptanması planlanmıştır.

Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0.782 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,80'lerde çok iyi, 0,70'lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,782'lik KMO test değeri ideal olarak değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2009).

Ayrıca Barlett's Test of Sphericity değeri ve anlamlılığı değişkenlerin birbirleri ile korelasyon gösterip göstermediklerini sınırlar ve kullanılan verilerle faktör analizi yapmanın uygun olup olmadığını gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 4 faktör Çizelge 8.3.1.2.1'de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 8.3.1.2.1. Zeytin ve Zeytinyağı İhracatının Önündeki Kısıtlamalara Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Ekonomik kısıtlar)		17,847	3,569
Devlet desteğinin yetersizliği	0,763		
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık	0,648		
Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması	0,736		
Ucuz ve kaliteli hammadde güçlüğü	0,585		
Finansman güçlüğü	0,707		
Faktör 2 (Rekabet ve Pazar ile ilgili kısıtlar)		16,922	3,384
Rakiplerin tanınmaması	0,816		
Uygunsuz pazarlama stratejileri	0,615		
Dış pazarların tanınmaması	0,724		
Dış pazarlama konusunda bilgi ve eleman eksikliği	0,599		
Dış Pazar bulunup bulunmadığı konusundaki bilgisizlik	0,815		
Faktör 3 (İhracat ve İşletmenin yapısı ile ilgili kısıtlar)		14,965	2,993
İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması	0,647		
Bürokratik engeller	0,601		
İhracat pazar araştırması, satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin mali açıdan çok külfetli olması	0,444		
İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği	0,611		
İhracatın riskli oluşu	0,562		
İhracat siparişlerinin büyük oluşu dolayısıyla siparişleri karşılamadaki yetersizlik	0,681		
Teknolojik yetersizlik	0,623		
Faktör 4 (Maliyet, Fiyat ve Kalite kısıtları)		12,667	2,533
İhracat pazarlama maliyetlerinin yüksekliği	0,517		
Kalite düşüklüğü	0,813		
Fiyatlama yanlışlığı	0,784		

KMO, 782, Barlett's testi: 778,841; p<0.000

Faktör analizinin ana hedefi çok sayıdaki değişkeni aza indirmektir. Yapılan analiz sonucunda her faktöre bir isim verilir. Faktörü oluşturan değişkenler faktörün isimlendirilmesinde etkili olur. Ancak, bazen birbirine uymayan değişkenler bir faktörde toplanabilir. Bu durumda faktör yükü en fazla olan değişken esas alınarak isimlendirme yapılır.

Faktör 1 (Ekonomik Kısıtlar); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 17,847'dir ve beş değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: devlet desteğinin yetersizliği, ülke ekonomisindeki istikrarsızlık, dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması, ucuz ve kaliteli hammadde güçlüğü ve finansman güçlüğü şeklindedir.

Faktör 2 (Rekabet ve Pazar ile ilgili kısıtlar); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 16,922'dir ve beş değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: rakiplerin tanınmaması, uygunsuz pazarlama stratejileri, dış pazarların tanınmaması, dış pazarlama konusunda bilgi ve eleman eksikliği ve dış Pazar bulunup bulunmadığı konusundaki bilgisizlik şeklindedir.

Faktör 3 (İhracat ve İşletmenin yapısı ile ilgili kısıtlar); bu faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 14,965'tir ve bu yedi değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler: iç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması, bürokratik engeller, ihracat pazar araştırması, satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin mali açıdan çok külfetli olması, ihracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği, ihracatın riskli oluşu, ihracat siparişlerinin büyük oluşu dolayısıyla siparişleri karşılamadaki yetersizlik ve teknolojik yetersizlik şeklindedir.

Faktör 4 (Maliyet, Fiyat ve Kalite kısıtları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 12,667'dir ve üç değişkenle ifade edilmektedir. Dördüncü faktörü oluşturan değişkenler: ihracat pazarlama maliyetlerinin yüksekliği, kalite düşüklüğü ve fiyatlandırma yanlışlığı şeklindedir.

İşletmelere zeytin ve zeytinyağında yaşanan sorunlara ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 27 tercih unsurunun belirli faktörler altında toplanıp toplanmadığını test etmek üzere faktör analizi yapılmıştır. Bu analiz ile zeytin ve zeytinyağında yaşanan sorunlar ve bu sorunlara yönelik işletmelerin tutumları konusunda temel belirleyiciler ve belirlemedeki ağırlıkların saptanması planlanmıştır. Kullanılacak değişkenlerin faktör analizi uygulamaya elverişli olup olmadığını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin ölçümü kullanılmıştır. KMO test sonucu 0.796 hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,80'lerde çok iyi, 0,70'lerde iyi olarak kabul gördüğü varsayımıyla çalışmada elde edilen 0,782'lik KMO test değeri ideal olarak değerlendirilmiştir (Kalaycı, 2009).

Faktör analizi sonuçlarına göre oluşan 7 faktör Çizelge 8.3.1.2.2’de görülen bileşenlerden oluşmaktadır.

Çizelge 8.3.1.2.2. Zeytin ve Zeytinyağında Yaşanan Sorunlara Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler ve Değişkenler	Faktör Yükleri	Varyans (%)	Öz Değerleri
Faktör 1 (Kurumsallaşma ve Mevzuat)		16,064	4,337
Kayıt dışı üretim yapan firmaların bulunması	0,819		
Kurumsallaşmadaki yetersizlik	0,653		
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin çalışmaması	0,559		
Zeytincilikle ilgili yasal mevzuatın uygulanamaması	0,691		
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi	0,652		
Karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi	0,557		
Faktör 2 (Bilinç, üretim ve tüketim sorunları)		13,798	3,726
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması	0,700		
Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)	0,688		
Kişi başına zeytin/zeytinyağı tüketim miktarının çok düşük olması ve bu düşük tüketimin artırılmaması	0,596		
Var yılı yok yılı (periyodisite) sorununun azaltılmaması	0,665		
Kamusal desteklemelerin rakip ülkelere oranla yetersiz olması	0,798		
Zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi	0,669		
Faktör 3 (Rekabet ve Uluslar arası ilişkiler)		12,736	3,439
Zeytinliklerin küçük ölçekli ve dağınık olmaları rekabet gücünü azaltmaktadır	0,671		
Kültürel uygulamaların (gübreleme, ilaçlama, sulama) yetersizliği, zeytin üreticilerinin girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip olmamaları	0,681		
Uluslar arası marka ve imaj yaratılmaması	0,525		
Hastalık ve zararlılarla mücadelede istenilen düzeye ulaşamaması	0,675		
Avrupa Birliğinin diğer ülkelere (Tunus..) tanıdığı tavizlerin bize tanınmaması	0,696		
Ülkemizde zeytin/zeytinyağının maliyetinin diğer ülkeler oranla yüksekliği	0,739		
Faktör 4 (Teknik sorunlar)		11,871	3,205
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması	0,532		
Üreticilerin zeytincilikte kültürel işlemler (gübre ilaç, budama, hasat) konusunda bilinçlendirilmemeleri, eğitilmemeleri	0,491		
Sertifikalı fidan üretiminin yaygınlaştırılmaması	0,828		
Ülkemiz zeytinyağı kalite sınıflandırmasının AB’ye uyumlu olmaması	0,613		
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden doğan kayıplar)	0,623		
Faktör 5 (Yetersizlikler)		8,486	2,291
Sektörle ilgili istatistikler ve bilimsel verilerin yetersizliği	0,686		
Depolama tesis ve koşullarının yetersizliği	0,763		
Faktör 6 (Hammadde)		6,343	1,713
Kaliteli ve istenilen özellikteki hammaddenin sağlanamaması	0,830		
Faktör 7 (Fiyat)		5,599	1,512
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği	0,867		

KMO, 796, Barlett’s testi: 1339,357; p<0.000

Faktör 1 (Kurumsallaşma ve Mevzuat); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 16,064'tür ve altı değişkenle ifade edilmektedir. Bu faktörü oluşturan değişkenler: kayıt dışı üretim yapan firmaların bulunması, kurumsallaşmadaki yetersizlik, Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin çalışmaması, zeytincilikle ilgili yasal mevzuatın uygulanamaması, ihracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi ve karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi şeklindedir.

Faktör 2 (Bilinç, üretim ve tüketim sorunları); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 13,798'dir ve altı değişkenle ifade edilmektedir. İkinci faktörü oluşturan değişkenler: zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması, taklit ve tağşiş, kişi başına zeytin/zeytinyağı tüketim miktarının çok düşük olması ve bu düşük tüketimin artırılmaması, var yılı yok yılı sorununun azaltılamaması, kamusal desteklemelerin rakip ülkelere oranla yetersiz olması ve zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi şeklindedir.

Faktör 3 (Rekabet ve Uluslar arası ilişkiler); bu faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 12,736'dır ve bu yedi değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler: zeytinliklerin küçük ölçekli ve dağınık olmalarının rekabet gücünü azaltması, kültürel uygulamaların yetersizliği, zeytin üreticilerinin girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip olmamaları, uluslar arası marka ve imaj yaratılamaması, hastalık ve zararlılarla mücadelede istenilen düzeye ulaşılamaması, Avrupa Birliğinin diğer ülkelere (Tunus..) tanıdığı tavizlerin bize tanınmaması ve ülkemizde zeytin/zeytinyağının maliyetinin diğer ülkeler oranla yüksekliği şeklindedir.

Faktör 4 (Teknik sorunlar); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 11,871'dir ve beş değişkenle ifade edilmektedir. Dördüncü faktörü oluşturan değişkenler: hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması, üreticilerin zeytincilikte kültürel işlemler konusunda bilinçlendirilmemeleri, sertifikalı fidan üretiminin yaygınlaştırılmaması, ülkemiz zeytinyağı kalite sınıflandırmasının AB'ye uyumlu olmaması ve zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi şeklindedir.

Faktör 5 (Yetersizlikler); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 8,486'dır ve iki değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişkenler: sektörle ilgili istatistikler ve bilimsel verilerin yetersizliği ve depolama tesis ve koşullarının yetersizliği şeklindedir.

Faktör 6 (Hammadde); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 6,343'dir ve tek değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişken kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması şeklindedir.

Faktör 7 (Fiyat); faktörün tanımladığı faktör yüzdesi 5,599'dur ve tek değişkenle ifade edilmektedir. Bu değişken zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliğidir.

8.3.2.Varyans Analizi

Varyans analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır. Temel hedef ortalamalar arasında fark olup olmadığını anlamaktır. Varyans analizinde bağımlı ve bağımsız değişkenlerden bahsedilir. Bağımsız değişkenlere faktör adı verilir. Faktörlerin, bağımlı değişkenler üzerinde etkisi araştırılır. Analizde bağımsız değişken 3 gruptan oluşmaktadır; Balıkesir, Bursa ve Çanakkale. Bu illerdeki üreticilerin zeytinciliğimizin sorunlarına katılıp katılmadığını araştırmak için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Tek yönlü ANOVA en basit varyans analizidir. Bağımsız değişken içindeki gruplara göre, bağımlı değişkendeki ortalamalar arasında fark olup olmadığını test eder.

8.3.2.1.Üreticiler Açısından Zeytinciliğimizin Sorunlarına Yönelik Varyans Analizi

Bağımsız değişken: Zeytinciliğimizin sorunları

Bağımlı değişken: Araştırma alanında bulunan iller (Balıkesir, Bursa ve Çanakkale)

Sorun No	Sorunlar
1	Zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması
2	Zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği
3	Zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi
4	Zeytin bahçesinin terszinde teknik konulara (çeşit seçimi, sulama, drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemesi
5	Sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması,
6	Teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık (Merdiven altı üretim ve izinsiz çalışan firmalar)
7	İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması
8	Zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması
9	Zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyon uygulanamamaktadır
10	Hasatta genellikle sırık kullanılmaktadır
11	İşçilik maliyetleri yüksektir
12	Zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması
13	Zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınamaması
14	Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği
15	Kontrol ve denetimlerin yetersizliği
16	Kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması
17	Zeytinyağında tüketim artırılmamaktadır
18	Kara suyun çözüme kavuşturulamaması
19	Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin biçimde çalışmaması
20	Budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması
21	Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması
22	Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması
23	İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi
24	Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden vb doğan kayıplar)
25	Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)

Çizelge 8.3.2.1.1. 'de Tek Yönlü ANOVA'nın temel varsayımı olan varyansların homojenliği testinin sonucu görülmektedir.

Çizelge 8.3.2.1.1. Varyansların Homojenliği Testi

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	Varyans Homojenliği
sorun1	5.338	2	261	.005	Homojen Değil
sorun2	3.589	2	261	.029	Homojen Değil
sorun3	.218	2	261	.805	Homojen
sorun4	3.428	2	261	.034	Homojen Değil
sorun5	4.605	2	261	.011	Homojen Değil
sorun6	10.159	2	261	.000	Homojen Değil
sorun7	2.330	2	261	.099	Homojen Değil
sorun8	4.377	2	261	.014	Homojen Değil
sorun9	1.287	2	261	.278	Homojen
sorun10	15.436	2	261	.000	Homojen Değil
sorun11	2.737	2	261	.067	Homojen Değil
sorun12	6.312	2	261	.002	Homojen Değil
sorun13	9.029	2	261	.000	Homojen Değil
sorun14	24.009	2	261	.000	Homojen Değil
sorun15	17.070	2	261	.000	Homojen Değil
sorun16	5.055	2	261	.007	Homojen Değil
sorun17	27.190	2	261	.000	Homojen Değil
sorun18	1.016	2	261	.364	Homojen
sorun19	1.505	2	260	.224	Homojen
sorun20	1.336	2	261	.265	Homojen
sorun21	15.704	2	261	.000	Homojen Değil
sorun22	1.916	2	260	.149	Homojen
sorun23	9.301	2	260	.000	Homojen Değil
sorun24	9.466	2	260	.000	Homojen Değil
sorun25	22.427	2	260	.000	Homojen Değil

ANOVA

Sorunlar	F	Sig.
Zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması	4.819	.009*
Zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği	4.994	.007*
Zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi	4.012	.019**
Zeytin bahçesinin terszinde teknik konulara pek dikkat edilmemesi	3.243	.041**
Sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması	6.414	.002*
Teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık	13.111	.000*
İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması	.230	.795
Zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması	1.797	.168
Zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyon uygulanamamaktadır	4.129	.017**
Hasatta genellikle sırık kullanılmaktadır	71.905	.000*
İşçilik maliyetleri yüksektir	4.910	.008*
Zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması	3.533	.031**
Zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınmaması	.381	.684
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği	2.496	.084***
Kontrol ve denetimlerin yetersizliği	2.339	.098***
Kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması	1.764	.173
Zeytinyağında tüketim artırılamamaktadır	10.235	.000*
Kara suyun çözüme kavuşturulamaması	20.800	.000*
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin biçimde çalışmaması	8.668	.000*
Budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması	4.654	.010*
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşmaması	13.965	.000*
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması	13.945	.000*
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi	1.005	.367
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi	11.197	.000*
Taklit ve taşış	61.265	.000*

*%99 güven aralığında anlamlı fark vardır. **%95 güven aralığında anlamlı fark vardır. ***%90 güven aralığında anlamlı fark vardır.

Analizde homojen olan değişkenlere “LSD” testi uygulanmıştır. LSD testine göre; Balıkesir Çanakkale’ye göre zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi (sorun 3) açısından bu fikri daha fazla desteklemektedir. %95 güven seviyesinde 0,13 ile 0,75 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Balıkesir ili Bursa Çanakkale’ye göre zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyonun uygulanmaması (sorun9) açısından bu fikri daha fazla desteklemektedir. %95 güven seviyesinde Balıkesir Bursa’ya göre 0,46 ile 0,61 puan; Çanakkale’ye göre 0,09 ile 0,67 puan daha fazla bu fikri desteklemiştir.

Kara suyun çözüme kavuşturulamaması (sorun18) sorununu Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale'ye oranla bu fikri daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'ya göre 0,53 ile 1,02 puan; Çanakkale'ye göre 0,28 ile 0,78 puan daha fazla bu fikri desteklemiştir. Bursa'da sofralık zeytin faaliyetinin olması ve kara suyun zeytinyağı elde edilmesi sonucu ortaya çıkışı Balıkesir'in bu fikri daha fazla desteklemesini açıklayabilecektir.

Balıkesir Bursa ve Çanakkale'ye göre Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyinin etkin biçimde çalışmaması (sorun19) açısından bu fikri daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'ya göre 0,26 ile 0,77 puan; Çanakkale'ye göre 0,13 ile 0,66 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması (sorun20) sorunu Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale'ye göre daha fazla desteklenmiştir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'ya göre 0,02 ile 0,49 puan; Çanakkale'ye göre 0,11 ile 0,59 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Balıkesir Bursa ve Çanakkale'ye göre hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması (sorun22) açısından daha fazla desteklenmiştir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'ya göre 0,22 ile 0,79 puan; Çanakkale'ye göre 0,45 ile 1,05 puan daha fazla bu sorunu desteklemiştir.

Yapılan Varyans Analizi (ANOVA) LSD testi sonuçlarına göre Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale'ye göre sorunları daha fazla desteklemektedir. Balıkesir ilinde zeytinciliğin geçmişi çok eskidir. İl zeytincilik ve turizm açısından özel bir konuma sahiptir. Zeytincilik açısından ödüller almış ve almaya devam eden, coğrafi işarete sahip (Ayvalık ve Kuzey Ege zeytinyağı gibi) zeytinyağı bu il sınırları içinde elde edilmektedir. Ancak ilin aynı zamanda turizm açısından potansiyel olması zeytincilikle ilgili kanunun uygulanamamasına ve dolayısıyla zeytinliklerin imara açılmasına ve arazilerin bölünmesine yol açmıştır. Bir diğer sonucu da zeytin işletmelerinin çok küçük ve parçalı olmasıdır. Bursa'da sofralık zeytin sektörü etkindir. Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale'ye göre daha fazla zeytinyağı işletmesine sahiptir. İlde zeytinyağı eldesi sonucu ortaya çıkan karasu ile ilgili sorunu bulunmaktadır ve bu sorun diğer illere göre daha fazla desteklenmektedir. Balıkesir'de ayrıca Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi'nin yeterince çalışmaması diğer illerdeki üreticilere göre daha önemli bulunmuştur. Çünkü bu ildeki üreticiler ihracat yapmaktadırlar ve bu potansiyele sahiptirler; sorunların ancak bu örgütlerle daha etkin duyurulabileceğini ve çözümlenebileceğini düşünmektedirler.

İldeki ağaçların çoğunun yaşı yüksektir. Belli dönemlerde budanmaları gereklidir. Ancak üreticilerin yeterli gelir elde edememeleri, zeytinliklerin çoğunun yamaçlarda yer alması sonucu budama işlemini gerçekleştirmede üreticiler isteksiz davranmaktadırlar ve biçimsiz budamalar yapmaktadırlar. Ayrıca bu arazi yapısı ve işletme ölçeği hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanımını güçleştirmektedir.

Analizde homojen olmayan değişkenlere ise “Tamhane” testi uygulanmıştır. Tamhane testine göre iç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması (sorun7), zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması (sorun8), zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması (sorun12), zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınamaması (sorun13), zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği (sorun14), kontrol ve denetimlerin yetersizliği (sorun15), kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması (sorun16) ve İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi (sorun23) açısından üç il arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Bursa Çanakkale’ye göre zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması (sorun1) açısından bu fikri daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde 0,07 ile 0,70 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Bursa Balıkesir ve Çanakkale’ye göre zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği (sorun2) açısından bu fikri daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Bursa Balıkesir’e göre 0,07 ile 0,60 puan; Çanakkale’ye göre 0,01 ile 0,62 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Zeytin bahçesinin tersisinde teknik konulara (çeşit seçimi, sulama, drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemesi (sorun4) açısından Bursa Çanakkale’ye göre bu fikri daha fazla desteklemiştir. %95 güven seviyesinde 0,01 ile 0,62 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Çanakkale Balıkesir ve Bursa’ya göre sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması (sorun5) açısından daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Çanakkale Balıkesir’e göre 0,10 ile 0,74 puan; Bursa’ya göre 0,05 ile 0,66 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık (Merdiven altı üretim ve izinsiz çalışan firmalar) (sorun6) açısından Balıkesir Bursa ve Çanakkale’ye göre bu fikri daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa’ya göre 0,08 ile 0,68 puan; Çanakkale’ye göre 0,36 ile 1,06 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Balıkesir Bursa ve Çanakkale'ye göre hasatta genellikle sıruk kullanılmaktadır (sorun10) fikrini daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'ya göre 1,52 ile 2,27 puan; Çanakkale'ye göre 0,68 ile 1,42 puan daha fazla sorunu desteklemiştir.

Bursa Çanakkale'ye göre işçilik maliyetleri yüksektir (sorun11) fikrini daha fazla desteklemektedir. %99 güven seviyesinde 0,08 ile 0,66 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Balıkesir zeytinyağında tüketim artırılmamaktadır (sorun 17) sorunu açısından Bursa'dan farklıdır. Bursa ili ise hem Balıkesir hem de Çanakkale'den farklıdır. %99 güven seviyesinde Balıkesir Bursa'da 0,21 ile 0,86 puan; Bursa ve Çanakkale'de 0,10 ile 0,64 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması (sorun21) açısından Balıkesir Bursa'dan farklıdır. Bursa ili ise hem Balıkesir hem de Çanakkale'den farklıdır. %99 güven seviyesinde Balıkesir'de ve Bursa'da 0,24 ile 0,77 puan; Bursa ve Çanakkale'de 0,12 ile 0,56 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden vb doğan kayıplar) (sorun24) açısından Balıkesir Bursa'dan farklıdır. Bursa hem Balıkesir hem de Çanakkale'den farklıdır. %99 güven seviyesinde Bursa ve Balıkesir ve Bursa'da 0,22 ile 0,77 puan; Bursa ve Çanakkale'de 0,08 ile 0,61 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

Balıkesir ili Bursa'dan taklit ve taşış (sorun25) fikri açısından farklıdır. Bursa ise hem Balıkesir hem de Çanakkale'den farklıdır. %99 güven seviyesinde Balıkesir ve Bursa'da 0,61 ile 1,08 puan; Bursa ve Çanakkale'de 0,54 ile 0,98 puan daha fazla sorun desteklenmiştir.

8.3.2.2. İşletmelere Yönelik Varyans Analizleri

8.3.2.2.1.Zeytin ve Zeytinyağı İhracatının Önündeki Temel Kısıtlamalar

Bağımsız değişken: Zeytin zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalar

Bağımlı değişken: Araştırma bölgesi (Balıkesir, Bursa ve Çanakkale)

Çizelge 8.3.2.2.1.1.Varyansların Homojenlik Testi

	Levene Statistic	df1	df2	Önem.	Varyans Homojenliği
kısıt1	1,347	2	68	,267	Homojen
kısıt2	,896	2	68	,413	Homojen
kısıt3	,571	2	68	,568	Homojen
kısıt4	,322	2	68	,726	Homojen
kısıt5	1,339	2	68	,269	Homojen
kısıt6	,027	2	68	,974	Homojen
kısıt7	,607	2	68	,548	Homojen
kısıt8	3,563	2	68	,034	Homojen değil
kısıt9	,452	2	68	,638	Homojen
kısıt10	,342	2	68	,712	Homojen
kısıt11	,742	2	68	,480	Homojen
kısıt12	5,919	2	68	,004	Homojen
kısıt13	1,501	2	68	,230	Homojen
kısıt14	,301	2	68	,741	Homojen
kısıt15	,088	2	68	,915	Homojen
kısıt16	,093	2	68	,912	Homojen
kısıt17	1,399	2	68	,254	Homojen
kısıt18	3,430	2	68	,038	Homojen değil
kısıt19	1,605	2	68	,208	Homojen
kısıt20	1,726	2	68	,186	Homojen

ANOVA

Kısıtlar	F	Önem.
Devlet desteğinin yetersizliği	,971	,384
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık	,080	,924
İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması	,460	,633
Bürokratik engeller	,475	,624
Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması	,402	,670
Ucuz ve kaliteli hammadde güçlüğü	,728	,486
Finansman güçlüğü	2,607	,081***
İhracat pazarlama maliyetlerinin yüksekliği	,280	,757
İhracat pazar araştırması, satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin mali açıdan çok külfetli olması	,058	,944
Kalite düşüklüğü	,787	,459
Fiyatlama yanlışlığı	1,082	,345
Rakiplerin tanınmaması	1,467	,238
Uygunsuz pazarlama stratejileri	2,442	,095***
Dış pazarların tanınmaması	2,573	,084***
Dış pazarlama konusunda bilgi ve eleman eksikliği	1,328	,272
İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği	1,143	,325
İhracatın riskli oluşu	,100	,905
Dış Pazar bulunup bulunmadığı konusundaki bilgisizlik	2,231	,115
İhracat siparişlerinin büyük oluşu dolayısıyla siparişleri karşılamadaki yetersizlik	,104	,901
Teknolojik yetersizlik	,784	,461

*** %90 güven aralığında anlamlı fark vardır.

Analizde varyansları homojen olan değişkenlere “LSD” testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonucunda finansman güçlüğü (kısıt7), uygunsuz pazarlama stratejileri (kısıt13) ve dış pazarların tanınmaması (kısıt14) kısıtları açısından üç ilde anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır.

Çanakkale ili hem Balıkesir’e hem de Bursa’ya göre finansman güçlüğü (kısıt7) açısından daha fazla desteklemiştir. %90 güven aralığında Çanakkale Balıkesir’e göre 0,04 ile 1,99 puan; Bursa’ya göre 0,12 ile 2,26 puan daha fazla bu fikir desteklenmiştir.

Bursa Balıkesir’den uygunsuz pazarlama stratejileri (kısıt13) açısından daha fazla bu fikri desteklemiştir. %90 güven aralığında Bursa Balıkesir’e göre 0,05 ile 1,27 puan daha fazla bu fikri desteklemiştir.

Dış pazarların tanınmaması (kısıt14) açısından Bursa bu fikri Çanakkale’den daha fazla desteklemektedir. %90 güven aralığında Bursa Çanakkale’den 0,07 ile 2,37 puan daha fazla bu fikri desteklemektedir.

Bursa sofralık zeytinde Balıkesir ise zeytinyağında uzmanlaşmış, organize sanayi bölgelerini kurmuş ve ihracat bağlantılarını sürdüren illerimizdir. Çanakkale’de ise hem sofralık hem de yağlık zeytin üretilmektedir. Buradaki işletmeler küçük ölçekli işletmelerdir ve ihracat için gerekli bağlantıların kurulması ve sürdürülmesi için gerekli finansman kaynağı konusunda Balıkesir ve Bursa’ya göre finansman güçlüğü sıkıntısını daha fazla yaşamaktadır. Bursa ili uygunsuz pazarlama stratejileri konusunda daha fazla duyarlıdır. Yağlık zeytin çok yönlü olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak Bursa’da sofralık zeytin salamuraya işlenmektedir. Dış pazarın taleplerine dikkat edilmeksizin ürünler farklılaştırılmadan salamurada değerlendirilmektedir. Mısır gibi ülkelerin dünya sofralık zeytin pazarındaki payının artması, Bulgaristan ve Romanya gibi önemli pazarlarımız bu ülkelerin AB ülkesi olması sonucu yitirilmiştir. Dolayısıyla diğer ülkelerin taleplerini dikkate alan uygun pazarlama stratejileri dikkate alınmalıdır. Dış pazarların tanınmaması kısıtı açısından da Bursa yukarıdaki sebeplerden dolayı Çanakkale’ye göre daha fazla duyarlılık göstermiştir.

8.3.2.2.2. Zeytin ve Zeytinyağında Yaşanan Sorunlar

Bağımsız değişken: Zeytin zeytinyağında yaşanan sorunlar

Bağımlı değişken: Araştırma bölgesi (Balıkesir, Bursa ve Çanakkale)

Çizelge 8.3.2.2.1.Varyansların Homojenliği Testi

	Levene Statistic	df1	df2	Önem.	Varyansların homojenliği
sorun1	4,896	2	67	,010	Homojen değil
sorun2	,730	2	66	,486	Homojen
sorun3	6,621	2	67	,002	Homojen değil
sorun4	3,389	2	67	,040	Homojen değil
sorun5	2,711	2	67	,074	Homojen değil
sorun6	7,586	2	67	,001	Homojen değil
sorun7	7,928	2	67	,001	Homojen değil
sorun8	2,970	2	67	,058	Homojen değil
sorun9	2,454	2	67	,094	Homojen değil
sorun10	,740	2	67	,481	Homojen
sorun11	,679	2	67	,511	Homojen
sorun12	1,230	2	67	,299	Homojen
Sorun13	7,688	2	67	,001	Homojen değil
Sorun14	1,791	2	67	,175	Homojen
Sorun15	1,214	2	67	,304	Homojen
Sorun16	3,698	2	67	,030	Homojen değil
Sorun17	1,369	2	67	,261	Homojen
Sorun18	1,369	2	67	,261	Homojen
Sorun19	,381	2	67	,685	Homojen
Sorun20	,868	2	67	,425	Homojen
Sorun21	7,090	2	67	,002	Homojen değil
Sorun22	,971	2	67	,384	Homojen
Sorun23	5,501	2	67	,006	Homojen değil
Sorun24	5,547	2	67	,006	Homojen değil
Sorun25	1,198	2	67	,308	Homojen
Sorun26	,439	2	67	,647	Homojen
Sorun27	1,681	2	67	,194	Homojen

ANOVA

Sorunlar	F	Önem.
Kayıt dışı üretim yapan firmaların bulunması	2,129	,127
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması	2,353	,100***
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği	,221	,802
Taklit ve taşış (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)	2,871	,064***
Kişi başına zeytin/zeytinyağı tüketim miktarının çok düşük olması ve bu düşük tüketimin artırılmaması	2,058	,136
Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması	7,068	,002*
Zeytinliklerin küçük ölçekli ve dağınık olmaları rekabet gücünü azaltmaktadır	1,305	,278
Kültürel uygulamaların (gübreleme, ilaçlama, sulama) yetersizliği, zeytin üreticilerinin girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip olmamaları	1,568	,216
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması	1,543	,221
Var yılı yok yılı (periyodisite) sorununun azaltılmaması	2,166	,123
Kamusal desteklemelerin rakip ülkelere oranla yetersiz olması	,600	,552
Sektörle ilgili istatistikler ve bilimsel verilerin yetersizliği	,069	,933
Depolama tesis ve koşullarının yetersizliği	,648	,526
Uluslar arası marka ve imaj yaratılmaması	,520	,597
Kurumsallaşmadaki yetersizlik	,108	,898
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin çalışmaması	,845	,434
Zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi	2,722	,073***
Hastalık ve zararlılarla mücadelede istenilen düzeye ulaşılamaması	,066	,936
Üreticilerin zeytincilikte kültürel işlemler (gübre ilaç, budama, hasat) konusunda bilinçlendirilmemeleri,	,403	,670
Sertifikalı fidan üretiminin yaygınlaştırılmaması	,614	,544
Zeytincilikle ilgili yasal mevzuatın uygulanamaması	,468	,628
Ülkemiz zeytinyağı kalite sınıflandırmasının AB'ye uyumlu olmaması	1,395	,255
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi	1,804	,173
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi	9,617	,000*
Karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi	3,575	,033**
Avrupa Birliğinin diğer ülkelere (Tunus..) tanıdığı tavizlerin bize tanınmaması	,866	,425
Ülkemizde zeytin/zeytinyağının maliyetinin diğer ülkeler oranla yüksekliği	,329	,721

*%99 güven aralığında anlamlı fark vardır. **%95 güven aralığında anlamlı fark vardır. ***%90 güven aralığında anlamlı fark vardır.

Analizde varyansları homojen olan değişkenlere “LSD” testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonucunda, zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması (sorun2) ve zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi (sorun17) sorunları açısından 3 ilde anlamlı farklılık ortaya çıkmamış; karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi (sorun25) açısından Balıkesir Bursa’ya göre bu fikri daha fazla desteklemiştir. %95 güven seviyesinde Balıkesir Bursa’dan 0,19 ile 1,34 puan daha fazla bu fikri desteklemiştir.

LSD analizini değerlendirdiğimizde karasu ile ilgili sorunun Balıkesir’de Bursa’ya göre daha fazla desteklendiği görülmektedir. Karasu zeytinden zeytinyağı eldesi sırasında ortaya çıkan doğaya zararlı bir sudur. Balıkesir zeytinyağı işletmelerinin, Bursa ise sofralık zeytin işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu illerimizdir. Sofralık zeytin işletmeleri zeytini çoğunlukla salamura olarak işlemekte ve pazarlamaktadırlar. Dolayısıyla bu işletmelerin karasu ile ilgili sorunları bulunmamaktadır.

Analizde varyansları homojen olmayan değişkenlere “Tamhane” testi uygulanmıştır. Analize göre Balıkesir Bursa’ya göre taklit ve tağşış (zeytinyağına diğer yağların ya da yüksek asitli zeytinyağlarının karıştırılması) (sorun 4) açısından bu sorunu daha fazla desteklemiştir. %90 güven aralığında 0,19 ile 1,30 puan daha fazla bu sorun desteklemiştir.

Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması (sorun6) sorununu Bursa ili Balıkesir’e göre daha fazla desteklemiştir. %99 güven aralığında 0,42 ile 1,82 puan daha fazla bu sorun desteklenmiştir.

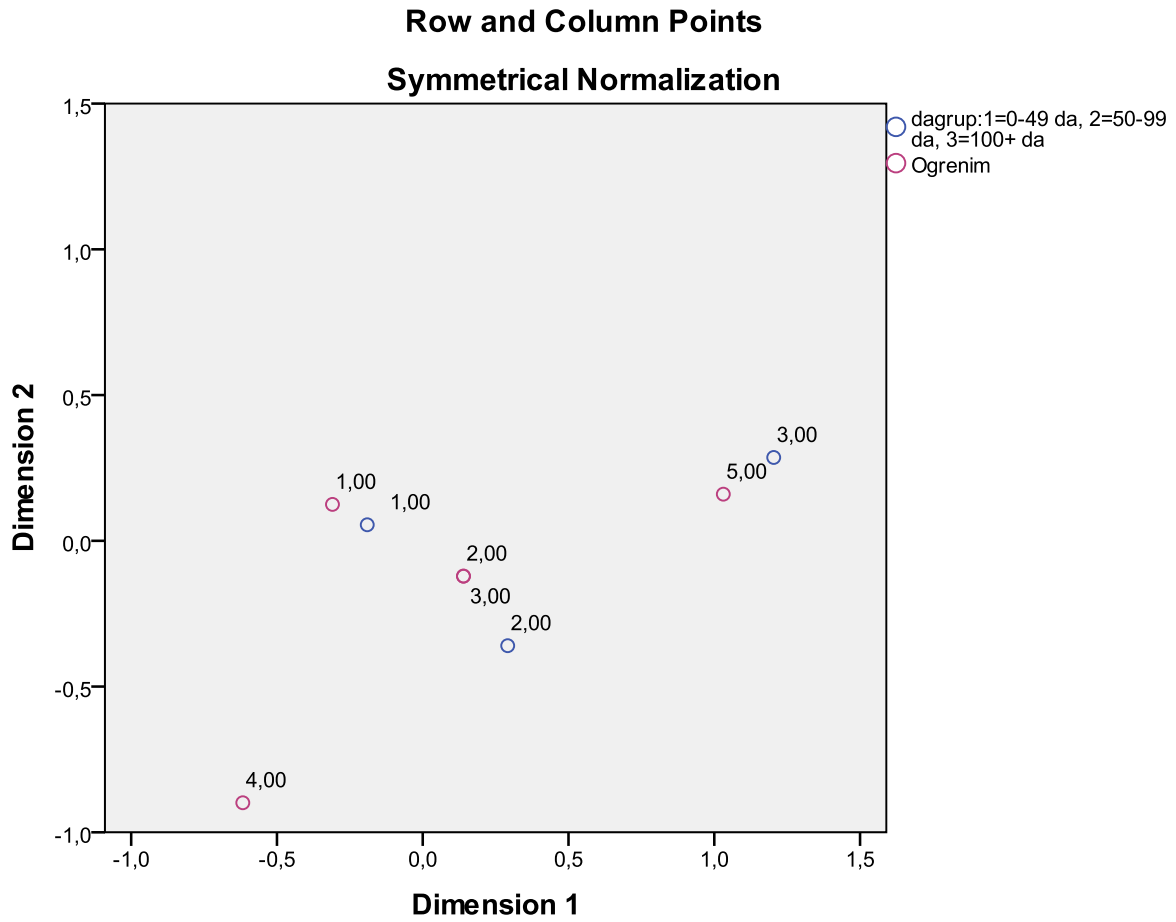
Balıkesir Bursa’ya göre zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (sorun24) konusunda daha fazla sıkıntı yaşadığı tespit edilmiştir. %99 güven aralığında 0,46 ile 1,45 puan daha fazla bu sorun desteklenmiştir.

Tamhane testini değerlendirdiğimizde; Balıkesir’deki işletmelerin büyük çoğunluğu zeytinyağı işletmeleridir. Bundan dolayı zeytinyağı ile ilgili sorunlarda Balıkesir ili diğer illere göre daha fazla duyarlılık göstermiş ve desteklemiştir. Taklit ve tağşış ve zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi gibi sorunlar daha çok bu ildeki işletmelerin karşılaştığı sorunlardır. Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması konusunda Bursa bu sorunu daha fazla desteklemektedir. Bursa sofralık zeytinde önemli bir ilimizdir. Sofralık zeytinde tüketiciler ve ihracatçılar tarafından genelde iri kalibrajlı (büyüklükte) zeytin talep edilmektedir. Ancak iklim koşullarının zeytinin istediğı sıcaklık koşullarında olmaması ve gerekli bakım koşullarının yerine getirilememesi sonucu istenen özellikte zeytin elde edilememektedir. Yağlık zeytin için de benzer durumlar söz konusudur. İşletmeler pazarda talep edilen ve çok daha iyi pazarlanabilen düşük asitli zeytinyağı elde etmek istemektedirler. Ancak yağlık zeytin içinde gerekli bakımın (özellikle hastalık ve zararlılarla mücadele) yapılamaması ve istenen sıcaklık koşullarının olmaması istenilen zeytinyağı eldesini güçleştirmektedir. Sofralık zeytin sadece sofralık olarak tüketilmekte, yağa dönüştürülse bile yağlık zeytinin zeytinyağı gibi olmamaktadır. Ancak yağlık zeytinden elde edilen zeytinyağı farklı şekillerde de (riviera, sabun, pirina gibi) değerlendirilebilmekte ve üreticilerin gelir kaybı sofralık zeytin yetiştirenlere göre daha az olmaktadır.

8.3.3.Uyum Analizi

Uyum Analizi değişkenlerin kategorileri arasındaki benzerliklerin ya da farklılıkların uzaklıklar cinsinden ifade edilmesi ve hangi alt kategorinin diğer kategorilere göre daha çok benzer olduklarını bulmayı, çapraz tablolardaki değişkenlerin alt kategorileri arasındaki benzerlikleri daha az sayıda boyutta grafiksel olarak görüntülemeyi amaçlamaktadır (www.veribaz.com).

Üreticilerin eğitim durumu ile sahip oldukları işletme büyüklüğü arasındaki benzerlik ya da farklılık uyum analizi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda ilkokul mezunu olan üreticilerin zeytin arazisi büyüklüğünün 0-49 da arasında, ortaokul ve lise mezunu üreticilerin ise 50-99 da işletme büyüklüğü arasında yoğunlaştığı görülmüştür.



8.3.4. SWOT Analizi

Araştırma Alanındaki Zeytinciliğin Türkiye Zeytinciliği İçerisindeki Yerinin SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi

<u>Güçlü Yönler</u>	<u>Zayıflıklar</u>
<p>-Yöreye adaptasyonunu tamamlamış, yöreye has çeşitlerin varlığı</p> <p>-Araştırma alanında zeytin ve zeytinyağı tüketiminin ülke ortalamasının çok üstünde olması</p> <p>-Bölgede coğrafi işaret almış çeşitlerin varlığı</p> <p>-Bölgede zeytin ve zeytinyağını değerlendirecek tesislerin varlığı</p> <p>-İşletmelerin yıllardır sürdürdükleri yurtiçi ve yurt dışı bağlantılarının olması</p> <p>-Zeytin ve zeytinyağı konusunda çalışan iki büyük kooperatifin ve birim kooperatiflerinin araştırma alanı içinde olması</p> <p>-İşletmecilerin güçlü birlikler içerisinde yer almaları (Ege İhracatçı Birlikleri, Bursa Yaş Meyve ve Sebze İhracatçı Birlikleri)</p> <p>-Bölge üreticilerinin zeytincilik konusunda deneyimli, bilgili ve bilinçli olmaları</p> <p>-Araştırma alanının yazlık yerler olmaları bu ürünlerin ülkenin her yerinde daha kolay tanınmasını ve tüketiminin artırılması üzerinde etki yapmaktadır</p> <p>-Bölgede yer alan mikro iklimik özelliklerin (Kaz dağları) ürüne has özellikleri, nefaseti kazandırması</p>	<p>-Zeytinliklerin eğimli arazilerde yer alması sonucu kültürel işlemlerin yeteri kadar yapılamaması</p> <p>-Hastalık ve zararlıların bölgede etkin olması, Zararlılarla Mücadele Birliği'nin üreticiler ve devlet tarafından yeterince desteklenmemesi</p> <p>-Zeytini üretilen araziler küçük ölçekli ve genelde küçük aile işletmesi şeklindedir.</p> <p>-Bakım koşullarının yeterince yapılamaması sonucu standart ürün üretmenin güçlüğü</p> <p>-Makineli hasadın yaygınlaşmaması sonucu hasadın hala en büyük maliyet kalemlerinden birini oluşturması</p> <p>-İşletmelerde yeterince denetim yapılamaması sonucu kayıt dışı üretimlerin olması</p> <p>-Var yılı yok yılı arasındaki verim farklılıklarının yüksek olması</p> <p>-Sulamanın yeterince yapılamaması</p> <p>-Üreticiler elde ettikleri zeytinyağını sağlıksız koşullarda pazarlayarak tüketicilerin ürün hakkındaki algılarını olumsuz etkilemesi</p> <p>-Zeytin ağaçlarının çoğunun yaşlı olması</p>

<u>Fırsatlar</u>	<u>Tehditler</u>
<p>-Bölgede uluslar arası alanda birçok kez ödül almış ürünlerin varlığı</p> <p>-Sofralıkta Gemlik, yağlık çeşitlerde ise Ayvalık ve Edremit'in ülkemizde ve dünyada tanınıyor olması</p> <p>-Zeytin ve zeytinyağının faydalarının daha fazla insan tarafından biliniyor olması</p> <p>-Zeytin ve zeytinyağı konusunda, kurumlar, sivil toplum kuruluşları ve bireylerin tanıtım faaliyetleri</p> <p>-Zeytin ve zeytinyağının Girit'teki örnekleri gibi turizm amaçlı kullanılabilme olanağının olması</p> <p>-Ülkenin ilk zeytinyağı müzesinin (Adatepe) araştırma alanı içerisinde yer alması</p> <p>-Araştırma alanı içerisinde zeytincilikle ilgili meslek yüksek okullarının bulunması ve zeytincilik konusunda bilgilendirme faaliyetlerinin yapılıyor olması</p> <p>-Devletin yağlık zeytin çeşitlerine destek uygulaması</p> <p>-Özellikle Edremit Körfezi ve Ayvalık yöresindeki yazlık konutların ve turistik alanların bölgenin zeytin ve zeytinyağı tüketimini teşvik etmesi</p>	<p>-Yazlık konutların sayısının ve madencilik faaliyetlerinin artmasının verimli zeytin alanlarının daralmasına yol açması</p> <p>-Devletin uyguladığı destekleme politikası sonucu aynı tip fidanın ekilmesi</p> <p>-Araştırma alanı dışındaki yeni dikimlerde üretim ve verimin araştırma alanına göre daha yüksek olması</p> <p>-Zeytinyağının eldesi sonucu ortaya çıkan doğaya zararlı karasu sorununun tam anlamıyla çözülememesi</p> <p>-Zeytin ve zeytinyağı fiyatlarının düşüklüğü</p> <p>-Yağlık çeşitlerin desteklenmesi, sofralık çeşitlerin destek dışı kalması</p>

9. SONUÇ VE ÖNERİLER

Zeytin ve zeytinyağı üreten küçük ve orta ölçekli işletmelerin ve bu sorunların çözümüne yönelik alternatif öneriler getirmeyi amaçlayan bu çalışmada zeytini üreten üreticilerin, zeytini işleyen ve yağa dönüştüren işletmelerin durumunu ve sorunları incelenmiştir. Bu amaçla bu ürünü uzun yıllardır ve önemli oranlarda yetiştiren, değerlendiren Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illeri örnek alınarak 264 üretici ve 71 işletme sahibi ile anket yapılmış ve bu anketlerden derlenen bilgiler analiz edilmiştir.

Zeytin üretimi ve değerlendirmesi bölge ekonomisi için özel bir öneme sahiptir. Araştırma alanı 2009 verilerine göre zeytin ekilen alan açısından ülke toplamının %19,3'ünü, toplam ağaç sayısının da yaklaşık %17'sini oluşturmaktadır. Üretim açısından değerlendirildiğinde; toplam dane zeytin üretiminin %21,9'u, sofralık zeytin üretiminin %22,8'i ve yağlık zeytin üretiminin de %21,4'ü Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde gerçekleştirilmiştir. Bu üç il içerisinde yer alan zeytin ve zeytinyağı işletmeleri ülkemizde bu konuda faaliyet gösteren işletmelerin %27,3'ünü oluşturmaktadır. Araştırma alanının iklim ve toprak koşulları zeytin üretimine uygundur ve çok uzun yıllardır bu alanda zeytincilik faaliyeti sürdürülmektedir. Araştırma sonuçlarına göre üreticilerin %35,2'si geçimini yalnızca zeytincilikten sağlamaktadır. Bununla birlikte, bölgede zeytincilik faaliyetini hem üreticiler hem de işletmeler açısından değerlendiren yeterli sayıda çalışma yapılmamıştır.

Ülkemiz zeytin ve zeytinyağı üretimi konusunda dünyada ilk beş ülke arasında yer almaktadır. Ancak ülkemiz üretimde kalite, tüketim ve ihracat konularında dünyada olunması gereken noktalara uzak görünmektedir. Ülkemizde zeytin ve zeytinyağına yönelik hem üreticiler hem de işletmeciler açısından sorunlar bulunmaktadır. Bu çalışma sorunları tespit etmek, üreticilerin ve işletmecilerin beklentilerini ve çözüm önerilerini ortaya koymak için yapılmıştır.

9.1. Araştırma Sonuçları ve Değerlendirme

9.1.1. Üreticilere Yönelik Araştırma Sonuçları

Üreticilere yönelik uygulanan anket çalışmasından elde edilen ve analiz edilen verilere göre; üreticilerin %30,8'i 43-52 yaşları arasında, %26,8' i 53-62 yaşları arasında ve %24,1'i ise 22-42 yaşları arasındadır. Diğer taraftan %18,3 gibi küçümsenmeyecek bir oranda üretici ise 63-89 yaşları arasındadır. Üreticilerin %45'i ilkökul, %44'ü ortaokul ve lise mezunudur. Üniversite (lisans) mezunu üreticilerin oranı %8,7'dir. Zeytin üreten üreticilerin çiftçilik yanında başka gelir getirici mesleklerle de uğraştıkları görülmüştür. Bu meslekler içerisinde en büyük payı %71 ile çiftçilik almıştır. Bunu, %13,7 ile emekli, %6,3 ile serbest meslek sahibi ve %4,3 ile tüccar izlemiştir. Zeytin üreticilerinin zeytincilik yaptıkları süre ortalama

30 yıldır. Üreticilerin sahip olduğu toplam arazi miktarının %62,1'i 10-49 dekar arasındadır. Sahip olunan zeytin arazisinin %74,7 gibi büyük bir oranı 3-49 dekar arasındadır. Zeytin dışında en fazla meyve (Antep fıstığı, kiraz, şeftali, narenciye, incir, erik, armut yetiştirilmekte (%50,0), bunu tarla bitkileri (buğday, arpa, yem bitkileri) (%37,5) izlemektedir.

Üreticiler birden fazla üretici örgütüne ortak/üyedirler. Üye olunan üretici örgütleri içerisinde Ziraat Odasına üye olan üreticilerin oranı %36,5'tir. Araştırma alanı içerisinde yer alan ve zeytin, zeytinyağı ve ürünleri konusunda faaliyet gösteren Tariş'e üreticilerin %16,4'ü, Marmarabirlik'e ise %12,1'i ortaktır. Kooperatife (tarım kredisi, tarım satış, sulama, tarımsal kalkınma) ortak olan üreticilerin %47,4'ü memnun olduklarını, %52,6'sı ise bu ortaklıktan memnun olmadıklarını ifade etmişlerdir. Kooperatif ortaklığından memnun olan üreticilerin memnuniyet sebepleri arasında %43,8 ile ürünlerinin kolay pazarlanması, %38,4 ile girdi ihtiyaçlarının karşılanması yer almaktadır.

Üreticilerin %64,8'inin zeytincilik dışında bir geliri bulunmaktadır. Bu gelirin kaynağını %41,5 ile emekli maaşı, %20,5 ile ticaret, %14,1'i bitkisel faaliyetler, %4,7'sini hayvancılık faaliyeti oluşturmaktadır. Toplam gelirler içinde zeytincilikten elde edilen gelirin %17,0'si %11-%25 oranında, %29,9'u %25-%50 oranında, %22'si %51 ve üzerinde, %22'si ise gelirin tamamının zeytincilik faaliyetinden elde edildiği belirtilmiştir. Üreticilerin %49,6'sı zeytincilikten elde ettikleri bu gelirden hiç tatmin olmadıklarını belirtmişlerdir.

Üreticiler zeytini daha çok yurt içi pazara yönelik yetiştirmektedirler. Üreticilerin %50,5'i zeytini yağlık olarak ve iç pazara yönelik üretirken, %42,5'i sofralık olarak ve yine iç tüketime yönelik üretmektedirler. Sahip olduğu zeytin arazilerinin %78,9'u 1-5 parselden oluşurken, %13,7'si 6-10 parselden oluşmaktadır. Zeytinliklerin %42,7'si düz arazilerde, %19,5'i yamaç arazilerde, %16,3'ü engebeli arazilerde yer almaktadır. Zeytinlik arazilerin %21,2'sinde sulama yapılırken, %69,3'ünde hiç sulama yapılmamaktadır. Zeytin arazilerinin mülkiyetinin %86,3'ü üreticinin kendisine ait iken, %10,3'ü aile fertlerinden (anne, baba ve eş) birine aittir. Araştırma alanı %51,9 oranında küçük ölçekli işletmelerden (0-500 ağaç) oluşmaktadır. Araştırma alanı içerisinde işletme başına ortalama dane zeytin üretim miktarı 20.981 kg'dır. Üreticiler sofralık ve yağlık zeytinlerini salamura (%52,4), çizik (%25,3) ve sele zeytini (%22,3) olarak değerlendirmektedir. Zeytinyağı tercihlerinde; %45,2'si sızma, %43,4'ü natürel sızma zeytinyağı yer almakta, hasat ve taşıma işlemlerini buna göre gerçekleştirmektedirler. Üreticilerin %35'i aile tüketimi için 51-100 kg arasında zeytinyağı ayırırken; %45'i 100 kg'ın üzerinde ayırmaktadır. Araştırma alanı aynı zamanda ülke ortalamasının üzerinde zeytinyağı tüketilen yerdir.

Üreticilerin %57,8'i üretim, hasat, zararlılarla mücadele ve muhafaza konularında eğitim faaliyeti yapıldığını, %42,2'si ise yapılmadığını belirtmiştir. Eğitim faaliyeti yapan kuruluşlar içerisinde Tarım İlçe Müdürlükleri %51,7 ile ilk sırada yer alırken, bunu %14 ile tarım danışmanları ve %7 ile ilaç bayileri izlemiştir. Hasat şekilleri içerisinde elle hasat %57,9 ile ilk sırayı almaktadır. Zeytine ve zeytin ağacına verdiği zarar nedeniyle önerilmeyen sıırıkla hasat şekli %26,1 gibi önemli bir üretici gurubu tarafından hala kullanılmaktadır. Üreticilerin elle hasadı öncelikle zeytini zedelememek ve kaliteli ürün almak için (%48,0), ağaca zarar vermemek, bir sonraki yıl için iyi ürün almak (%27,0), için; sıırıkla hasadı makinenin pahalı olması (%26,7), ağaçların büyük ve yüksek olmasından dolayı (%25,5); makineli hasadı ise zeytin ve zeytin ağacı zararını azaltmak (%46,3) için tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Üreticilere sofralık zeytinin sektörünün önemli sorunlarından biri olan zeytinin nasıl muhafaza edilmesi gerektiği sorulmuş; üreticilerin %40,7'si beton havuzlarda muhafaza edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Beton havuzlarda muhafaza sakıncaları olmasına rağmen üreticiler bu muhafaza tekniğinden vazgeçmemektedirler. Aynı şekilde zeytinyağı için sorulmuş; üreticilerin zeytinyağını uygun saklama koşullarından uzak olduğu, hala eski, sağlıklı ve ürünün özelliklerini çok kolay kaybettiği yöntemlerle sakladıkları görülmüştür. Araştırma alanı içerisinde Gemlik zeytini, Ayvalık zeytinyağı ve Edremit Körfez Bölgesi Zeytinyağları coğrafi işaret almış ürünlerdir. Ancak üreticilerin %54,5'i coğrafi işaret almış zeytin ve zeytinyağı bulunmadığını belirtmişlerdir. Maden aramak ve maden ocağı açmak için/yazlık konutlar için zeytinliklerin ortadan kaldırılmasına yani zeytinliklerin amaç dışı kullanımına karşıdırlar (%71,2) ve bu durumu gelecek için tehlikeli görmektedirler.

Zeytincilik faaliyeti için devlet tarafından verilen destekler yeterli bulunmamış (%86,4); özellikle girdi fiyatları konusunda (%38,6) ve primler konusunda (%23,7) desteğe ihtiyaç duyulduğu belirtilmiştir. Zeytincilik konusunda akıllarına gelen ilk sorun %32,6 ile yeterli gelir elde edememedir ve ihtiyaç duyulan desteklerle paralellik göstermektedir. Zeytinciliğimizin en önemli sorunları içerisinde girdi maliyetlerinin yüksekliği toplamda %27,5 pay alırken; pazarlama ve tanıtım eksikliği (%17,6) ve desteklemelerin yetersizliği (%11,5) yer almaktadır. Sorunlarda iller arasında farklılık yanında ortak noktaların bulunduğu gibi önerilen çözümlerde de benzer bir durum söz konusudur. Önerilen çözüm yolları arasında girdilere verilen desteğin artırılması hem genel hem de iller arasında en yüksek orana sahiptir. Toplam içinde %22,8 olan pay, Balıkesir ve Çanakkale'de %19,1, Bursa'da %27,6 olarak gerçekleşmiştir. Üreticilerin bilinçlendirilmesi ve eğitilmesine yönelik öneri toplamda %16,4 pay alırken, Balıkesir ve Çanakkale'de %12,4, Bursa'da %21,8'dir. Üreticiler zeytincilik konusunda özellikle ilaçlama, hasat, yetiştiricilik ve yeni düzenlemeler konusunda

bilinçlenmek ve eğitilmek istemektedirler. İç pazarda tüketimi artıracak çalışmaların yapılması ve tüketicilerin bilinçlendirilmesi gerekliliği Balıkesir ve Çanakkale’de %10,1, Bursa’da %2,9, toplamda ise %7,0 oranında pay almıştır.

Üreticilere zeytin üretmelerinin altında yatan nedenleri ortaya koymak amacıyla belirlenen 8 değişken faktör analizine tabi tutulmuş, sonuç olarak 3 adet faktörün toplam varyansın %55,36’sını açıkladığı görülmüştür. Faktör analizi sonucu elde edilen KMO değeri 0,622 olup, %1 düzeyinde istatistikî olarak anlamlı bulunmuştur. Faktörlerden birincisi zeytin üretimi, ikincisi üretim deseni ve üçüncüsü ihtiyaç olarak isimlendirilmiştir.

Üreticilere zeytin üretimi ile ilgili faktörlere ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 10 yargı analiz sonuçlarına göre 4 faktör altında toplanmıştır. Bu dört faktör toplam varyansın %62,67’sini açıklamaktadır. Faktör analizi sonucu elde edilen KMO değeri 0,562 olup, %1 düzeyinde istatistikî olarak anlamlı bulunmuştur. Faktörlerden birincisi hasat, ikincisi memnuniyet, üçüncüsü zeytin üretimi ve zeytinyağı dış ticareti ve dördüncüsü de işçilik ve tarım bilgisi olarak isimlendirilmiştir.

Üreticilere zeytinciliğimizin sorunlarına katılımlarını ölçmeye yönelik 25 soru faktör analizine tabi tutulmuş, sonuç olarak 8 adet faktörün toplam varyansın %58,49’unu açıkladığı görülmüştür. Faktör analizi sonucu elde edilen KMO değeri 0,741 olup, %1 düzeyinde istatistikî olarak anlamlı bulunmuştur. Faktörlerden; birincisi kalite sorunları, ikincisi zeytinyağı tüketim sorunları, üçüncüsü zeytin üretim sorunları, dördüncüsü zeytin ve zeytinyağının ekonomik sorunları, beşincisi zeytinyağı fiyatları ve kültürü, altıncısı zeytin işletmelerinin üretim ve ihracat sorunları, yedincisi iç ve dış ticaret sorunları ve sekizincisi budama ve ilaçlama sorunları olarak isimlendirilmiştir.

Üreticiler açısından zeytinciliğimizin sorunlarına yönelik yapılan Varyans Analizi (ANOVA) LSD testi sonuçlarına göre Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale’ye göre sorunları daha fazla desteklemektedir. Balıkesir ilinde zeytinciliğin geçmişi çok eskidir. İl zeytincilik ve turizm açısından özel bir konuma sahiptir. Zeytincilik açısından ödüller almış ve almaya devam eden, coğrafi işarete sahip (Ayvalık ve Kuzey Ege zeytinyağı gibi) zeytinyağı bu il sınırları içinde elde edilmektedir. Ancak ilin aynı zamanda turizm açısından potansiyel olması zeytincilikle ilgili kanunun uygulanamamasına ve dolayısıyla zeytinliklerin imara açılmasına ve arazilerin bölünmesine yol açmıştır. Bir diğer sonucu da zeytin işletmelerinin çok küçük ve parçalı olmasıdır. Bursa’da sofralık zeytin sektörü etkindir. Balıkesir ili Bursa ve Çanakkale’ye göre daha fazla zeytinyağı işletmesine sahiptir. İlde zeytinyağı eldesi sonucu ortaya çıkan karasu ile ilgili sorunu bulunmaktadır ve bu sorun diğer illere göre daha fazla desteklenmektedir. Balıkesir’de ayrıca Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi’nin yeterince

çalışmaması diğer illerdeki üreticilere göre daha önemli bulunmuştur. Çünkü bu ildeki üreticiler ihracat yapmaktadırlar ve bu potansiyele sahiptirler; sorunların ancak bu örgütlerle daha etkin duyurulabileceğini ve çözümlenebileceğini düşünmektedirler.

İldeki ağaçların çoğunun yaşı yüksektir. Belli dönemlerde budanmaları gereklidir. Ancak üreticilerin yeterli gelir elde edememeleri, zeytinliklerin çoğunun yamaçlarda yer alması sonucu budama işlemini gerçekleştirilmede üreticiler isteksiz davranmaktadırlar ve biçimsiz budamalar yapmaktadırlar. Ayrıca bu arazi yapısı ve işletme ölçeği hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanımını güçleştirmektedir.

Analizde homojen olmayan değişkenlere ise “Tamhane” testi uygulanmıştır. Tamhane testine göre iç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması, zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması, zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması, zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınmaması, zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği, kontrol ve denetimlerin yetersizliği, kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması ve ihracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi sorunları açısından üç il arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Üreticilerin eğitim durumu ile sahip oldukları işletme büyüklüğü arasındaki benzerlik ya da farklılık uyum analizi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda ilkökul mezunu olan üreticilerin zeytin arazisi büyüklüğünün 0-49 da arasında, ortaokul ve lise mezunu üreticilerin ise 50-99 da işletme büyüklüğü arasında yoğunlaştığı görülmüştür.

9.1.2. İşletmelere Yönelik Araştırma Sonuçları

İşletme sahiplerinin %64,8’ i işyeri sahibi, %18,3’ü, yönetici, %14,1’ i ortak ve %2,8’i de ortak yöneticiden oluşmaktadır. 31-50 yaş arasındaki işletmeciler tüm işletmecilerin yarısından fazlasını (%56,3) oluşturmaktadır. İşletmecilerin %40,8’i lise, %21,1’i ön lisans, %18,3’ü lisans ve %18,3’ü ilkökul-ortaokul mezunudur. Lisansüstü eğitime sahip işletmecilerin oranı ise %1,4’tür. Anket yapılan işletmelerde ortalama çalışma süresi 14 yıldır. İşletmecilerin %49,3’ü 1-10 yıl, %31,0’i 11-20 yıl, %19,7’si 20 yıldan fazla bir süre işletmede çalıştıklarını belirtmişlerdir. İşletmecilerin zeytin ve zeytinyağı sektöründeki tecrübeleri; %38,0’i 16 yıl ve üzeri, %26,8’i 0-5 yıl arasında, %18,3’ü 11-15 yıl arasında ve %16,9’u da 6-10 yıl arasındadır. 10 yıl ve üzeri tecrübeye sahip işletmecilerin oranı %73,2’dir. İşletmecilerin %52,1’i sektör dışı tecrübeye sahiptir. Sektör dışı tecrübe ortalaması 7,5 yıldır. İşletmelerin %93 gibi çok büyük bir oranının aile işletmesidir ve yöneticiler çoğunlukla aile içinden seçilmişlerdir (%81,6). İşletmelerde üretim, personel, pazarlama, finans vb

konularında fonksiyonel bir işbölümünün olmadığı (%53,5), tüm işlerin tek elden yapıldığını ifade edilmiştir.

İşletmelerin tamamında bilgisayar bulunmaktadır. Ayrıca işletmelerin %88,7'sinde internet bağlantısı, %76,0'sında elektronik posta hesabı bulunmaktadır. İşletmecilerin %50,7'sinin ise işletmelerine ait web sitesi bulunmaktadır. İşletmelerin %26,3'ünde ISO9001 kalite ve güvenlik sistemi bulunmakta, bunu %20,2 ile HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points-Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi) izlemektedir. Zeytinyağı üreten işletmelerin %42,1'inde 2 fazlı üretim teknolojisi, %39,5'inde klasik sistem üretim teknolojisi ve %18,4'ünde de 3 fazlı üretim teknolojisi mevcuttur.

İşletmelerin %79,7'si 2000 yılından önce kurulmuş; %67,6'sı Balıkesir, %23,9'u Bursa ve %8,5'i Çanakkale ilinde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin %53,6'sı mikro işletme (1-9 kişi çalıştıran), %40,8'i de küçük ölçekli işletmedir (10-49 kişi çalıştıran). Orta ölçekli işletmelerin (50-249 kişi çalıştıran) oranı %5,6'dır. İşletmelerde ortalama personel sayısı ise 13'tür. İşletmelerin hukuki yapısı incelendiğinde; limitet şirketler %73,3 ile en büyük paya sahiptir ve bunu %12,7 ile adi ortaklık izlemektedir.

İşletmeler bünyelerinde birden fazla amacı barındırabilmektedirler. Bazı işletmeciler işletmelerinde zeytini hem sofralık hem de yağlık olarak işleyebilmektedirler. İşletmecilerin %17,9'u tamamen kendi zeytinini işlemekte, %1,5'i ise zeytinini tamamen üreticiden sağlamaktadır. İşletmeciler alınacak hammadde miktarını belirlerken pazardaki zeytin/zeytinyağı talebine göre (%40,2) hareket etmektedirler; %44,9'u hammadde için peşin ödeme yapmaktadır ve bu ödemelerin kaynağı %98,6 oranında kendi öz kaynaklarından karşılanmaktadır.

İşletmeciler zeytin ve zeytinyağı konusunda faaliyet gösteren iki kooperatif birliği olan Tariş ve Marmarabirlik hakkında %56,3 oranında olumlu yönde görüş bildirmiştir. Bu düşüncede en büyük pay bu kooperatiflerin üretici düşünen, ürettiği ürünü değerlendiren kuruluşlar olmasıdır (%40,0). Olumsuz düşünenlerin oranı %40,0'tır ve en büyük payı bu kooperatiflerin yönetimlerinin verimli çalışmadığını düşünmeleri (%33,3) almaktadır.

Zeytin ve zeytinyağı önemli ihrac ürünlerimizden biridir. İşletmecilerin ihracat için gerekli bağlantıları kurabilmesi ve ihracatların devamlılığının düzgün şekilde sağlanması için yabancı dil önemlidir. İşletmecilerin %42,3'ü yabancı dil bilmediklerini, %28,2'si ise az bildiğini; %50,7'si ise hiç yurt dışına çıkmadığını ifade etmiştir. Atabay, (2005) zeytinyağı sektöründe ihracatçı işletmelerle ihracatçı olmayan işletmeler arasındaki farklılıkları ortaya koyan çalışmasında ihracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında işletme

sahibinin/yöneticisinin yabancı dil seviyesi açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır. İhracat yapan işletmecilerin %61,4'ü ileri ve orta seviyede yabancı dil bilgisine sahipken bu oran ihracat yapmayanların işletmelerde %14,9'dur. Bu sonuç yabancı dil seviyesinin yurt dışı pazarlardaki müşterilerle iletişim kurabilme yanında, yurt dışı pazarların yapısı hakkında daha detaylı bilgi edinebilme imkanı vermesi bakımından önemli olduğu belirtilmiştir. Yurt dışına çıkış sıklığı açısından da istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. İhracat yapan işletmelerde işletme sahiplerinin/yöneticilerinin %62,6'sı nadiren, ara sıra veya çok sık bir şekilde yurt dışına çıkarken, bu oran ihracat yapmayan işletmelerde %14,8'dir. Bu durum işletmecilerin yurt dışına yakınlığı, farklı kültürleri tanımaları, yurt dışı tehdit ve fırsatları yakından tanıyabilmeleri ve iş bağlantıları kurabilmeleri açısından yurt dışı seyahatlerinin önemli olduğu belirtilmiştir. Anket uygulanan işletmelerin %33,8'i ihracat yapmakta, %57,7'si ihracat yapmamaktadır. İhracat yapan işletmelerin %63,6' sını doğrudan ihracat, %36,4' ü de dolaylı ihracat yapmaktadırlar. İhracat yapmaktan vazgeçenlerin oranı ise %8,5'tir. İşletmelerin ihracata yönelmemedeki sebepleri arasında satış bağlantısı kuramama (%23,1) ve dış piyasalar konusunda bilgi sahibi olmamanın (%20,5) ilk sıralarda yer almaktadır. İhracat yapmaktan vazgeçen işletmelerin %33,3'ü ihracat için yeterli miktarda ve kalitede mal bulunamamasından dolayı, yine aynı oranda (%33,3) bürokratik engellerle karşılaştıkları için vazgeçtiklerini belirtmişlerdir.

İşletmecilerin %80,2'si ürünlerini pazarlarken kişisel satışı ve fiyatlandırma kararı verirken de maliyet+kar payını (%69,0) tercih etmektedirler İşletmelerin %46,5'i fabrika-toptancı-perakendeci, %36,6'sı fabrika-perakendeci ve %16,9' u da fabrika-komisyoncu-toptancı-perakendeci yoluyla ürünlerini pazarlamaktadırlar. İşletmelerin yurt içinde ürünlerini pazarlarken karşılaştıkları sorunlar arasında ürünün değerinde satılmasını sağlayacak bir fiyat politikasının olmaması (%30,3), bilinçsiz tüketiciler (%18,2), zeytinyağının yeterince tanıtılmaması dolayısıyla tüketimin artırılmaması (%12,1) ve ticaret sisteminin oturmayışı (%12,1) yer almaktadır. İşletmelerin %90'1'i tescilli bir markaya sahiptir ve %13,5'i ulusal ve uluslar arası alanda ödül almışlardır.

İşletmelerin %30,2'si küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için verilen (KOSGEB ve özel bankalar) destek ve kredilerden yararlandıklarını, %69,8'i ise yararlanmadıklarını belirtmiştir. Ancak işletmecilerin %59,6'sı bu yararlanmayı düşündüklerini, %40,4'ü ise yararlanmayı düşünmediklerini ifade etmişlerdir. İşletmecilerin bu destek ve kredilerden yararlanmayı düşünme nedenleri arasında işletmeyi rahatlatmak ve canlandırmak (%44,4), düşünmeme nedenleri arasında ise faizlerin yüksek olması (%30) en büyük payı almaktadır.

İşletmelere zeytincilik konusunda ilk akıllarına gelen sorun sınıflandırıldığında en büyük payı ekonomik sorunların (%68,0) aldığı, bunu ürün ve üretici ile ilgili sorunların (%26,0) izlediği görülmüştür. Kooperatiflerle ilgili sorunlar %4 oranında pay almıştır. Ekonomik sorunlar içerisinde istenilen kalitede ve standartta ürün temin edememe %24,0, yüksek üretim maliyetleri %16,0 ve devlet desteğinin yetersizliği %12,0 oranında pay alırken; ürün ve üretici ile ilgili sorunlar içerisinde ise zeytinciliğin bilinçli bir şekilde yapılmaması (%12,0), yetiştirmede karşılaşılan zorluklar (%4,0) ve zeytinliklerin amaç dışı kullanımı (%4,0) yer almıştır. Kooperatiflerle ilgili ise kooperatifleşme mantığının olmaması %2,0 ve Tariş'in ortaklarına gereken desteği vermemesi %2,0 oranında pay almıştır.

İşletmecilerin zeytincilik sektöründe karşılaştıkları sorunların %15,7'sini maliyetlerin yüksekliği, %11,7'sini devlet desteğinin yetersizliği oluşturmaktadır. Zirai mücadelenin yapılamaması %9,8 iken; kalite ve standardın olmaması %7,8, fiyat istikrarsızlığı %7,8 ve denetimlerin yetersizliği %7,8'dir. Denetimlerin yetersizliği özellikle kayıt dışı yağ satışı, yol üstü zeytin ve zeytinyağı satışları, kalitesiz ucuz yağ satışları, paçallanmış yağların piyasaya sunulması ve zeytin sıkım tesislerinin denetlenmemesi ile ilgilidir.

Çözüm önerileri olarak işletmecilerin %20,0'si üreticilerin kültürel işlemler (budama, ilaçlama, gübreleme ve hasat) konusunda bilinçlendirilmeleri ve bu konuda kursların açılması gerektiğini belirtmişlerdir. Üretimden kaynaklanan sorunlar diğer sorunların kaynağını oluşturmaktadır. İşletmeler yeterli miktarda, kalitede, standartta ürün bulamamakta, ürünleri pazarlarken sorunlar yaşamaktadırlar. Zeytinyağına verilen primin zeytine de verilmesi (%10) gerektiği, zeytin ve zeytinyağının reklam ve tanıtımlarla tüketiminin artırılması (%10,0) gerekliliği ve Avrupa Birliği'nde uygulanan desteklerin ülkemizde de uygulanması (%10,0) diğer öneriler arasında yer almaktadır. İşletmelerin denetimi (%10,0) ve kontrolünün (%5) yapılarak haksız rekabet koşullarının ortadan kaldırılmasının gerekliliği işletmeciler tarafından çözüm önerisi olarak belirtilmiştir.

İşletmelere zeytin ve zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalara ne derece katıldıklarını ölçmeye yönelik 20 kısıt unsuru faktör analizine tabi tutulmuş, sonuç olarak 4 adet faktörün toplam varyansın %62,40'ını açıkladığı görülmüştür. Faktör analizi sonucu elde edilen KMO değeri 0,782 olup, %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Faktörlerden birincisi ekonomik, ikincisi rekabet ve pazar, üçüncüsü ihracat ve işletmenin yapısı ve dördüncüsü maliyet, fiyat ve kalite olarak isimlendirilmiştir.

İşletmeler açısından zeytin ve zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalara bir de varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Analizde varyansları homojen olan değişkenlere "LSD" testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonucunda finansman güçlüğü, uygunsuz

pazarlama stratejileri ve dış pazarların tanınmaması kısıtları açısından Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Bursa sofralık zeytinde Balıkesir ise zeytinyağında uzmanlaşmış, organize sanayi bölgelerini kurmuş ve ihracat bağlantılarını sürdüren illerimizdir. Çanakkale’de ise hem sofralık hem de yağlık zeytin üretilmektedir. Buradaki işletmeler küçük ölçekli işletmelerdir ve ihracat için gerekli bağlantıların kurulması ve sürdürülmesi için gerekli finansman kaynağı konusunda Balıkesir ve Bursa’ya göre finansman gücünün sıkıntısını daha fazla yaşamaktadır. Bursa ili uygunsuz pazarlama stratejileri konusunda daha fazla duyarlıdır. Yağlık zeytin çok yönlü olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak Bursa’da sofralık zeytin salamuraya işlenmektedir. Dış pazarın taleplerine dikkat edilmeksizin ürünler farklılaştırılmadan salamurada değerlendirilmektedir. Dış pazarların tanınmaması kısıtı açısından da Bursa yukarıdaki sebeplerden dolayı Çanakkale’ye göre daha fazla duyarlılık göstermiştir.

İşletmelere ayrıca zeytin ve zeytinyağında yaşanan sorunlara katılımlarını ölçmeye yönelik belirlenen 27 sorun faktör analizine tabi tutulmuş, sonuç olarak 7 adet faktörün toplam varyansın %74,90’ını açıkladığı görülmüştür. Faktör analizi sonucu elde edilen KMO değeri 0,796 olup, %1 düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Analiz sonucu elde edilen faktörlerden birincisi kurumsallaşma ve mevzuat, ikincisi bilinç, üretim ve tüketim sorunları, üçüncüsü rekabet ve uluslararası ilişkiler, dördüncüsü teknik sorunlar, beşincisi yetersizlikler, altıncısı hammadde ve yedincisi fiyat olarak isimlendirilmiştir.

İşletmelere zeytin ve zeytinyağında yaşanan sorunlara yönelik varyans analizi (ANOVA) de uygulanmıştır. Analizde varyansları homojen olan değişkenlere “LSD” testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonucunda, zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşmaması ve zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi sorunları açısından 3 ilde anlamlı farklılık ortaya çıkmamış; karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi açısından Balıkesir Bursa’ya göre bu fikri daha fazla desteklemiştir. Karasu zeytinden zeytinyağı eldesi sırasında ortaya çıkan doğaya zararlı bir sudur. Balıkesir zeytinyağı işletmelerinin, Bursa ise sofralık zeytin işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu illerimizdir. Sofralık zeytin işletmeleri zeytini çoğunlukla salamura olarak işlemekte ve pazarlamaktadırlar. Dolayısıyla bu işletmelerin karasu ile ilgili sorunları bulunmamaktadır. Analizde varyansları homojen olmayan değişkenlere “Tamhane” testi uygulanmıştır. Analize göre Balıkesir Bursa’ya göre taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların ya da yüksek asitli zeytinyağlarının karıştırılması) açısından bu sorunu daha fazla desteklemiştir. Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması sorununu Bursa ili Balıkesir’e göre daha

fazla desteklemiştir. Ayrıca Balıkesir ili Bursa'ya göre zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi konusunda daha fazla sıkıntı yaşadığı tespit edilmiştir.

9.2. Zeytini Üreten Tarım İşletmelerinin ve Zeytin ve Zeytinyağını Üreten İşletmelerin Sorunları ve Bu Sorunlara Yönelik Alternatif Çözüm Önerileri

9.2.1. Araştırma ve Eğitim Sorunu ve Çözüm Önerileri

Akdeniz tipi beslenmenin 2010 yılından itibaren UNESCO'nun Somut Olmayan Kültürel Miras listesinde yer alması gelecekte bu beslenme tipine ve dolayısıyla zeytinyağına olan talebi de artıracaktır. Ülkemizde 2006 yılından beri sürdürülen desteklerle zeytin alanlarında ve zeytin ağacı sayısında önemli artışlar kaydedilmiştir ve kaydedilmeye de devam etmektedir. Ancak ağaç sayısını artırmaktan daha önemlisi kültürel işlemlerin (budama, gübreleme, ilaçlama, hasat gibi) doğru bir biçimde yapılabilmesi için üreticilerin bu konuda eğitilmelerinin ve bilinçlendirilmelerinin gerekliliğidir. Ağaç sayısını ve üretimi artırmak için yapılan seferberliğin üreticilerin bilinçlendirilmesi konusunda da yapılması gereklidir.

Yeniliklerin benimsenmesinde ve yaygınlaştırılmasında, istenilen kültürel bakım, hasat ve hasat sonrası koşullarının gerçekleştirilmesinde ve periyodisitenin azaltılmasında eğitim önemlidir. Sırıkla hasat hala uygulanmakta ve geleneksel davranış olarak görülmektedir. Üreticilerin yarıya yakını ilkökul mezunudur. Bu üreticilere eğitim faaliyetleri hem görsel hem de uygulamalı olarak gösterilmelidir. Yerel televizyonlarda ve bu konu ile ilgili internet sitelerinde zeytincilik faaliyeti için zamanında yapılması gerekenler hatırlatılmalı, uygulamalı olarak gösterilmelidir. Zeytin yetiştiren diğer ülkelerde yapılan bakım, hasat ve hasat sonrası işlemler, ürünü pazarlamada kooperatiflere tanıdıkları öncelikler seminerler ve demonstrasyonlarla aktarılmalıdır. Üreticilere işlemleri yanlış ve doğru yaptıklarında ortaya çıkacak sonuçlar ve ekonomik kayıplar görsel olarak aktarılmalıdır. Ayrıca bölgeler bazında özelleşmiş ürünlere yönelik konusunda uzman tarım danışmanları atanmalıdır. Üreticiler açısından kaliteli yağ üretimi özendirilmelidir.

Sektördeki önemli sivil toplum kuruluşlarından olan Zeytindostu Derneği üretimden kaynaklanan sorunların önüne geçmek için üretici eğitimleri düzenlemektedir. Zeytin üreticilerinin sorunlarına çözüm bulmak ve doğru bir üretimle kaliteyi artırmak amacıyla dernek, ilçe tarım müdürlüğü, ziraat odası işbirliğiyle konusunda uzman akademisyenler tarafından eğitimler verilmektedir. Bu eğitimler yaygınlaştırılmalı ve zeytin yetiştiren tüm bölgelerde yapılmalıdır.

Çeşit seçimi, fidan temini, dikim sistemleri, sulama yöntemleri, budama, hasat teknikleri ve diğer kültürel işlemler (gübreleme, toprak işleme) konusunda yapılan

araştırmalar yeterli değildir. Bu konuda birçok araştırma ve denemeler yapılmış olmasına rağmen tam olarak özömlenememiş ve pratiğe aktarılamamıştır. Türkiye'de elde edilen zeytin ve zeytinyağlarının yapı ve özellikleri ile ilgili yapılmış olan bilimsel çalışmalar sınırlıdır. Bunun için araştırma enstitöleri ve üniversiteler nezdinde yapılacak çalışmalar özendirilmeli ve desteklenmelidir. Araştırma enstitülerine ayrılacak kaynak miktarı artırılmalı ve gelişmiş alet ekipman ve teknik elemanlarla donatılmalıdır. Sahip olunan gen bahçeleri ve Kaz dağları gibi özel alanlar koruma altına alınmalıdır.

Ülkemizde zeytincilikle ilgili Balıkesir Üniversitesi'ne bağlı Edremit Zeytincilik Meslek Yüksek Okulu, Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi Programı, Celal Bayar Üniversitesi'ne bağlı Akhisar Zeytincilik Meslek Yüksek Okulu, Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi Programı ve Adnan Menderes Üniversitesi'ne bağlı ine Meslek Yüksek Okulu, Zeytin Yetiştiriciliği ve Değerlendirilmesi Programı zeytincilik konusunda teknik eleman yetiştirmektedir. Buradan mezun olan öğrenciler iş bulma sıkıntısı yaşarken, sektörde de kalifiye eleman eksikliği yaşanmaktadır. Bu meslek yüksekokulları öğrenim faaliyetlerini işletmelerin ihtiyacına göre hazırlamalı, üreticilerin ve işletmelerin içinde daha yoğun olarak yer aldığı programlar benimsemelidir. Dolayısıyla ilgili Bakanlığın teknik eleman yetersizliği nedeniyle gerçekleştiremediği faaliyetlere katkı sağlanabilir.

Zeytin bitkisi, ziraati, teknolojisi ve yan ürünleriyle ilgili olarak önlisans, lisans ve lisansüstü eğitim alan ve bu konuda çalışma yapan öğrenciler için ikincisi düzenlenen “Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi” gibi bilimsel faaliyetler artırılmalıdır ve katılım teşvik edilmelidir. Zeytinyağının kalitesini zeytinlerin hasattan sonra yağhaneye taşınırken mümkün olduğunca kısa sürede hareket edilmesi etkiler. Bunun yanında zeytinin bahçeden yağhaneye kadar taşındığı materyal de kaliteyi etkileyen diğer bir unsurdur. Uygun materyallerle taşınmadığı taktirde zeytin kızışmakta, elde edilen zeytinyağının asitliği yükselmekte, bundan da hem üreticiler, hem yağhaneler hem de ülke ekonomisi zarar görmektedir. Bu sorunun çözümü için gerekiyorsa yasal düzenlemeler de yapılarak zeytinlerin işletmelere plastik kasalarla taşınması sağlanmalıdır. Üreticiler ayrıca topladıkları zeytinleri dip tepe ayırımı yapmadan yağhanelere götürmektedirler. Bu durum da yağın kalitesi açısından önemli bir husustur.

İşletmeler açısından zeytinyağı işletmelerinin tadım eğitimlerini aldırması zamanla ekipmandan, saklama koşullarından ve ambalaj hatalarından kaynaklanan sorunların özömlenmesini sağlayacaktır. Böylece üretimden kaynaklanan hatalar sıfırlanabilecek ve daha kaliteli yağ üretilebilecektir.

Üretici bazındaki diğer bir sorun önemli sayıdaki zeytin ağacının yaşlı ve verimden dūřmüř olmasıdır. Üreticilerin öncelikle zeytinliklerini ıslah ve gençleştirme çabası içine

girmesi gerekmektedir. Teknik destek alarak buldukları yörenin ekolojik koşullarına uygun çeşide göre ve belli bir zaman periyodunda bahçelerini gençleştirmelidirler. Bu süreçte üreticilerin kaybedeceği geliri karşılamak için devlet gençleştirme için destek vermeli; o üreticilerin zeytincilikten uzaklaşmamları ve temel ihtiyaçlarını giderebilmeleri sağlamalıdır.

Üreticilerin kayıt tutma alışkanlıkları olmadığı ve zeytin arazilerinde parçalı bir yapının bulunması dolayısıyla üreticiler üretimleri ile ilgili net bilgiler verememektedirler. Araştırma alanında bu parçalı yapı içerisinde farklı parçalanmalara da rastlanmıştır. Üreticiler zeytin arazisi içerisinde yer alan ağaçlarını ihtiyaca göre bir başkasına satmaktadırlar. Benzer bir yapı zeytinyağında da görülmektedir. Üreticiler yağlarını kooperatife ve tüccara vermenin yanında ürün az olduğunda borcu kadarını kooperatife teslim etmekte, kalanını kendi tüketimi için ayırmaktadır. Kendi tüketimi için 50kg'dan fazla zeytinyağı ayıranların büyük bir oranı (%80) tüketimleri dışında ihtiyaçlarına ve zeytinyağı fiyatının uygunluğuna göre küçük miktarlarda da olsa (25 kg-50 kg gibi) köylerine gelen tüccara satmaktadırlar. Bu durum hem üretim hem de sektör istatistiklerinde yer almamaktadır.

Ülkemizde Avrupa Birliği'nde olduğu gibi Teknoloji Yayma Merkezi Ağı (TDC-Olive /European Network of Technology Dissemination Centers) gibi bir sistem kurulmalıdır. Avrupa Birliği küçük ve orta ölçekteki girişimciler için TDC bilgisayar ağı düzenlenmiştir. Paralelinde de; zeytinyağı ve sofralık zeytin tüketiminin Avrupa Birliği dışındaki ülkelerde tanıtımı üstlenilmiş ayrıca sofralık zeytin yetiştiricisi ve zeytin yağhaneleri için eğitim programı başlatılmıştır. Teknik unsur ve rekabet gelişimine odaklanılmıştır. TDC ağı, fiziksel ve sanal ağ olup bu sektördeki ticari işleri desteklemekle beraber ayrıca araştırma enstitüleri ve onların arasında köprü görevi üstlenmiştir. TDC; düzenlenen eğitim programları ve ilgili konulara ait güncellenen bilgilerin sağlanmasıyla küçük ve orta ölçekteki yatırımcının ihtiyaç duyduğu teknoloji sürecinin hızlandırılması hedeflenmiştir (Anonim, 2008d).

9.2.2. Ekonomik Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Üreticiler ve işletmeler açısından karşılaşılan bir sorun da maliyetlerin yüksekliğidir. Üreticiler üretimde girdi maliyetlerinin yüksekliğini, fiyatların düşüklüğünü dolayısıyla yeterli gelir elde edemediklerini ifade etmişlerdir. Girdi maliyetlerinin yüksekliği sonucu üreticiler yapılması gereken kültürel işlemleri yapamamaktadırlar dolayısıyla istenilen kalitede ve miktarda ürüne ulaşmada zorluklar yaşanmaktadır. Bu durum ürüne bağlı çalışan sanayinin kapasite kullanım oranının düşmesine ve dolayısıyla da bu sektörde yer alan zeytin işleme tesisi vb kuruluşlarda yenileme, modernizasyon gibi yatırımların yapılamamasına neden olmaktadır.

Öncelikle devlet tarafından girdilere verilecek destek miktarı artırılmalıdır. Zeytinyağına verilen prim yanında zeytine de prim verilmelidir. Prim miktarı üretici tarafından önceden bilinmeli ve süreklilik arz etmelidir. İşletmeler açısından ise kaliteli ve standart ürünün uygun fiyatlarda bulunması ve devamlılığı önemli bir sorundur.

Üreticiler açısından özellikle hasat ücretinin yüksekliği önemli bir sorundur. Zeytin bahçelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması hasat ücretini önemli kılmaktadır. Gereken bakım işlemlerini yapamadıkları gibi hasat işlemini de gerçekleştirememekte ve zeytinlerini ağaçta bırakmaktadırlar. Makine ücretlerinin yüksekliği araştırma alanındaki üreticiler tarafından da belirtilmiştir. Makineye yatırım yapmak istemeyen ama aynı zamanda hızlı verimli bir şekilde ürün toplamayı isteyen üreticiler için İspanya'da da uygulanan hasat müteahhitliği sistemi önerilebilir. Bu konuda çalışan firma ile anlaşılan bahçe sahibi hasatla ilgili hiçbir şeye karışmamaktadır. Firma kendi makinesini getirip lojistiğini de kurarak hasadı yapmaktadır. Üreticinin en az bir ayda yapacağı hasat bu sistem sayesinde 20 günde gerçekleştirilebilmektedir.

Bir diğer öneri de hasat makineleri için devletin destek vermesidir. Küçük üreticilere yönelik ortak makine kullanım kooperatifleri gibi örgütlenmeler özendirilmeli ve desteklenmelidir.

Sektörde yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin sorunları kümelenme tipi endüstriyel organizasyonlarla çözümlenebilir. KOBİ'lerin stratejik karar almakla yükümlü bireyleri genelde üst seviyedeki karar vericilerdir. Ülkemizde bu kimseler genelde şirketin sahibi veya nadir de olsa profesyonel yöneticilerdir. KOBİ'lerin üst seviye yöneticilerinin genelde firma iç kaynaklarını kullanarak rekabet üstünlüğü sağlamak konusunda oldukça başarılı oldukları kabul edilebilir. Oysa aynı karar vericilerin firmaların dış imkânlarını kullanarak firmalarına sağlayabilecekleri fırsatlar konusunda oldukça geride oldukları da gözlemlenmektedir. Yapılan analizler, aynı sektörde olan firmaların beraber iş yapma kültürlerinin çok zayıf olduğunu ve bu firmaların aralarında ciddi güven problemi olduğunu ortaya koymaktadır. Firmaların içlerinde bulunduğu sektörün imkanlarını kullanmak için gerekli işbirliği ortamının oluşturulmasında son yıllarda kullanılmaya başlanan ve dünyada hızla kabul gören kümelenme yaklaşımı bu kapsamda KOBİ'lerin rekabet üstünlüklerinin artırılması için yeni ve önemli bir imkan olarak öngörülmektedir. Kümelenme aynı zamanda gerek küçük gerekse büyük firmalar ve bölgeler düzeyinde rekabetçi yapılar oluşturulmasını sağlayan ve çağdaş kavramları içeren bir yaklaşım olması noktasında yerel yönetimleri, kamu otoritelerini, özel kuruluşları, araştırma kurumlarını, sivil toplum kuruluşlarını ve toplumun diğer ilgili kesimlerinde yer alan oyuncularını bir araya getirmektedir. Böylece planlamalar ve

uygulamalar, merkezîyetçilikten çıkıp yerel oyuncuların katılımı ile gerçekleştirilmektedir. Bu süreçte, rekabet gücü yüksek sektör ve/veya sektörlerin seçilip, eksik oyuncuların tamamlanıp, aralarındaki iletişimin sağlanması amaçlanmakta, nihai hedef olarak sektörün uluslar arası rekabetçilik gücünün artırılmasına ve sürekli hale getirilmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Kümelenme yaklaşımı ile kurulan iletişim, alıcı-satıcı ilişkisi, ortak pazarlama, Ar-Ge, eğitim ve kullanım, dernekleşme vs ile güçlü bir sinerji ortaya çıkaran oyuncular işlem maliyetlerini düşürmekte (transaction cost) ve yenilikçiliği (innovation) tetiklemektedirler (Eraslan, 2010).

9.2.3. Pazarlama Sorunu ve Çözüm Önerileri

Ülkemizde zeytinyağı tüketimi diğer AB ülkeleriyle karşılaştırıldığında oldukça düşüktür. Tüketim üretim bölgelerindeki alışkanlık ile sınırlı bir hale gelmiştir. Zeytinyağı kullanma alışkanlığı olmayan tüketiciler fiyat hareketleri karşısında zeytinyağı tüketiminden kolayca vazgeçebilmektedirler. Son yıllarda tüketimin artırılmasına yönelik çalışmalar yapılmasına rağmen tüketimde istenilen artışa henüz ulaşamamıştır.

İç ve dış piyasada tanıtımlar yapılarak tüketim ve ihracat artırılmalıdır. İlkokuldan itibaren öğrenciler arasında kompozisyon yarışmaları düzenlenerek, yılda belli bir haftada (Yerli Malı Haftası gibi) zeytin ve zeytinyağı ilkokuldan itibaren tanıtılmalıdır. Sektörde yer alan işletmeler ve ilgili bakanlık bu konuyu desteklemeli ve özendirmelidir. Hasat şenlikleri artırılarak zeytin ve zeytinyağının sadece yetiştirildiği ve yoğun olarak tüketildiği bölgelerde değil ulusal ve uluslararası basın aracılığıyla tüm yurtda duyurulması, tanıtılması sağlanmalıdır.

Zeytinyağının, zeytini ve yaprağının sağlığa yararları bilimsel olarak ortaya konulmuş durumdadır. Ayrıca doğal gıdalara olan talebin artması, zeytinyağının özellikle kalp ve damar hastalıklarına iyi gelmesi nedeniyle tüketimin teşvik edilmesi, bu hastalıklar için devlet ve bireylerce yapılan sağlık harcamalarının azalmasına yol açacaktır. Yapılacak tanıtımlar ve reklamlar sağlık, doğallık ve anavatanın ülkemiz olduğu vurgulanarak gerçekleştirilmelidir. Ülkemiz zengin zeytincilik ve zeytinyağı kültürünün geleneksel özellikleri terk edilmemeli ve korunmalıdır. Gerek devlet gerekse özel sektör kuruluşları tarafından Türkiye’de zeytin ve zeytinyağına ilişkin arkeolojik araştırmalar desteklenmelidir. Arkeolojik kazıların desteklenmesi konusunda, örneğin Urla’daki Klazomenia’da olduğu gibi, büyük firmaların finansal desteği önem taşımaktadır.

Fransa, İtalya ve İspanya’da Roma döneminden kalma birçok değirmen ve pres kalıntısı elden geçirilerek küçük kasabalarda zeytincilik müzesine başarıyla dönüştürülmekte ve bölgeye turist gelmesi sağlanmaktadır. Avrupa’nın en önemli peynir ve zeytinyağı

firmalarının mevcut tesislerinde ya da ticari himayelerinde daima geleneksel yöntemlerle üretim yapan küçük kuruluşlar vardır ve bunlar aynı zamanda turistlerin ve damak severlerin büyük ilgisini çekmektedir (Ünsal, 2006). Çanakkale Küçükkuşu beldesinde bulunan Adatepe Müzesi Avrupa'daki örneklerine benzer niteliktedir. Bu örnekler artırılmalıdır.

Devlet de zeytin ve zeytinyağının tanıtımına daha fazla kaynak ayırmalıdır. Dış Ticaret Müsteşarlığı bünyesinde oluşturulan Zeytin ve Zeytinyağı Tanıtım Grubunun bütçesi 2007 yılında en fazla 500 bin dolar iken Yunanistan'ın zeytinyağı tanıtımına ayırdığı bütçe 15 milyon euro'dur. (Benmayor, 2007).

Ülkemize her yıl milyonlarca turist gelmektedir. Özellikle uçaklarda ve havaalanlarında yapılacak reklamlar ve küçük hediyelik paketler şeklinde yapılacak tanıtımlar aynı anda yerli yabancı birçok insana ulaşmayı sağlayabilecektir. Bunlara ilaveten turist yoğunluğunun fazla olduğu oteller ve tatil köylerinde zeytin ve zeytinyağına yönelik etkinlikler düzenlenebilir. Devlet bu tarz faaliyetleri yapan işletmelere kolaylıklar sağlayarak işletmeleri teşvik edebilir.

Araştırma alanında ulusal bazda korunan üç adet coğrafi işaret bulunmaktadır. Zeytin çeşidinin coğrafi işaret tescili olarak kendini tanıtmayı; üreticisine daha fazla istihdam sağlaması, ürünü ve ürüne ait yöreyi dünya çapında bilinir hale getirmesi, yöreye ekonomik ve ticari değer kazandırması açısından oldukça önemlidir. AB'de tüketiciler İtalyan Tocano yağları tescil edilmesinden itibaren %20 daha fazla fiyatla satılmaktadırlar. Ancak başta AB olmak üzere uluslar arası alanda ülkemize ait herhangi bir coğrafi işaret bulunmamaktadır. Bu nedenle coğrafi işaretlerin denetimi konusunda üreticiler bu konuda bilinçlendirilmeli, coğrafi işaretlerine sahip çıkmalıdır. Bu konuda denetim mekanizması geliştirilmeli verilecek desteklerde coğrafi işaret unsuru dikkate alınmalıdır.

Avrupa Birliği'nin yeni etiketleme düzenlemeleri 1 Temmuz 2009'da yürürlüğe girdi. AB'de yağların ulusal menşesinin etiketlerde gösterilmesi eskiden isteğe bağlıydı. Ancak belirli kurallara tabiydi. Örneğin İtalyan zeytinyağı deyip %25'e kadar başka yağ ile paçal edilebilmekteydi. 1 Temmuz'dan itibaren ulusal menşelerin gösterilmesi natürel sızma ve natürel birinciler için zorunlu hale getirildi. Paçallar durumunda etiketlerde Topluluk yani AB zeytinyağı ifadesi yer alacaktır. İtalyan-Türk zeytinyağları paçal edildiğinde etikette Topluluk ve Topluluk dışı zeytinyağlarının paçalı yazacaktır. İtalyan piyasasının yabancı yağlara tepkili olması bu ülkeye dökme zeytinyağının ihracatını zorlaştırabilecektir (Güldoğan, 2009). Bu durumda Türk zeytinyağı imajının ivedilikle tüm dünya tüketicilerine tanıtılması gereklidir. Zeytinyağının önden gelen sorunlarından birisi de tağşiştir. Zeytinyağının İspanya ve İtalya'da olduğu gibi başka sıvı yağlarla karışık olarak zeytinyağı adıyla satılması

yasaklanmalıdır. Bu nedenle, piyasa düzenli olarak takip edilerek, tağşişli yağ üretim ve satışı engellenmelidir. Tağşişli yağla ilgili kamu denetimleri artırılarak etkin hale getirilmelidir. Karıştırılıp satılması hem standartlara aykırı hileli bir durumdur hem de ekonomik açıdan haksız rekabete yol açarak piyasa dengelerini bozmaktadır. Bu konuda Zeytin ve Zeytinyağı Tanıtım Komitesi'nin hazırladığı afişler ve Bakanlık, zeytincilikle ilgili Ticaret Odaları ve Ticaret Borsalarının bir araya gelerek “El Ele Zeytinyağında %100 Güvence” sloganıyla başlattıkları tağşişle mücadele programı kapsamında hem haksız rekabet hem de üreticilerin gerçek zeytinyağını tüketmeleri sağlanacaktır. Sektörde sorunların çözümüne yönelik birliktelikler artırılmalı ve desteklenmelidir.

Türkiye, sofralık zeytin üretiminin büyük bir miktarını tüketime yönlendirmekte, işleme tekniğindeki farklılıktan dolayı ihracatta aynı başarıyı gösterememektedir. Hem artacak olan üretim hem de dünyada sofralık zeytinde yeni rakip ülkelerin ortaya çıkması ülkemizi bu konuda sıkıntıya sokabilecektir. Yeni pazarlar bulmanın yanında, var olan pazarlarda istenen ürünlerin üretimine gidilebilir ya da ürün farklılaştırılması yoluyla yeni işleme teknikleri geliştirilebilir.

9.2.4. Teknik Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Ülkemizde üretilen Üretim artırılması, bu doğrultuda fidan üretimine ağırlık verilmesi gerekmektedir. Ancak, üretimde doğru yönlendirme önem taşımaktadır. Mevcut zeytin çeşit ve tipleri belirlenmeli, sertifikalandırılmalı ve genetik haritaları çıkarılmalıdır. Fidanların verilen desteklemenin de etkisiyle %90'ına yakınının Gemlik çeşidi (veya başka bir çeşit) olması, çok çeşitliliğin kaybolmasına ve meydana gelebilecek bir hastalık veya zararlı salgını karşısında zeytinciliğimizin yok olması sorununu ortaya çıkarmaktadır. Fidan üretiminde coğrafi yöre ile özdeşleşmiş çeşitlerin diğer bölgelere dikimi engellenmelidir.

Gübreleme ve ilaçlama yetersiz olup, tekniğine uygun yapılmamaktadır. Analize dayalı gübrelemeyi teşvik edici önlemler alınmalıdır. Zeytinliklerin çok parçalı ve küçük ölçekli olduğu düşünüldüğünde toprak analiz için belirlenen 50 da sınırı daha aşağıya çekmeyi gerektirmektedir. Üretim bölgelerine yakın olan ve üreticilerin yaprak ve toprak analizlerinin kolaylıkla yapılabileceği bölgesel laboratuvarların sayıları artırılmalıdır. İlaçlama konusunda kullanılan ilaçlar organik üretimi engellemeyecek şekilde, doğru zamanda ve miktarda yapılmalıdır. Mevcut Zeytincilik Kanununda da yer alan zeytin zararlıları ile mücadele birliklerinin etkin hale gelmesi için kaynak sağlanmalı, parasal anlamda destek verilmelidir. Zeytinliklerin sulanması konusunda ise; kullanılmayan su kaynaklarından yararlanılmalı, damlama sulama teşvik edilmeli ve desteklenmelidir.

Zeytinyağı işletmelerinde oluşan atık zeytin karasuyu, içerdiği organik kirlilik nedeniyle çevre kirlenmesine yol açmaktadır. Karasu sorununa bir türlü çözüm bulunamamaktadır. Sorunun çözümü için 3 faz çalışan tesislerin 2 faza dönüştürülmesi, 3 faz çalışmaya devam edilerek meydana gelen pirinayı entegre tesisinde işleyip, oluşan karasuyu yeterli kapasitelerde karasu buharlaştırma havuzlarında buharlaştırma ve arıtma tesisinin kurulmasıdır. Arıtma tesisi konusunda ilgili bakanlıklar ve belediyeler yer göstermeli ya da belli noktalarda arıtma tesisi oluşturmalarıdır. Dönüşüm ve tesis maliyeti konusunda sektör desteklenmeli ve destek alınabilecek kurum ve kuruluşlar konusunda bilinçlendirilmelidir.

Kalite kayıplarının önlenmesi için zeytinyağlarımız azot korumalı paslanmaz çelik tanklarda korunmalıdır. Bunun için modern stoklama tesislerine gereksinim vardır. Ülke genelindeki paslanmaz çelik tank kapasitesi düşüktür. Lisanslı Depoculuk faaliyeti hızla hayata geçirilmelidir.

9.2.5. Politika Sorunları ve Çözüm Önerileri

Ülkemizde zeytinciliğe yönelik uzun vadeli politikalar ve uygulamalar bulunmamaktadır. Zeytincilikle ilgili çeşitli politikaların belirlenmesi ve uygulanmasında gerçek durum tam olarak belirlenemediği için kısa ve uzun vadede alınan önlemler genellikle yetersiz kalmaktadır. Ağaç varlığından, üretime, tüketime, stoklardan ihracat rakamlarına kadar birbirini tutmayan rakamlarla karşılaşılmaktadır.

Ülkemiz tarım alanlarının büyük bir bölümünün kadastradan mahrum oluşu, istatistiki veri toplama ile yükümlü teknik elemanları kendi gözlemlerine ve üretici beyanlarına bağlı kılmaktadır. Bu durum verilerin doğruluk oranında önemli ölçüde düşmelere neden olmaktadır. Ulusal tarım ürünlerimiz içerisinde gerek kapladığı alan gerekse ekonomik değer açısından çok önemli yeri olan zeytin tarımının envanteri öncelikli olarak oluşturulmalıdır. Yasalar ile “korunacak özel ürün” statüsüne alınan zeytin varlığımızın özellikle coğrafi olarak bir envanterinin olmaması uluslararası düzeyde önemli yeri olan zeytin ve zeytinyağı politikasının etkili bir şekilde yürütülememesine ve geleceği ile ilgili planların yapılamamasına neden olmaktadır. Çok sık tekrarlanması mümkün olmayan ve pahalı olan arazi çalışmaları ile veri toplama ya da kontrol etme çalışmaları yerine yeryüzünü sürekli gözlemleyen ve ekonomik olarak geniş alanları görüntüleyen uydu görüntüleri kullanılmalıdır. Çalışmaların sonucunda elde edilecek Ulusal veri tabanı ile zeytin ve zeytinyağı politikalarının ulusal ve uluslararası düzeyde yürütülmesinde büyük avantaj sağlayacaktır. Zeytin alanlarının planlanması, zamanında ve sağlıklı rekolte tahminlerin yapılması, tarım politikaları gereği üretilen destek ve teşvik kararlarının uygulanmasında

gerekli olan işlemlerin daha doğru ve hızlı şekilde yapılması sağlanabilecektir (Kurucu, 2006).

Zeytincilik konusunda sektörde henüz ulusal bir bütünlük sağlanabilmiş değildir. Sektörde faaliyet gösteren ilgili kuruluşların ve kurumların temsilcileri birlikte bir güç olarak hareket etme konusunda atılacak adımları atamamaktadırlar. Bu durum hem üreticiler hem de sektör için istenilen bir durum değildir. Anlaşmazlıkların ve sorunların bir an önce çözümlenmesi; kuruluşların asıl amacının ülkemiz zeytinciliğini dünyada ilk sıralara yerleştirmek olduğu hatırlatılmalıdır. Bu amaçla ilgili bakanlıklar tarafından katılımın zorunlu tutulacağı, üreticilerin ve sektörün sorunlarının tespiti ve çözümüne yönelik platformlar oluşturulmalı, toplantılar yapılmalıdır.

Benzer bir durum siyasi iradede de görülmektedir. Meclis Araştırma Komisyonu tarafından ikincisi hazırlanan rapora rağmen, sorunların çözümüne yönelik öneriler uygulamaya geçirilebilmiş değildir. Komisyon raporunda belirtilen hala çözüm bekleyen sorunlar basın yoluyla siyasi iradeye sık sık hatırlatılmalıdır.

Tarım Bakanlığı'nın "2004-2014 Zeytin/Zeytinyağı Projeksiyonu"nda zeytin alanları 660 bin ha'dan 1 milyon ha'a, zeytin ağacı sayısının da 144 milyondan 180 milyona çıkarılması hedeflenmektedir. Verilen desteklerle bu artışın olduğu görülmektedir. Ancak zeytine ayrılan alanların ve çeşit seçiminin doğru yapılması gerekmektedir. Sofralık zeytin üretimi 400 bin tondan 650 bin tona, yağlık zeytin üretimi 800 bin tondan 2,5-3 milyon tona çıkarılması ve sofralık zeytin ve zeytinyağında da ihracatın da beş katına varan artışlar öngörülmektedir. Artan ağaç sayısı ile üretimde artış olabilecektir. Bu artış ihracatta eğer çeşitler doğru seçildiyse, gerekli kültürel işlemler (bakım ve hasat) yapıldıysa ve maliyetler diğer ülkelerle rekabet edebilecek düzeyde ise artışın sağlanabileceği söylenebilir. Ancak ülkemiz zeytinciliğinde uzun yıllardır var olan bu sorunlar çözümlenemediği sürece zeytin ve zeytinyağı ihracatında öngörülen beş katına varan artışların gerçekleşmesi güç görülmektedir.

Ağaç başına verimin de 12 kg'dan 25 kg'a çıkarılacağı Bakanlığın projeksiyonunda öngörülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun zeytin ile ilgili istatistikleri değerlendirildiğinde 2008 yılı için ağaç başına verim sofralık zeytinde 15 kg, yağlık zeytinde ise 13 kg'dır. Öngörülen hedefe kalan üç yıl boyunca ulaşılması güç görünmektedir.

Ayrıca Projeksiyonda kişi başına düşen zeytinyağı tüketiminin de 1 kg'dan 5 kg'a çıkarılacağı düşünülmektedir. Ancak zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği ve halkın gelir seviyesini bu yağın tüketimini üretiminin olduğu bölgeler dışında güçleştirmektedir. Tüm ülkeye zeytinyağının sağlığa faydalarının anlatılması ve tanıtım yoluyla tüketiminin

artırılması gerekir. Bunun yanında AB'deki örnekleri gibi tüketici yardımları ve promosyon faaliyetleri yoluyla tüketim artırılabilir. Araştırma sahasında üreticiler zeytinciliğimizin sorunlarına “iç pazarda tüketimi artıracak çalışmalar yapılmalı, tüketiciler zeytin ve zeytinyağı konusunda bilinçlendirilmeli (%7,0)” önerisini; sektörde faaliyet gösteren işletmeler ise “reklam ve tanıtımlarla zeytin ve zeytinyağı tüketimi artırılmalı (%10)” önerisini getirmişlerdir. Ülkemizde zeytin ve zeytinyağına yönelik tanıtım ve bilinç eksikliği olduğu açıktır. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Tanıtım Komitesi'nin bütçesi artırılmalı ve bu faaliyetler devlet tarafından desteklenmelidir.

Zeytinciliğimiz açısından Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nın hedef belirlemesi ve AB üyelik sürecinde dünya ikinciliğine taşınmayı kararlaştırması önemlidir. Ancak mevcut sorunların çözümüne yönelik faaliyetler tam gerçekleştirilmeden belirlenen hedeflere ulaşmak zor görünmektedir. Üreticiler açısından girdi maliyetlerinin yüksekliği %27,5 ile en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunu pazarlama ve tanıtım eksikliği (%17,6) ve desteklemelerin yetersizliği (%11,5) izlemektedir. Üreticilerin bilinçsizliği de %6,1 ile sorunlar arasında yer almaktadır.

TBMM tarafından Uluslararası Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Anlaşmasına Katılımımızın Uygun Bulunduğuna Dair Kanun 1 Aralık 2009'da kabul edildi. Katılma ilişkin Bakanlar Kurulu Kararı 20 Şubat 2010 tarih ve 27499 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girdi. Böylece Türkiye resmen UZK'ya yeniden üye oldu. Bu durum tanıtım olanaklarından yararlanmamız açısından önemlidir.

Araştırma sahasındaki üreticilerin ortalama yaşı 53'tür ve gençler zeytincilikten uzaklaşmaktadırlar. Gençlere zeytincilik özendirilmeli, AB'de genç çiftçilere verilen destekler, kolaylıklar bizim zeytin üreticisi ya da işletmecisinin çocuklarına ya da bu işe başlamaya gönüllü girişimcilere de verilmelidir. Kooperatiflere ortaklıkta kolaylık sağlanmalı, bilinçlendirme ve eğitim faaliyetleri bu genç çiftçiler aracılığıyla yaygınlaştırılmalıdır.

AB'deki zeytinyağı ile ilgili düzenlemelere sadece Topluluk müktesebatının üstlenilmesi yükümlülüğü kapsamında yaklaşılmalı, bu düzenlemelerle ulusal politikalarımız arasında karşılaştırma yapılmalıdır.

10. KAYNAKLAR

- Anonim, 1997.** Devlet Planlama Teşkilatı, 7. 5 Yıllık Kalkınma Planı Meyvecilik ÖİK, 1997, s.398-399.
- Anonim, 2003.** United Nations, Implications of Globalization for the Development of Agro-Based Industries in Developing Countries of The Escap Region: An Overview, Economic and Social Commission for Asia and the Pasific, UN New York, 2003, s.4
- Anonim, 2006a.** Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, 2005/06 Çalışma Raporu, İzmir, 2006 s. 4.
- Anonim, 2006b.** AB ve Türkiye’de Tarımda Sektörel Analizler, Zeytinyağı TEAE-Bakış, s.42.
- Anonim, 2006c.** Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü (TEAE), Ekonomik Göstergelerle Türkiye’de Tarım 2006, s.39-40-41).
- Anonim, 2008a.** Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Artırılması ve Türkiye’de KOBİler, İstanbul Ticaret Odası, 2008-24, İstanbul.
- Anonim, 2008b.** Ekonomik Göstergelerle Türkiye’de Tarım 2008, T.C. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü, s. 1.
- Anonim, 2008c.** Türkiye Büyük Millet Meclisi Zeytin ve Zeytinyağı İle Diğer Bitkisel Yağların Üretiminde ve Ticaretinde Yaşanan Sorunların Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Raporu, Dönem:23, Yasama Yılı:2, S.Sayısı:296.
- Anonim, 2008d.** European Comission, Community Research, European Research on Traditional Foods, <http://ec.europa.eu/research/rtdinfo>, erişim: 25.10.2008.
- Anonim, 2009.** DPT, 9. Beş Yıllık Kalkınma Planı,2007-2013, Kimya Sanayi ÖİK 706, Sabun, Deterjan, Kozmetik, Boya Çalışma Grubu Raporu, Ankara, 2008, s.158.
- Anonim, 2010a.** TSE, Kanunname-i İhtisab-ı Bursa 1502, 2010.
- Anonim, 2010b.** http://www.kobifinans.com.tr/tr/bilgi_merkezi/02020503/9792, 3.05.2010.
- Anonim, 2010c.** www.kosgeb.gov.tr, Kosgeb Stratejik Plan 2008-2012, s.34,35. 3.05. 2010.
- Anonim, 2010d.** Devlet Planlama Teşkilatı, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı, Gıda Sanayi Özel İhtisas Komisyon Raporu, s. 1-5.
- Anonim, 2010e.** Çanakkale İl Tarım Müdürlüğü, http://www.canakkale-tarim.gov.tr/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=72, 21.05.2010.
- Anonim, 2010f.** Balıkesir İl Tarım Müdürlüğü, <http://www.balikesirtarim.gov.tr/istatistik.pdf>, 21.05.2010
- Anonim, 2010g.** Türkiye İstatistik Kurumu, Tarım İstatistikleri Özeti, Erişim: 30.06.2010.
- Anonim, 2010h.** Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Sanayi Veritabanı, Erişim: 28.07.2010.
- Anonim, 2010ı.** Türkiye İstatistik Kurumu, Bitkisel Üretim İstatistikleri Veritabanı, <http://www.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>, Türkiye İstatistik Kurumu, Bitkisel Üretim İstatistikleri Veri Tabanı, Meyveler (ISIC Rev3 Sınıflamasına göre), 3 08 2010.
- Anonim, 2010i.** Devlet Planlama Teşkilatı, 9. 5 Yıllık Kalkınma Planı 2007-2013, KOBİ Özel İhtisas Komisyon Raporu, E.T: 13.09.2010.
- Anonim, 2010k.** FAO, Dünya Gıda ve Tarım Organizasyonu, www.fao.org, FAOSTAT, Erişim, 25.12.2010.
- Anonim, 2010l.** Overall Data On The Sector. [http://asemesa.org/en/info/overall-data-sector](http://asamesa.org/en/info/overall-data-sector), 28 12 2010, The Association of Exporters and Manufacturers of Table Olives in Spain (ASAMESA). Erişim: 28.12.2010.
- Anonim, 2010m.** www.anlambilim.net. Erişim:29.12.2010.
- Anonim, 2011a.** Report on The Status of the Olive Oil Sector in Greece, www.e-toon.net/en/doc/GreekSectorOverview.pdf, Erişim: 07.01.2011

- Anonim, 2011b.** Marmara Zeytin Tarım Satış Koop. Birliği (Marmarabirlik), <http://www.marmarabirlik.com.tr/tr/duyurular.asp?cmp=f3f27a324736617f20abf2ffd806f6d&id=1214>, E.T: 31.01.2011.
- Anonim, 2011c.** Correspondence Analiz ve Bir Uygulama <http://www.veribaz.com/viewdoc.html?correspondence-analiz-ve-bir---uygulama-439584.html>, 1 Şubat 2011
- Anonim, 2011d.** Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dış Ticaretin Görünümü 2008 <http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&dil=TR&yayinid=1115&icerikid=1224&from=home>, s.24-25. Erişim 4 Şubat 2011.
- Anonim, 2011e.** Türkiye Patent Enstitüsü, <http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=431>, E.T: Mart 2011.
- Anonim, 2011f.** Uluslararası Zeytinyağı Konseyi www.internationaloliveoil.org, Erişim: 17.03.2011.
- Anonim, 2011g.** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Teşkilatlandırma Genel Müdürlüğü, 2010 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu, E.T: 31.03.2011.
- Anonim, 2011h.** www.datamonitor.com, A Datamonitor report, Study on the promotion of consumption of olive oil and olives in the USA and Canada, E.T: 31.03.2011.
- Anonim, 2011i.** Ege İhracatçılar Birliği Kayıtları, E.T: 01.04.2011.
- Anonim, 2011i.** Tarım Bakanlığı, http://www.tarim.gov.tr/Duyurular,haber_Detayli_Gosterim.html?NewsID=1031, 5.04.2011.
- Aksu, B., Dizdaroğlu, T. ve Dönmez, S., 2003.** Sofralık ve Yağlık Zeytinde Üretim Maliyetleri ve Karlılık, Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, 02/03 Ekim 2003, İzmir, s.123-129.
- Arıkbay, C. ve Yıldırım, Ş., 1990.** MPM, “Zeytinin Değerlendirilmesindeki Kayıplar ve Önleme Yolları” Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:40. Ankara, 1990, s.30-32).
- Atabay İ., 2005.** İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi: Zeytinyağı Sektöründe Bir İnceleme, Doktora tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gebze, s.203-210.
- Benmayor, G., 2007.** Yunanistan Zeytinyağını 15 Milyon Euroya, Biz 500 Bin Dolara Tanıtıyoruz, www.hurriyet.com.tr/yazarlar/7806603_p.asp, Erişim: 04.12.2007.
- Boyraz, Z., Güner, B. ve Çitçi, M.D., (2010).** Türkiye'nin Zeytin Ağacı Varlığı ve Zeytin Fidanı Üreticiliğine Bir Örnek Olarak Seyitoba Köyü (Saruhanlı, Manisa), Zeitschrift für die Welt der Türken, Sayı:2, No:2, s.68
- Cansız, M., 2008.** Türkiye’de KOBİ’ler ve KOSGEB, DPT-Uzmanlık Tezleri, Ankara.
- Çetin ve Budak, 2000.** (Bahattin Çetin, Şule Budak, 2000. Türkiye’de Sofralık Zeytin İşleme Sanayinin Ekonomik Yapısı ve Sorunları, s.422 Türkiye I. Zeytincilik Sempozyumu, 6-9 Haziran 2000, Bursa).
- Darlington, R. B., 2011.** Factor Analysis, How Many Cases and Variables? <http://www.psych.cornell.edu/darlington/factor.htm>, Erişim: Şubat 2011
- Doğan, 2007.** Faruk Doğan, 2007, Osmanlı Devleti’nde Zeytinyağı (1800-1920), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İktisat Tarihi Bilim Dalı, Doktora tezi, İstanbul.
- Duman, S., 2003.** Dünya Sofralık Zeytin Üretimi, Dış Ticareti ve Son Dönemdeki Gelişmeler, Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, 2-3 Ekim 2003, İzmir, s.120.
- Durman, M., ve Önder, H., 2007.** Ekonominin Minik Devi Kobiler ve Kosgeb Teşvikleri, Alfa Aktüel Yayınları.

- Ekşi, 2005.** Aziz ekşi ve diğ., Gıda Sanayinde Yapısal Değişimler, Türkiye Ziraat Mühendisliği VI. Teknik Kongresi, 3-7 Ocak 2005 Ankara, 2. Cilt s.1003).
- Eraslan, H., 2010.** Kümelenme Temelli Stratejilerin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) Rekabet Avantajlarının Artırılmasına Yönelik Etkileri, www.iconomy.org, Erişim:27.09.2010
- Eurostat, 2010.** Europe in Figures, Eurostat Yearbook 2010, s.352).
- European Commission, Community Research, European Research on Traditional Foods, s.7.**
- Gökçe, O., ve Tunalıoğlu, R., 2002.** Ege Bölgesinde Optimal Zeytin Yayılış Alanlarının Tespitine Yönelik Bir Araştırma, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Ankara, s.39.
- Güldoğan, E., 2009.** “Avrupa Birliği Zeytinyağında Ayrımcılık Yapıyor”, Zeytin ve Zeytinyağı, Akdeniz Kültürü Dergisi, Yıl:4, Sayı:15, Ağustos-Eylül 2009, s.16.
- İnan, İ.H., 2008.** Türkiye’de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli, İstanbul Ticaret Odası, yayın no:2008-73, İstanbul, s.22-23.
- Kalaycı, Ş., (2009),** SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Editör Doç.Dr. Şeref Kalaycı, Asil Yayın Dağıtım, 4. Baskı, Ankara s.322.
- Kayalar, T., 2009.** AB Pazarında Tehlike Çanları Çalıyor, Gıda Teknolojisi Dergisi, Şubat 2009, Yıl:13, sayı:2.s.38-40).
- Kendirlioğlu, Ö., 2008.** Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi ve Üretici Memnuniyetinin Belirlenmesi: Aydın İli Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, YL tezi, Aydın.
- Korukluoğlu, M., 2006.** Hasattan Tüketime Sofralık Zeytin Teknolojisi ve Sorunları, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, 15-17 Eylül 2006 İzmir, s. 436
- Kurucu, Y., 2006.** “Zeytin Ağaç Varlığının Belirlenmesinde Uzaktan Algılama Tekniği” Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, 15-17 Eylül 2006, İzmir, s.95-107
- Laleli, Y.R., 2006.** “Niçin ve Nasıl Zeytinyağı?”, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, 15-17 Eylül 2006, İzmir, s.28-29.
- Lamprinopoulou, C., Tregear, A., ve Ness, M., 2006.** Agrifood SMEs in Greece: The Role of Collective Action, British Food Journal, Vol.108, No.8, s.665-666.
- Leone, F., 1992.** Small and Medium-Sized Enterprises (SME) In The Italian Olive Oil Sector, Olivae, 1992
- Malhotra, Y., 1993.** Controlling Copright Infringemenets of Intellectual Propert: The Case of Computer Software- Part Two, Journal of Systems Management, 45 87), 12-19.
- Mirze, S. K., 2010,** İşletme, Literatür Yayıncılık, İstanbul, 2010, s.60
- Olgun, A., 1992.** Türkiye’de Zeytinyağı Sektörünün Yapısal Analizi ve İhracat Kapasitesi, Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Eylül 1992, Bornova İzmir, s. 3-4, 93-94, 99.
- Ölken, M., 2009.** Zeytinyağının Eğitimli Tadımcıları, Dünya Gıda Dergisi, Temmuz 2009, Sayı:2009-07, s.29.
- Özışık, S. ve Öztürk, F., (2009).** Dünya’da ve Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Durum Değerlendirmesi; Türkiye’de Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri İle Gelişme Fırsatları ve Gelişmeyi Sınırlayabilecek Faktörler, Tarım 2015 Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu, 29 Mayıs 2009, Yaşar Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Özışık, S., (2010).** Sürekli Yükselen Bir Değer: Zeytin, Dünya Gıda Dergisi, Temmuz 2010, Sayı:2010-07, s.15.
- Özkaya, M.T., Tunalıoğlu, R., Eken, Ş., vd, 2010.** “Türkiye Zeytinciliğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri”, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi 11-15 Ocak 2010, Ankara.

- Öztürk ve ark., 2009. Öztürk, F., Yalçın, M., Dıraman, H. (2009).** “Türkiye Zeytinyağı Ekonomisine Genel Bir Bakış” Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi 2009, 12(2) 35-51.
- Sirkeci, O., 2010.** Avrupa Birliği’nde KOBİ’lere Yeni Açılımlar: Küçük İşletmeler İçin On Emir, Gündem, (www.ekonomikyorumlar.com.tr/dergiler/gundem/Gundem_1_Sayi_524.pdf, 13.09.2010.
- Şahin, M. Y., 2005,** “Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatiflerinde Devlet Yatırım Yardımları ve Kooperatif Ortak İlişkileri”, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, 2005, s.169).
- Tan, M., 2010.** Zeytincilik Umut Vaat Ediyor, Dünya Gıda Dergisi, Temmuz 2010, Sayı:2010-07, s.1
- Tetik, D., 2006.** Sofralık Zeytin Kalitesine Etki Eden Faktörler, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, 15-17 Eylül 2006 İzmir, s. 44).
- Tunalıoğlu, R., 2010.** Türkiye’nin Dökme Zeytinyağı İhracat Tercih Üzerine Düşünceler, Zeytin ve Zeytinyağı Akdeniz Kültürü Dergisi, Yıl:4, Sayı:20, Temmuz-Ağustos 2010, s.39.
- Ünsal, A., 2006.** “Geçmişten Geleceğe Zeytinyağı ve Yaşam”, Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, 15-17 Eylül 2006, İzmir, s.3-7).
- Ünsal, A., 2008.** Ölmez Ağacın Peşinde, Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı, 7. Baskı Yapı Kredi Yayınları, 2008 s. 14,102-103.
- Viesca ve ark., 2005.** (Viesca vd, Situation of European SME’s in olive oil and table olive area. Survey, Grasas y Aceites, vol.56, Fasc.3 (2005), 209-219) www.anlambilim.net/fason-uretim-nedir-21793.htm, 27.01.2011.)

TEŐEKKÜR

Akademik yaşamımda beni destekleyen, örnek aldığım, doktora çalışmamın konu seçiminden itibaren çalışmanın her aşamasında beni yönlendiren Prof.Dr. İ.Hakkı İNAN ve Prof.Dr. Mustafa KARA'ya sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Bilgi ve görüşleri ile bana destek olan danışmanım Yrd.Doç.Dr. Gülen ÖZDEMİR'e teőekkürü bir borç bilirim. Analizler konusunda yardımlarını esirgemeyen Doç.Dr. M.Ömer AZABAĞAOĞLU'na, Yrd.Doç.Dr. Yasemin ORAMAN'a ve Yrd.Doç.Dr. Gökhan UNAKITAN'a; çalışmamda emeği geçen araştırma görevlisi arkadaşlarıma teőekkür ederim.

Anket formlarının yanıtlanmasında bana zaman ayıran zeytin üreticilerine ve işletme sahiplerine; gerekli verilerin toplanmasında tüm emeği geçenlere teőekkür ederim.

Çalışmamın her aşamasında bana destek olan anneme, babama özellikle ablam Zümrüt Başaran ve kardeşim Hakan Başaran'a; Prof.Dr.Tanju YILDÖN'e yanımda oldukları için sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

ÖZGEÇMİŞ

1976 yılında İstanbul'da doğdu. İlkokulu Silivri Turgut Reis İlkokulu'nda, orta ve lise öğrenimini Silivri Lisesi'nde tamamladı. 1996 yılında Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Meslek Yüksekokulu Kooperatifçilik Programı'ndan, 1999 yılında Trakya Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü'nden Ziraat Mühendisi ünvanı ile mezun oldu. 2000 yılında Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilimdalı'nda Yüksek Lisans öğrenimine başladı. 2001 yılında Trakya Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak göreve başladı. "Uluslararası Çalışma Örgütü'nün Yeni Kooperatif Standartları ve Ülkemiz Kooperatiflerinin Uyumu: Trakya Bölgesi Tarım Kooperatifleri Örneği" isimli Yüksek lisans tezini 2003 yılında tamamladı. 2005 yılında aynı bölümde doktora öğrenimine başladı. Halen Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

EK 1

2009/2010 Ham Zeytin ve Zeytinyağı Üretim Maliyeti (TL)	
Unsurlar	Toplam (TL/da) (çekigücü+işgücü+materyal)
Budama ve artıklarının toplanması	3,0
Sürüm (pulluk)	10,8
Diskaro çekme	0,0
Ara çapa (kültivatör, kaz ayağı vb.)	3,90
Dip çapa ve temizliği	5,94
Gübreleme	5,94
İlaçlama	0,14
Hasat ve nakliye	53,33
a. Bakım masrafları toplamı	83,06
b. Diğer masraflar (koruma vb.)	1,66
c. Genel idare masrafları (a x %3)	2,49
d. Sermayenin faizi* ((a+b+c) x TEFE/3)	2,35
e. Yan ürün net geliri**	4,15
A- İŞLETME MASRAFLARI TOPLAMI (bu yıl), (a+b+c+d-e)	85,41
B- Önceki yıl işletme masrafları toplamı	132,70
C- Önceki yıl işletme masraflarının bu yılki değeri, ((B+(B xTEFE))	143,44
D- ORTALAMA İŞLETME MASRAFLARI, (A+C) / 2	114,43
a. Çıplak arazi değerinin %5 faiz karşılığı	100,0
b. Arazi vergisi, (Arazi Değeri x %0,1)	2,0
E- ARAZİ KİRASI (a+b)	102,0
F- TESİSİN YILLIK AMORTİSMAN PAYI	30,0
G- ORTALAMA ÜRETİM MASRAFLARI, (D+E+F)	246,43
Ortalama Verim	
a. Dane verimi-bu yıl, (Kg/da)	168,27
b. Dane verimi-önceki yıl, (Kg/da)	187,34
H. ORTALAMA DANE VERİMİ (Kg/da), (a+b) / 2	177,80
J - ORT. HAM DANE KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (G/H)	1,39
ORT. HAM DANE KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (G-E)/H (Arazi kirası hariç)	0,81
Zeytinyağı Üretim Maliyeti	
K- BU YIL HAM DANE ÜRETİM MASRAFLARI (Dane verimi-bu yıl x J)	233,21
Zeytinyağına İşleme Masrafları	
a. Dane ve yağ nakli vd.	0,15
b. Zeytinin yağa işleme masrafı	10,10
c. Sermayenin faizi, ((a+b) x (TEFE/12))	0,07
L- ZEYTİNYAĞINA İŞLEME MASRAFLARI, (a+b+c)	10,32
M- ZEYTİNYAĞI ÜRETİM MASRAFLARI (TL/da), (K+L)	243,53
N-ZEYTİNYAĞI VERİMİ (Kg/da)	34,30
P- ZEYTİNYAĞI KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (M/N)	7,10
ZEYTİNYAĞI KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (Arazi Kirası hariç)	4,29
Masraf-Gelir Tablosu	
Zeytinyağı Geliri	
a. Zeytinyağı verimi (Kg/da), (=N)	34,30
b. Zeytinyağı ort. satış fiyatı, (TL/Kg)	5,0
R- BRÜT GELİR (TL/da), (a x b)	171,50
S- ÜRETİM MASRAFLARI (TL/da), (=M)	243,53
T- NET GELİR (TL/da), (R-S)	-72,03
V- NET KARLILIK ORANI %, (T/ S x 100)	-29,58
NET KARLILIK ORANI %, (Arazi Kirası hariç)	16,67
Not: 17 ağaç/da, kır, kır-taban arazi ve kuru şartlarda	
Verilerin, belli bir arazinin kıymet takdirinde doğrudan kullanılması bilimsel açıdan uygun değildir.	

2009/2010 Sofralık Ham Zeytin Üretim Maliyeti (TL)	
UNSURLAR	TOPLAM (TL/da) (çekigücü+işgücü+materyal)
Budama ve artıklarının toplanması	27,00
Sürüm (pulluk)	51,24
Diskaro çekme	6,48
Ara çapa (kültivatör, kaz ayağı vb.)	33,12
Dip çapa ve temizliği	16,74
Gübreleme	50,38
Sulama	32,53
İlaçlama	40,43
Hasat ve nakliye	93,57
Boylama	2,19
a. Bakım masrafları toplamı	371,90
b. Diğer masraflar (koruma vb.)	7,44
c. Genel idare masrafları (a x %3)	11,16
d. Sermayenin faizi* ((a+b+c) x TEFE/2)	15,82
e. Yan ürün net geliri**	18,60
A- İŞLETME MASRAFLARI TOPLAMI (bu yıl), (a+b+c+d-e)	387,72
B- Önceki yıl işletme masrafları toplamı	275,00
C- Önceki yıl işletme masraflarının bu yılki değeri, (B+(B x TEFE))	294,25
D- ORTALAMA İŞLETME MASRAFLARI, (A+C) / 2	342,50
a. Çıplak arazi değerinin %5 faiz karşılığı	125,00
b. Arazi vergisi, (Arazi Değeri x %0,1)	2,50
E- ARAZİ KİRASASI (a+b)	127,50
F- TESİSİN YILLIK AMORTİSMAN PAYI	60,00
G- ORTALAMA ÜRETİM MASRAFLARI, (D+E+F)	530,00
Ortalama Verim	
a. Dane verimi-bu yıl, (Kg/da)	323,00
b. Dane verimi-önceki yıl, (Kg/da)	446,00
H. ORTALAMA DANE VERİMİ (Kg/da), (a+b) / 2	384,50
J - ORT. HAM DANE KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (G/H)	1,40
ORT. HAM DANE KG ÜRETİM MALİYETİ (TL/kg), (G-E)/H (Arazi kirası hariç)	1,06
Ham Dane Üretim Masrafları	
K- BU YIL HAM DANE ÜRETİM MASRAFLARI (Dane verimi-bu yıl x J)	436
Masraf-Gelir Tablosu	
a. Ham dane verimi (Kg/da)	323,0
b. Ortalama satış fiyatı, (TL/Kg)	1,700
L- BRÜT GELİR (TL/da), (a x b)	549
M- ÜRETİM MASRAFLARI (TL/da), (=K)	434
N- NET GELİR (TL/da), (L - M)	115
P- NET KARLILIK ORANI %, (N/M x 100)	26,5
NET KARLILIK ORANI %, (Arazi Kirası hariç)	64,8

(**) Budama artığı ve/veya yağlık satışından elde edilen net gelir.

Not: 20 ağaç/da, kır-taban ve taban arazi, sulanabilir şartlarda

Verilerin, belli bir arazinin kıymet takdirinde doğrudan kullanılması bilimsel açıdan uygun değildir.

ZEYTİN BAHÇESİ TESİS MALİYETİ (TL) 2009/2010		(TL/da)	(TL/da)
İşlemler	1. YIL	2-8. YIL	
Sürüm	40,0	280,0	
Diskaro	30,0	210,0	
Yer işaretleme	25,0	X	
Çukur açma	40,0	X	
Dikim ve fidan*	114,0	X	
Harç ve herek bağ.	40,0	X	
Can suyu ve sulama	120,0	840,0	
Dip çapalama	20,0	140,0	
Budama	X	140,0	
Gübre ve gübreleme	30,0	117,0	
İlaç ve ilaçlama	X	210,0	
Bekçi ücreti	2,5	17,5	
ara toplam	461,5	1.954,5	
Çeşitli mas. (%5) (ara toplamın)	23,0	97,7	
A-İŞLETME MAS. TOP	484,5	2.052,2	
1. Çıplak arazi değerinin faiz karşılığı (Vx%5)	75,0		
2. Arazi vergisi (Vx %0,1)	1,5		
3. Sermayenin faiz karşılığı (Ax%10)	48,4		
4. Yönetim mas. (Ax%3)	14,5		
B-ORTAK MAS. TOP. (1+..+4)	139,4		
C-TOPLAM TESİS MASRAFLARI (A+B), (TL/da)	623,9		
Yıllık amortisman payı TL/Yıl (*)			
<p>Not : Tesis dönemi çeşide ve ekolojiye bağlı olarak 6-8 yıl olmakla birlikte genelde 8 yıl alınmaktadır. Bu yüzden tesis süresi 8 yıl olarak kabul edilmektedir.</p> <p>*Dikim mesafesi 6*6 olarak düşünülmüş ve dekara 28 fidan hesaplanmıştır.</p> <p>(**) Ekonomik ömür ise 100 yıldır. Yıllık amortisman payının hesaplanmasında bugünkü fiyatlarla tesis döneminde (8 yıl) yapılan masraflar toplamının ekonomik ömre bölünmesi yolu en çok kullanılan yaklaşımdır.</p>			

Kaynak: Bornova Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, 2011.

EK 2.**Üreticilere ve İşletmelere Uygulanan Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları****Üreticiler Açısından Zeytinciliğimiz Sorunlarına Yönelik Varyans Analizi****Çoklu Karşılaştırmalar****LSD**

Bağımlı Değişken	(I) İl	(J) İl	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
sorun3	Balıkesir	Bursa	-.24229	.15422	.117	-.5460	.0614
		Çanak.	-.44723*	.15851	.005	-.7594	-.1351
	Bursa	B.esir	.24229	.15422	.117	-.0614	.5460
		Çanak.	-.20494	.15973	.201	-.5195	.1096
	Çanakk.	B.esir	.44723*	.15851	.005	.1351	.7594
Bursa	Bursa	.20494	.15973	.201	-.1096	.5195	
sorun9	Balıkesir	Bursa	-.32867*	.14356	.023	-.6114	-.0460
		Çanak.	-.38670*	.14756	.009	-.6773	-.0961
	Bursa	B.esir	.32867*	.14356	.023	.0460	.6114
		Çanak.	-.05802	.14870	.697	-.3508	.2348
	Çanakk.	B.esir	.38670*	.14756	.009	.0961	.6773
Bursa	Bursa	.05802	.14870	.697	-.2348	.3508	
sorun18	Balıkesir	Bursa	-.78172*	.12397	.000	-1.0258	-.5376
		Çanak.	-.53604*	.12742	.000	-.7869	-.2851
	Bursa	B.esir	.78172*	.12397	.000	.5376	1.0258
		Çanak.	.24568	.12840	.057	-.0072	.4985
	Çanakk.	B.esir	.53604*	.12742	.000	.2851	.7869
Bursa	Bursa	-.24568	.12840	.057	-.4985	.0072	
sorun19	Balıkesir	Bursa	-.51927*	.13090	.000	-.7770	-.2615
		Çanak.	-.40303*	.13416	.003	-.6672	-.1388
	Bursa	B.esir	.51927*	.13090	.000	.2615	.7770
		Çanak.	.11624	.13556	.392	-.1507	.3832
	Çanakk.	B.esir	.40303*	.13416	.003	.1388	.6672
Bursa	Bursa	-.11624	.13556	.392	-.3832	.1507	
sorun20	Balıkesir	Bursa	-.25986*	.11794	.028	-.4921	-.0276
		Çanak.	-.35245*	.12123	.004	-.5912	-.1137
	Bursa	B.esir	.25986*	.11794	.028	.0276	.4921
		Çanak.	-.09259	.12217	.449	-.3331	.1480
	Çanakk.	B.esir	.35245*	.12123	.004	.1137	.5912
Bursa	Bursa	.09259	.12217	.449	-.1480	.3331	
sorun22	Balıkesir	Bursa	-.50700*	.14458	.001	-.7917	-.2223
		Çanak.	-.76503*	.14858	.000	-1.0576	-.4725
	Bursa	B.esir	.50700*	.14458	.001	.2223	.7917
		Çanak.	-.25802	.14935	.085	-.5521	.0361
	Çanakk.	B.esir	.76503*	.14858	.000	.4725	1.0576
Bursa	Bursa	.25802	.14935	.085	-.0361	.5521	

*Anlam farkı 0.05 önem seviyesindedir.

Çoklu Karşılaştırmalar

Tamhane

Bağımlı Değişken	(I) İl	(J) İl	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
sorun1	Balıkesir	Bursa	.21398	.11211	.164	-.0562	.4842
		Çanakk.	-.17244	.13124	.470	-.4892	.1443
	Bursa	B.esir	-.21398	.11211	.164	-.4842	.0562
		Çanakk.	-.38642*	.12987	.010	-.7000	-.0729
	Çanakkale	B.esir	.17244	.13124	.470	-.1443	.4892
Bursa	Bursa	.38642*	.12987	.010	.0729	.7000	
sorun2	Balıkesir	Bursa	.33692*	.10922	.007	.0737	.6002
		Çanakk.	.01593	.13149	.999	-.3014	.3333
	Bursa	B.esir	-.33692*	.10922	.007	-.6002	-.0737
		Çanakk.	-.32099*	.12676	.037	-.6272	-.0148
	Çanakkale	B.esir	-.01593	.13149	.999	-.3333	.3014
Bursa	Bursa	.32099*	.12676	.037	.0148	.6272	
sorun4	Balıkesir	Bursa	.14982	.12088	.520	-.1415	.4411
		Çanakk.	-.17364	.12894	.448	-.4846	.1373
	Bursa	B.esir	-.14982	.12088	.520	-.4411	.1415
		Çanakk.	-.32346*	.12644	.034	-.6285	-.0184
	Çanakkale	B.esir	.17364	.12894	.448	-.1373	.4846
Bursa	Bursa	.32346*	.12644	.034	.0184	.6285	
sorun5	Balıkesir	Bursa	-.06774	.11870	.920	-.3538	.2183
		Çanakk.	-.42453*	.13103	.004	-.7406	-.1085
	Bursa	B.esir	.06774	.11870	.920	-.2183	.3538
		Çanakk.	-.35679*	.12684	.016	-.6629	-.0507
	Çanakkale	B.esir	.42453*	.13103	.004	.1085	.7406
Bursa	Bursa	.35679*	.12684	.016	.0507	.6629	
sorun6	Balıkesir	Bursa	-.38387*	.12563	.008	-.6868	-.0810
		Çanakk.	-.71844*	.14498	.000	-1.0687	-.3682
	Bursa	B.esir	.38387*	.12563	.008	.0810	.6868
		Çanakk.	-.33457	.15407	.091	-.7064	.0373
	Çanakkale	B.esir	.71844*	.14498	.000	.3682	1.0687
Bursa	Bursa	.33457	.15407	.091	-.0373	.7064	
sorun10	Balıkesir	Bursa	-1.90072*	.15479	.000	-2.2744	-1.5270
		Çanakk.	-1.05257*	.15263	.000	-1.4214	-.6837
	Bursa	B.esir	1.90072*	.15479	.000	1.5270	2.2744
		Çanakk.	.84815*	.18232	.000	.4084	1.2879
	Çanakkale	B.esir	1.05257*	.15263	.000	.6837	1.4214
Bursa	Bursa	-.84815*	.18232	.000	-1.2879	-.4084	
sorun11	Balıkesir	Bursa	.23584	.11346	.113	-.0376	.5093
		Çanakk.	-.13700	.12628	.626	-.4416	.1676
	Bursa	B.esir	-.23584	.11346	.113	-.5093	.0376
		Çanakk.	-.37284*	.11923	.006	-.6606	-.0851
	Çanakkale	B.esir	.13700	.12628	.626	-.1676	.4416
Bursa	Bursa	.37284*	.11923	.006	.0851	.6606	
sorun17	Balıkesir	Bursa	-.53656*	.13532	.000	-.8627	-.2104
		Çanakk.	-.16249	.11333	.394	-.4361	.1111
	Bursa	B.esir	.53656*	.13532	.000	.2104	.8627

		Çanakk.	.37407*	.11285	.003	.1015	.6466
		ÇanakkaleB.esir	.16249	.11333	.394	-.1111	.4361
		Bursa	-.37407*	.11285	.003	-.6466	-.1015
sorun21	Balıkesir	Bursa	-.51219*	.11020	.000	-.7778	-.2466
		Çanakk.	-.16527	.09176	.205	-.3868	.0563
	Bursa	B.esir	.51219*	.11020	.000	.2466	.7778
		Çanakk.	.34691*	.09224	.001	.1241	.5697
sorun24	Balıkesir	Bursa	-.50024*	.11464	.000	-.7766	-.2239
		Çanakk.	-.14962	.10422	.392	-.4009	.1017
	Bursa	B.esir	.50024*	.11464	.000	.2239	.7766
		Çanakk.	.35062*	.10873	.005	.0883	.6129
sorun25	Balıkesir	Bursa	-.85169*	.09609	.000	-1.0837	-.6196
		Çanakk.	-.08749	.06189	.406	-.2368	.0618
	Bursa	B.esir	.85169*	.09609	.000	.6196	1.0837
		Çanakk.	.76420*	.08941	.000	.5477	.9807
Çanakkale	B.esir	.08749	.06189	.406	-.0618	.2368	
	Bursa	-.76420*	.08941	.000	-.9807	-.5477	

* Anlam farkı 0.05 önem seviyesindedir.

İşletmeler Açısından Zeytin ve Zeytinyağı İhracatının Önündeki Temel Kısıtlamalar

Çoklu Karşılaştırmalar

LSD

Bağımlı Değişken	(I) faaliyet bölgesi	(J) faaliyet bölgesi	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
kısıt7	Balıkesir	Bursa	-.17525	.31841	.584	-.8106	.4601
		Çanak.	1.02083*	.48851	.040	.0460	1.9956
	Bursa	B.esir	.17525	.31841	.584	-.4601	.8106
		Çanak.	1.19608*	.53572	.029	.1271	2.2651
	Çanakkale	B.esir	-1.02083*	.48851	.040	-1.9956	-.0460
		Bursa	-1.19608*	.53572	.029	-2.2651	-.1271
kısıt13	Balıkesir	Bursa	.66667*	.30613	.033	.0558	1.2775
		Çanak.	.00000	.46967	1.000	-.9372	.9372
	Bursa	B.esir	-.66667*	.30613	.033	-1.2775	-.0558
		Çanak.	-.66667	.51506	.200	-1.6944	.3611
	Çanakkale	B.esir	.00000	.46967	1.000	-.9372	.9372
		Bursa	.66667	.51506	.200	-.3611	1.6944
kısıt14	Balıkesir	Bursa	.55882	.34187	.107	-.1234	1.2410
		Çanak.	-.66667	.52451	.208	-1.7133	.3800
	Bursa	B.esir	-.55882	.34187	.107	-1.2410	.1234
		Çanak.	-1.22549*	.57520	.037	-2.3733	-.0777
	Çanakkale	B.esir	.66667	.52451	.208	-.3800	1.7133
		Bursa	1.22549*	.57520	.037	.0777	2.3733

* Anlam farkı 0.05 önem seviyesindedir.

Zeytin ve Zeytinyağında Yaşanan Sorunlar

Çoklu Karşılaştırmalar

LSD

Bağımlı Değişken	(I) faaliyet bölgesi	(J) faaliyet bölgesi	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
sorun2	Balıkesir	Bursa	-.54920	.28081	.055	-1.1099	.0115
		Çanak.	-.52837	.42059	.213	-1.3681	.3114
	Bursa	B.esir	.54920	.28081	.055	-.0115	1.1099
		Çanak.	.02083	.46444	.964	-.9064	.9481
Çanakkale	B.esir	.52837	.42059	.213	-.3114	1.3681	
	Bursa	-.02083	.46444	.964	-.9481	.9064	
Sorun17	Balıkesir	Bursa	.47917	.27085	.081	-.0614	1.0198
		Çanak.	.72917	.40627	.077	-.0817	1.5401
	Bursa	B.esir	-.47917	.27085	.081	-1.0198	.0614
		Çanak.	.25000	.44915	.580	-.6465	1.1465
Çanakkale	B.esir	-.72917	.40627	.077	-1.5401	.0817	
	Bursa	-.25000	.44915	.580	-1.1465	.6465	
Sorun25	Balıkesir	Bursa	-.77083*	.28827	.009	-1.3462	-.1954
		Çanak.	-.18750	.43241	.666	-1.0506	.6756
	Bursa	B.esir	.77083*	.28827	.009	.1954	1.3462
		Çanak.	.58333	.47804	.227	-.3708	1.5375
Çanakkale	B.esir	.18750	.43241	.666	-.6756	1.0506	
	Bursa	-.58333	.47804	.227	-1.5375	.3708	

* Anlam farkı 0.05 önem seviyesindedir.

Çoklu Karşılaştırmalar

Tamhane

Bağımlı Değişken	(I) faaliyet bölgesi	(J) faaliyet bölgesi	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
sorun4	Balıkesir	Bursa	-.75000*	.22410	.005	-1.3046	-.1954
		Çanak	-.12500	.70209	.998	-2.4864	2.2364
	Bursa	B.esir	.75000*	.22410	.005	.1954	1.3046
		Çanak	.62500	.70045	.794	-1.7399	2.9899
Çanakkale	B.esir	.12500	.70209	.998	-2.2364	2.4864	
	Bursa	-.62500	.70045	.794	-2.9899	1.7399	
sorun6	Balıkesir	Bursa	1.12500*	.28030	.001	.4284	1.8216
		Çanak	-.87500	.69778	.591	-3.1803	1.4303
	Bursa	B.esir	-1.12500*	.28030	.001	-1.8216	-.4284
		Çanak	-2.00000	.70119	.086	-4.3022	.3022
Çanakkale	B.esir	.87500	.69778	.591	-1.4303	3.1803	
	Bursa	2.00000	.70119	.086	-.3022	4.3022	
Sorun24	Balıkesir	Bursa	-.95833*	.20160	.000	-1.4565	-.4602
		Çanak	-1.47917	.68308	.215	-3.7874	.8291
	Bursa	B.esir	.95833*	.20160	.000	.4602	1.4565
		Çanak	-.52083	.68039	.856	-2.8347	1.7930
Çanakkale	B.esir	1.47917	.68308	.215	-.8291	3.7874	
	Bursa	.52083	.68039	.856	-1.7930	2.8347	

Çoklu Karşılaştırmalar

Tamhane

Bağımlı Değişken	(I) faaliyet bölgesi	(J) faaliyet bölgesi	Ortalamaların Farkı (I-J)	Std. Hata	Önem.	95% Güven Aralığı	
						Alt Sınır	Üst Sınır
sorun4	Balıkesir	Bursa	-.75000*	.22410	.005	-1.3046	-.1954
		Çanak	-.12500	.70209	.998	-2.4864	2.2364
	Bursa	B.esir	.75000*	.22410	.005	.1954	1.3046
		Çanak	.62500	.70045	.794	-1.7399	2.9899
	Çanakkale	B.esir	.12500	.70209	.998	-2.2364	2.4864
		Bursa	-.62500	.70045	.794	-2.9899	1.7399
sorun6	Balıkesir	Bursa	1.12500*	.28030	.001	.4284	1.8216
		Çanak	-.87500	.69778	.591	-3.1803	1.4303
	Bursa	B.esir	-1.12500*	.28030	.001	-1.8216	-.4284
		Çanak	-2.00000	.70119	.086	-4.3022	.3022
	Çanakkale	B.esir	.87500	.69778	.591	-1.4303	3.1803
		Bursa	2.00000	.70119	.086	-.3022	4.3022
Sorun24	Balıkesir	Bursa	-.95833*	.20160	.000	-1.4565	-.4602
		Çanak	-1.47917	.68308	.215	-3.7874	.8291
	Bursa	B.esir	.95833*	.20160	.000	.4602	1.4565
		Çanak	-.52083	.68039	.856	-2.8347	1.7930
	Çanakkale	B.esir	1.47917	.68308	.215	-.8291	3.7874
		Bursa	.52083	.68039	.856	-1.7930	2.8347

* Anlam farkı 0.05 önem seviyesindedir.

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI ÜRETİCİLERİNE YÖNELİK ANKET FORMU
İşletme ve İşletmeci ile İlgili Genel Bilgiler

1. İli: Yaşı:
İlçesi: Mesleği:
Köyü: Öğrenim durumu:
Ailedeki fert sayısı:

3. İşletmenizde yetiştirilen ürünler nelerdir?
Ürün da
.....
.....

3. Aşağıdakilerden hangisi /hangiler üretici örgütüne üyesiniz?
() Ziraat odası () Üretici birliği () Marmara birlik () Tarış () Tarım Kredi Koop.
() Tarım Satış koop. () Tarımsal Kalkınma () Sulama () Diğer () Hiçbiri

4. Kooperatif ortağı iseniz kooperatif ortaklığından memnun musunuz?
() Evet () Hayır
Evet ise nedenleri.....
Hayır ise nedenleri.....

5. Zeytincilik dışında bir geliriniz var mı?
() Evet () Hayır Evet ise gelirinizin kaynağı nedir?.....

6. Toplam yıllık geliriniz içinde zeytincilikten elde ettiğiniz gelirin payı ne kadardır?
() %10'un altında () %11-25 arası () %25-50 arası () %51 e üzeri

Zeytin/zeytinyağı üretimi ile ilgili sorular

7. Kaç yıldır zeytincilik yapıyorsunuz?.....

8. Hangi tip zeytin üretiyorsunuz?

a) Sofralık b) Yağlık c) Her ikisinde

9. Zeytini ne amaçla üretiyorsunuz?

a) Yağlık iç Pazar b) Yağlık dış Pazar c) Yağlık kendi üretimim için
d) Sofralık iç Pazar e) Sofralık dış Pazar f) Kozmetik sektörü

10. Zeytincilik yapmanızda aşağıdaki faktörler ne derece etkilidir? Her bir soru için ilgili seçeneği belirtiniz
1= kesinlikle katılıyorum 2= katılıyorum 3= fikrim yok 4= katılmıyorum 5= kesinlikle katılmıyorum

Aileden gelen bir iş alanı olması	1	2	3	4	5
Yaşadığım yerin iklimine ve toprak yapısına en uygun iş alanı olması	1	2	3	4	5
Zevk aldığım (hoşlandığım) bir iş alanı olması	1	2	3	4	5
Yöredeki üretim deseni	1	2	3	4	5
Pazarlama olanaklarının olması	1	2	3	4	5
Zeytin üretim tekniğini çok iyi biliyorum	1	2	3	4	5
zeytin üretiminden iyi para kazanıyorum	1	2	3	4	5
Kendimin ve akrabalarımın ihtiyacını karşılamak	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5

11. İşletmede Zeytin Üretim Durumu

Zeytin alanı:

Parsel sayısı:

Ağaç sayısı:

Ağaç yaşı:

Mülkiyet Durumu:

Arazi yapısı

Sulanma durumu:

Ağaç Türü: Ortalama verim:

12. Sofralık Zeytin Üretimi Ve Üretim Değerlendirilmesi

Dane zeytin Miktarı:

Üretilen Sofralık zeytin miktarı:

Aile tüketimine ayrılan:

13. Sofralık zeytinlerinizi ne şekilde değerlendiriyorsunuz?

() Salamura zeytin ()Sele zeytini () Çizik zeytin ()Diğer.....

14. Zeytinyağı Üretimi ve Değerlendirilmesi

Elde edilen zeytinyağı :

Aile tüketimine ayrılan:

15.Zeytin / zeytinyağı nasıl muhafaza edilmelidir?

16.Zeytin hasadında kullandığınız yöntemleri ve nedenlerini açıklayınız?

Elle hasat yapıyorum.Çünkü.....

Makine ile hasat yapıyorum.Çünkü.....

Sırlıkla hasat yapıyorum.Çünkü.....

17.Üretim, hasat, zararlarla mücadele ve muhafaza konularında eğitim faaliyetleri yapılıyor mu?

()Evet (yapan kurum/firma) ()Hayır

Pazarlama ile ilgili sorular

18. Hangi tür zeytinyağını elde etmeyi tercih ediyor ve ona göre hasat ve taşıma işlemlerinizi gerçekleştiriyorsunuz?

() Organik zeytinyağı () Natürel sızma ()Sızma ()Riviera ()Diğer...

()gemlik zeytini (sofralık)

19. Hasat sonrasında yağınızı hemen satıyor musunuz? () Evet ()Hayır () ihtiyaca göre

20. Kendi ihtiyacınız için toplam üretiminizin % kaçını kendinize ayırıyorsunuz?

a)%5-10 b)%10-20 c)20-30 d)%30-40 e)Tamamını f)Üretim tamamını satıyorum

g) Diğer....%1-%5

21. Elde ettiğiniz gelir sizi tatmin etti mi?

()Çok tatmin etti ()Tatmin etti ()Biraz tatmin etti ()Hiç tatmin etmedi ()Tatmin etmedi

22.Zeytininizi ve zeytinyağınızı genelde nereye pazarlıyorsunuz?

()Kooperatife ()Kendim pazarlıyorum (sıkıtırıp) ()Tüccara ()Fabrikaya veriyorum ()Diğer.....

23.Zeytininizi/zeytinyağınızı satış şeklini aşağıdaki seçeneklere göre belirtiniz.

a)Peşin satıyorum. B)Yarısı peşin yarısı vadeli. C)Tamamını vadeli satıyorum d)Vade süresi çok uzun.

24.Devlet tarafından verilen destekler yeterli midir?

()Evet ()Hayır ()Kısmen

25.Değilse ne gibi desteklere ihtiyaç olduğunu düşünüyorsunuz?

26.Yörenizde coğrafi işaretlere almış zeytin / zeytinyağı var mı?

()Evet ()Hayır

27. Maden aramak ve maden ocağı açmak için/ yazlık konutlar için zeytinliklerin ortadan kaldırılmasını nasıl yorumluyorsunuz?

28.Zeytin üretimi ile ilgili aşağıda ki faktörler ne derece etkilidir?

1) kesinlikle katılıyorum 2) katılıyorum 3) fikrim yok 4) katılmıyorum 5) kesinlikle katılmıyorum

zeytin üretiminden iyi para kazanıyorum					
zeytin üreticiliği işçilik gerektiriyor					
zeytin üretim tekniğini çok iyi biliyorum					
zeytin üretiminde elle hasattan yanayım					
zeytin üretiminde makineli hasattan yanayım					
zeytinin yok yılında gelirim çok azalıyor					
TARİŞ/ Marmarabirlik' ten çok memnunum					
Alet ekipmanlarım zeytin için yeterli					
Zeytinyağı ithalatından olumsuz etkileniyorum					
Daha fazla tarımsal bilgi üretimimi artırır					

29. Zeytinden zeytinyağı dışında nasıl yararlanılabilir? Öncelik sırasına göre belirtiniz
()Prına yağı ()Sabun sanayine katkı ()Yaprakları çay olarak kullanılabilir. ()Kırsal turizm

30.Zeytincilik konusunda ilk aklımıza gelen sorun nedir?

31.Zeytinciliğimizin Sorunlarına ne derece katıldığınızı belirtiniz

1) kesinlikle katılıyorum 2) katılıyorum 3) fikrim yok 4) katılmıyorum 5) kesinlikle katılmıyorum

Zeytin çeşitlerinin farklı ekolojilerdeki sorunlarının bilinmemesi, var olan çeşitlerin ıslah çalışmalarında kullanılmaması					
Zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği					
Zeytincilikle ilgili kanunun uygulanmaması sonucu zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi					
Zeytin bahçesinin terszinde teknik konulara(çeşit seçimi, sulama, drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemesi					
Sofralık zeytin işletmelerinin genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşması,					
Teknik ve hijyenik yetersizlik, kayıt dışılık (Merdiven altı üretim ve izinsiz çalışan firmalar)					
İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitliliğin ve üretimin olmaması					
Zeytine destek verilmemesi, zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması					
Zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması, meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyon uygulanamamaktadır					
Hasatta genellikle sırım kullanılmaktadır					
İşçilik maliyetleri yüksektir					
Zeytinlikte ilaçlama yetersiz ve/veya tekniğine uygun yapılmaması					
Zeytin ve zeytinyağı üretiminin tam anlamıyla kayıt altına alınamaması					
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği					
Kontrol ve denetimlerin yetersizliği					
Kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması					
Zeytinyağında tüketim artırılmamaktadır					
Karasuyun çözüme kavuşturulamaması					
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin biçimde çalışmaması					
Budama yetersizliğinden ve biçimsiz yapılan budamalardan verimde ve kalitede düşüşler yaşanması					
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşmaması					
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması					
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi					
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden vb doğan kayıplar)					
Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)					
Diğer.....					
Diğer.					
Diğer.....					

32. Sizce zeytinciliğimiz en önemli sorunları nelerdir? Siz bu sorunlara nasıl bir çözüm önermektedirsiniz?

İŞLETME VE İŞLETMECİ İLE İLGİLİ BİLGİLER

İşletmecii ile ilgili bilgiler

1. İşletmedeki pozisyonunuz nedir? () İşyeri sahibi () Ortak () Yönetici () Ortak yönetici
2. İşletmedeki çalışma süreniz nedir? Yıl, Ay
3. Cinsiyetiniz? () Bayan () Erkek
4. Yaşınız nedir?
5. Eğitim düzeyiniz nedir? () İlkokul – Ortaokul () Lise () Üniversite (Önlisans) () Üniversite (Lisans) () Lisanüstü-Doktora
6. Yabancı dil durumunuz nedir? () Bilmiyor () Az () Orta () İleri düzeyde
7. Yurtdışına çıkış durumunuz nedir? () Çok sık () Arasına () Nadiren () Hiç
8. Zeytin ve zeytinyağı sektöründeki yöneticilik tecrübeniz nedir?
() 0-5 yıl () 6-10 yıl () 11-15 yıl () 16 yıl ve üzeri
9. Sektör dışı tecrübeniz var mı? Kaç yıl?.....
10. En üst yöneticiniz? a) aileden b) şirket içinden c) dışarıdan profesyonel yönetici d) diğer.....

İşletme ile ilgili bilgiler

11. İşletmenizin kuruluş yılı ve faaliyet bölgeniz...../
12. İşyerinizdeki personel sayınız nedir?
13. İşletmenizin ortak sayısı nedir?.....
14. İşletmeniz aile şirketi mi, dışı açık ortaklı bir şirket midir?.....
15. İşletmenizde üretim, personel, pazarlama, finans vb. fonksiyonel bir bölümlendirme var mıdır?
() Evet () Hayır. Hepsi tek bir elden yapılmaktadır
16. İşletmenizin hukuki yapısı nedir?
() Limited şirket () Komandit şirket () Kolektif şirket () Anonim şirket () Kooperatif () Adi ortaklık
17. İşletmenizin durumu aşağıdakilerden hangisine uygundur?
() Zeytinyağı üretimi yapıyor () Zeytinyağı üretimi yapmıyor, sadece ticaretini yapıyor
() Sofralık zeytini işliyor () Paketleme yapıyor () zeytini sıkma işlemini yapıyor () diğer.....
18. Zeytin ve Zeytinyağı üretiminde kullanılan zeytin,
() Tamamen kendi zeytinimizi yağ haline dönüştürüyoruz, sofralık zeytine işliyoruz
() Yaklaşık %80 ve üzeri kendi zeytinimiz
() Yaklaşık %50 -%80 arası kendi zeytinimiz
() Yaklaşık %30 - %50 arası kendi zeytinimiz
() Yaklaşık %30'un altında kendi zeytinimiz
19. Hangi bilişim teknolojileri işletmenizde bulunmaktadır?
() bilgisayar () İnternet () E-Mail () İşletme web sitesi () İdare programları (tablolar,yazım araçları)
20. İnternet'te ne tür bilgileri arıyorsunuz veya aramak istersiniz? Öncelik sırasına göre belirtiniz
() Kamu idari yardımları ve desteği () Yasalar ve düzenleme bilgileri
() Araştırma projeleri, patent ve bilimsel yayın veritabanları () Teknoloji ve bilim
() Yeni basın, aylık bülten ve dağıtım listeleri () Fiyat kıyaslama piyasa değerlendirmesi
() Müşteri ve üretici arama () Kurs, toplantı, Fuarlar
21. Aşağıdaki kalite sistemlerinden hangisi şirketinizde mevcuttur?
() HACCP () ISO9001 (Kalite ve güvenlik) () ISO14001 (çevre koruma) () Takip sistemleri () Diğer.....

Hammadde ve İmalat

22. Zeytinyağı üretiminde kullanılan teknolojiniz nedir? (Yerli-yabancı belirtiniz)
() Klasik sistem () 2 fazlı sistem () 3 fazlı sistem
23. Fason üretim yapıyor musunuz? () Evet () Hayır
24. Alınacak hammadde miktarı neye göre belirleniyor? Öncelik sırasına göre belirtiniz
() Eldeki işletme sermayesine göre () Pazardaki zeytin/zeytinyağı talebine göre
() Stoklanabilecek kadar () Bulabildiğince çok alıyoruz () diğer.....
25. Hammadde temininde karşılaşılan sorunlar nelerdir?
Zeytin.....

Zeytinyağı.....

Bu problemlerin çözümü için önerileriniz.....

26.Hammadde alımı için nasıl bir ödeme yapılıyor? ()Peşin () vadeli () hem peşin hem vadeli

27. Hammadde temininde finansman nereden sağlanıyor? () öz kaynaklar () yabancı kaynaklar

28. Marmarabirlik ve Tarih hakkındaki düşünceleriniz () olumlu () olumsuz

Nedenleri.....

Pazarlama ve Dış Ticaret

29. Ürünlerinizi nasıl alıp satıyorsunuz?

() Aracı vasıtasıyla ()Fuar gezilerinde ()Kişisel satış ()internet üzerinden () Diğer.....

30. Tüketici düzeyinde Pazar araştırması yapılıyor mu? () Yaptırıyor () Yaptırmıyor

31. Pazarlama kanalınız hangisidir?

() fabrika-toptancı-perakendeci ()fabrika perakendeci ()fabrika-komisyoncu-toptancı-perakendeci

32. Ürünlerinizin kalite kontrolünü ()Yaptırıyor () yaptırmıyor

33. Fiyatlandırma kararlarınız

() Maliyet+% () Rekabet () Prestij () Diğer

34. Yurtiçinde zeytin/zeytinyağınızı pazarlarken karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

35.İşletmeniz zeytin-zeytinyağı ihracatı yapıyor mu?

() Evet ()Hayır () İhracattan vazgeçmiş

36. İhracat yapmıyorsanız eğer ihracata yönelmemenizin sebebi nedir? öncelik sırasına göre belirtiniz

() İşletme imkanlarının ihracat için uygun olmaması

()Gerekli organizasyona sahip olmama

()İhracat yapabilecek miktar, kalite ve fiyatta ürün üretmememe/tedarik edememe

()Teknik imkanların yetersizliği

()Dış piyasalar konusunda bilgi sahibi olmama

()Satış bağlantısı kuramama

37 . İhracat yapmaktan hangi nedenlerle vazgeçtiniz? Öncelik sırasına göre belirtiniz

()Bürokratik engeller

() İhracatın karlı olmaması

()Teşvik ve desteklerin yetersizliği

() Kalifiye eleman eksikliği

() İhracat için yeterli miktarda ve kalitede mal bulunmaması

() Pazar bulunamaması, mevcut pazarın kaybedilmesi

Cevabınız evet ise 38'inci sorudan, hayır ise 45'nci sorudan devam ediniz.

38. İhracat yapma şekliniz nedir? () Dolaylı ihracat () Doğrudan ihracat

39. Yıllık ortalama ihracat yapma sıklığınız nedir?

() Düzenli ihracat (...kez) () Talep halinde (.....kez)

40. Zeytin-zeytinyağı ihracatına nasıl başladınız?

() Kendi çabalarımızla pazar bularak,

()Yurtiçindeki ihracatçı firmalardan gelen talep üzerine,

()Yurtdışındaki firmalardan gelen talep üzerine,

41. Yurt dışı zeytin-zeytinyağı satışınız,

() Tamamı dökme olarak yapılmaktadır,

() Yaklaşık %80'in üzerindeki bölümü dökme, kalanı ambalajlı yapılmaktadır,

() Yaklaşık %50 - %80 arasındaki bölümü dökme, kalanı ambalajlı yapılmaktadır,

() Yaklaşık %10 -%49 arasındaki bölümü dökme, kalanı ambalajlı yapılmaktadır,

() Tamamı ambalajlı yapılmaktadır.

42. Ürünlerinizde kullandığınız tescilli markanız var mı? () Evet () Hayır

43.Şartlarınız uygun olsa zeytin-zeytinyağı ihracatına başlamak ister misiniz?
() Evet () Hayır

44. Size göre zeytin-zeytinyağı ihracatının önündeki temel kısıtlamalar nelerdir? Ne derece katıldığınızı belirtiniz

1;Kesinlikle katılıyorum 2;Katılıyorum 3; Fikrim yok 4; Katılmıyorum 5; Kesinlikle katılmıyorum

Devlet desteğinin yetersizliği	1	2	3	4	5
Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık	1	2	3	4	5
İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması	1	2	3	4	5
Bürokratik engeller	1	2	3	4	5
Dış ticaret organizasyonlarının yeterince yardımcı olmaması	1	2	3	4	5
Ucuz ve kaliteli hammadde güçlüğü	1	2	3	4	5
Finansman güçlüğü	1	2	3	4	5
İhracat pazarlama maliyetlerinin yüksekliği	1	2	3	4	5
İhracat pazar araştırması, satış geliştirme ve tanıtım faaliyetlerinin mali açıdan çok külfetli olması	1	2	3	4	5
Kalite düşüklüğü	1	2	3	4	5
Fiyatlama yanlışlığı	1	2	3	4	5
Rakiplerin tanınmaması	1	2	3	4	5
Uygunsuz pazarlama stratejileri	1	2	3	4	5
Dış pazarların tanınmaması	1	2	3	4	5
Dış pazarlama konusunda bilgi ve eleman eksikliği	1	2	3	4	5
İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği	1	2	3	4	5
İhracatın riskli oluşu	1	2	3	4	5
Dış Pazar bulunup bulunmadığı konusundaki bilgisizlik	1	2	3	4	5
İhracat siparişlerinin büyük oluşu dolayısıyla siparişleri karşılamadaki yetersizlik	1	2	3	4	5
Teknolojik yetersizlik	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5

45.Ulusal yada Uluslararası alanda ödül almış zeytin/zeytinyağınız var mı? ()evet () hayır
Evet ise hangi ödül.....

46.Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için verilen (KOSGEB ve Özel bankalar) destek ve kredilerden yararlandınız mı? () evet () hayır

47. Bu tür destek ve kredilerden yararlanmayı düşünür müsünüz?

Evet ise nedeni.....

Hayır ise nedeni.....

48. Size göre zeytin-zeytinyağında yaşanan sorunlar nelerdir? Ne derece katıldığınızı belirtiniz.

1; Kesinlikle katılıyorum 2; katılıyorum 3; Fikrim yok 4; Katılmıyorum 5; Kesinlikle katılmıyorum

Kayıt dışı üretim yapan firmaların bulunması	1	2	3	4	5
Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması	1	2	3	4	5
Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği	1	2	3	4	5
Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması)	1	2	3	4	5
Kişi başına zeytin/zeytinyağı tüketim miktarının çok düşük olması ve bu düşük tüketimin artırılmaması	1	2	3	4	5
Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması	1	2	3	4	5
Zeytinliklerin küçük ölçekli ve dağınık olmaları rekabet gücünü azaltmaktadır	1	2	3	4	5
Kültürel uygulamaların (gübreleme, ilaçlama, sulama) yetersizliği, zeytin üreticilerinin girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip olmamaları	1	2	3	4	5
Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması	1	2	3	4	5
Varyılı yokyılı (periyodisite) sorununun azaltılmaması	1	2	3	4	5
Kamusal desteklemelerin rakip ülkelere oranla yetersiz olması	1	2	3	4	5
Sektörle ilgili istatistikler ve bilimsel verilerin yetersizliği	1	2	3	4	5
Depolama tesis ve koşullarının yetersizliği	1	2	3	4	5
Uluslar arası marka ve imaj yaratılmaması	1	2	3	4	5
Kurumsallaşmadaki yetersizlik	1	2	3	4	5
Ulusal zeytin ve zeytinyağı konseyinin etkin çalışmaması	1	2	3	4	5
Zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi (Destek gemlik çeşidini özelliklerinden dolayı yaygınlaştırdı)	1	2	3	4	5
Hastalık ve zararlılarla mücadelede istenilen düzeye ulaşamaması	1	2	3	4	5
Üreticilerin zeytincilikte kültürel işlemler (gübre ilaç, budama, hasat) konusunda bilinçlendirilmemeleri, eğitilmemeleri	1	2	3	4	5
Sertifikalı fidan üretiminin yaygınlaştırılmaması	1	2	3	4	5
Zeytincilikle ilgili yasal mevzuatın uygulanamaması	1	2	3	4	5
Ülkemiz zeytinyağı kalite sınıflandırmasının AB'ye uyumlu olmaması	1	2	3	4	5
İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi	1	2	3	4	5
Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi (hasattan hemen sonra zeytinlerin fabrikaya getirilmemesinden doğan kayıplar)	1	2	3	4	5
Karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi	1	2	3	4	5
Avrupa Birliğinin diğer ülkelere (Tunus..) tanıdığı tavizlerin bize tanınmaması	1	2	3	4	5
Ülkemizde zeytin/zeytinyağının maliyetinin diğer ülkeler oranla yüksekliği	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5
Diğer.....	1	2	3	4	5

49. Zeytincilikle ilgili aklınıza ilk gelen sorun nedir?

50. Zeytincilik sektöründe karşılaştığımız başlıca sorunlar ve çözüm önerileriniz nelerdir?