



**T.C.
TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANA BİLİM DALI
DOKTORA PROGRAMI**

**TR22 GÜNEY MARMARA BÖLGESİ'NDE ZEYTİN VE
ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNDE YER ALAN İŞLETMELERİN
SOSYO-EKONOMİK ANALİZİ VE PAZAR
ORGANİZASYONUNUN BELİRLENMESİ**

DOKTORA TEZİ

Serkan BİRSİN

**TOKAT
Kasım, 2021**



**T.C.
TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANA BİLİM DALI
DOKTORA PROGRAMI**

**TR22 GÜNEY MARMARA BÖLGESİ'NDE ZEYTİN VE
ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNDE YER ALAN İŞLETMELERİN
SOSYO-EKONOMİK ANALİZİ VE PAZAR
ORGANİZASYONUNUN BELİRLENMESİ**

DOKTORA TEZİ

Serkan BİRSİN

**TOKAT
Kasım, 2021**

ETİK SÖZLEŐME

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgi toplama ve raporlaştırma sürecinin Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'ne, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna, genel akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak gerçekleştirildiğini; bu tez çalışmasının “intihal engelleme” programı ile tarandığını, bana ait olmayan tüm bilgi, düşünce ve bulgulara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan eder, sorumluluğun tarafıma ait olduğunu kabul ederim.

Tarih: .../11/2021

Serkan BİRSİN

İmza

İmza

Serkan BİRSİN tarafından hazırlanan ‘**TR22 Güney Marmara Bölgesi’nde Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Yer Alan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi ve Pazar Organizasyonunun Belirlenmesi**’ adlı tez çalışmasının savunma sınavı 11/11/2021 tarihinde yapılmış olup aşağıda verilen Jüri tarafından Oy Birliği/Oy Çokluğu ile Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

İmza

Danışman
Prof.Dr.Halil KIZILASLAN
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

.....

Üye
Prof.Dr.Ziya Gökalg GÖKTOLGA
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

.....

Üye
Prof.Dr.Orhan GÜNDÜZ
Malatya Turgut Özal Üniversitesi

.....

Üye
Doç.Dr.Esen ORUÇ
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

.....

Üye
Doç.Dr.Bilge GÖZENER
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

.....

ONAY

Prof.Dr. Mehmet GÜNEŞ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Doktora Tezi

TR22 GÜNEY MARMARA BÖLGESİ'NDE ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNDE YER ALAN İŞLETMELERİN SOSYO-EKONOMİK ANALİZİ VE PAZAR ORGANİZASYONUNUN BELİRLENMESİ

Serkan BİRSİN

Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Halil KIZILASLAN

Bu çalışmada TR22 Bölgesi'ndeki yağlık zeytin üreten, işleyen ve aracılık yapan işletmelerle 2017-18 üretim yılında bölgedeki yağlık zeytin ve zeytinyağı sektörü ve pazarlama organizasyonu incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda yağlık zeytin üreten işletmelerde işletme başına 23 899.73 kg yağlık zeytin ve 3 891.09 kg zeytinyağı üretimi yapıldığı belirlenmiştir. İşletme masraflarında en yüksek %33.90 ile işçilik masrafları bulunmuştur. 2017-18 üretim yılı itibariyle 1 kg yağlık zeytin üretim maliyeti 1.88 TL olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde toprak sermayesinin aktif sermaye içerisindeki oranı %60.50, işletme arazisi başına düşen aktif sermaye miktarı 26 693.58 TL ve işletmelerin özsermaye oranları %97.82 bulunmuştur. GSÜD 92 716.81 TL/da olup GSH'nin %93.06'sını oluşturmuştur. SH ise 1 430.32 TL/da bulunmuş olup GSH'nin %52.83'ünü oluşturmuştur. İşletmelerde rantabilite 52.83, Ekonomik Rantabilite 5.35 ve Mali Rantabilite 5.24 bulunmuştur. Araştırma bölgesindeki yağlık zeytin işleyen işletmeler yıllık %54.76 kapasiteyle çalışmış olup 704.22 ton dane zeytin işlenmiştir. İşletmelerin %20.00'si ihracat yapmış olup %9.00'unun ise daha önce ihracat yaparken bıraktığı belirlenmiştir. Aracı işletmelerin dane zeytinde %47.57, zeytinyağında %40.54 pazar payı bulunmuştur. Perakende fiyatları içerisinde üretici fiyatları yağlık dane zeytinde %98.36, zeytinyağında %51.16 bulunmuştur.

İşletmelerin SH değerine etki eden nedenleri belirlemede 8 bağımsız değişken ile kurulan model üzerinde yapılan binary lojistik regresyon analizinde; en önemli değişkenler zeytinyağı üretimi, işletmecinin öğrenim durumu ve arazi eğimi bulunmuştur. Analiz sonucunda işletmelerin tek üretim faaliyetinde bulunması, periyodisite ve eğimli arazi yapısından dolayı yüksek işgücü masrafları ve pazardaki fiyat dalgalanmaları sonucu gelir döngüsünde sorunlar yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu sorunların çözümünde işletmecilerin pazarlamada yağlık dane zeytin yerine zeytinyağına yönelmeleri, alternatif tarımsal üretim faaliyetlerine yer vermeleri, işletmelere düşük faizli kredi uygulamalarının artırılması, zeytinyağında pazar fiyatlarının kontrol altına alınması ve makineleşmenin teşvik edilmesinin yararlı olacağı sonucu çıkarılmıştır.

2021, 200 sayfa

Anahtar kelimeler: Yağlık Zeytin, Zeytinyağı, Ekonomik Analiz, Pazarlama

ABSTRACT

Ph.D. Thesis

SOCIO-ECONOMIC ANALYSIS AND DETERMINATION OF MARKET ORGANIZATION FOR OLIVE AND OLIVE OIL SECTOR IN TR22 SOUTH MARMARA REGION

Serkan BİRSİN

Gaziosmanpaşa University
Graduate Education Institute
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. Halil KIZILASLAN

In the study, the olive oil sector and marketing organization for 2017-18 production year were examined by using data collected from farms, processors and intermediaters in TR22 Region of Turkey. As a result of the study, it was calculated that 23 899.73 kg of olives and 3 891.09 kg of olive oil were produced per farms. While the highest rate in farming expenses were labor cost as %33.90. As of the 2017-18 production year, the production cost of 1 kg olive was calculated to be TL 1.88. The ratio of land capital to assets was examined as %60.50, the amount of assets per farm land was 26 693.58 TL and the equity ratio of farms was %97.82. The ratio of gross production value was the amount of assets per farm land was 92 716.81 TL and it constitutes %93.06 of the gross product. The pure product value was 1 430.32 TL and it constitutes %52.93 of the gross product. Profitably was found to be 52.83, Economic Profitably 5.35 and Financial Profitably 5.24 in enterprises. The companies processing olives in the research area have been working with %57.42 efficiency and an average of 704.22 tons of grain olives are processed per year. It is determined that %20.00 of the enterprises still export but %9.00 of them left exporting. Intermediary enterprises have a market share of %47.57 in grain olives and %40.54 in olive oil. The farms prices within retail prices %98.36 in oilseed olives and %51.16 in olive oil.

In the logistic regression analysis made on the model established with 8 independent variables in determining the reasons affecting the PP value of the enterprises; the most important variables were the amount of olive oil production, education level of agricultural operator and land slope. As a result of the analysis, it has been concluded that the enterprises have problems in the income cycle as a result of the fact that they are in a single production activity, high labor costs due to periodicity and sloping land structure and price fluctuations in the market. In the solution of these problems, it was concluded that it would be beneficial for the operators to turn to olive oil instead of olives for oil in marketing, to include alternative agricultural production activities, to increase low-interest loan applications to enterprises, to control market prices in olive oil and to encourage mechanization.

2021, 200 pages

Keywords: Olive, Olive Oil, Economic Analysis, Marketing

TEŞEKKÜR

Çalıőmamn her aşamasında karőılaőtıđım zorlukların giderilmesinde anlayış ve desteğini esirgemeyen değerli hocam Prof. Dr. Halil KIZILASLAN'a ve tım bılüm hocalarıma en içten duygularımıla sonsuz teőekkürlerimi sunarım.

Bugüne kadar olan başarılarımın asıl mimarları olan sevgili eőime ve aileme koşulsuz bir biçimde verdikleri destek, sevgi ve saygılarından ötürü teőekkürü bir borç bilirim.

Serkan BİRSİN

..... /11/ 2021

İÇİNDEKİLER

| | Sayfa |
|---|--------------|
| ÖZET | i |
| ABSTRACT..... | ii |
| TEŞEKKÜR..... | iii |
| İÇİNDEKİLER | iv |
| KISALTMALAR DİZİNİ..... | vii |
| ÇİZELGELER DİZİNİ | viii |
| ŞEKİL DİZİNİ..... | xiii |
| 1.GİRİŞ | 1 |
| 1.1.Konunun Önemi..... | 1 |
| 1.2.Araştırmanın Önemi | 7 |
| 1.3.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı..... | 7 |
| 2.LİTERATÜR ÖZETLERİ | 10 |
| 2.1.Zeytin Üreten İşletmeler İle İlgili Çalışmalar | 10 |
| 2.2.Zeytinyağı Sanayisi İle İlgili Çalışmalar | 15 |
| 2.3.Zeytin Sektöründe AB İle İlişkiler ve Dış Ticaretle İlgili Yapılan Çalışmalar | 16 |
| 3.MATERYAL ve YÖNTEM | 18 |
| 3.1.Materyal | 18 |
| 3.2.Yöntem..... | 18 |
| 3.2.1.Örnekleme ve anket aşamasında uygulanan yöntem | 18 |
| 3.2.2.Verilerin analizi aşamasında uygulanan yöntem | 23 |
| 4.ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ..... | 37 |
| 4.1.Zeytinyağı Ekonomisi..... | 37 |
| 4.1.1.Dünyada zeytin ve zeytinyağı..... | 37 |
| 4.1.2.Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı | 41 |
| 4.1.3.TR22 Bölgesi’nde zeytin ve zeytinyağı..... | 47 |
| 4.2.Dünyada ve Türkiye’de Zeytincilik Politikaları | 49 |
| 4.2.1.AB’de geçmişten günümüze zeytinyağı politikaları..... | 50 |
| 4.2.2.Türkiye’de geçmişten günümüze zeytinyağı politikaları..... | 53 |
| 4.3.Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Örgütlenme..... | 58 |
| 4.3.1.Tariş | 59 |

| | |
|---|-----|
| 4.3.2.Marmarabirlik | 60 |
| 4.3.3.Güneydoğubirlik | 61 |
| 5.ARAŞTIRMA BULGULARI..... | 62 |
| 5.1.Zeytin üreten Tarım İşletmelerine Ait Bulgular | 62 |
| 5.1.1.İncelenen işletmelerde işletmecinin yaş, deneyim ve eğitim durumu | 62 |
| 5.1.2.İncelenen işletmelerde işletmecinin ikamet, örgütlülük ve borçlanma durumu | 65 |
| 5.1.3.İncelenen işletmelerde arazi mevcudu ve kullanım durumu | 67 |
| 5.1.4.İncelenen işletmelerde tarım dışı gelir ve hayvan varlığı durumu..... | 71 |
| 5.1.5.İncelenen işletmelerde nüfus ve işgücü durumu..... | 73 |
| 5.1.6.İncelenen işletmelerde sermaye yapısı | 75 |
| 5.1.7.İncelenen işletmelerde yıllık faaliyet sonuçları | 82 |
| 5.1.8.Yağlık zeytin tam maliyet analizi | 92 |
| 5.1.9.İncelenen işletmelerde yağlık zeytin üretim tekniği | 94 |
| 5.1.10.İncelenen işletmelerde pazarlama | 103 |
| 5.1.11.İncelenen işletmelerde üreticilerin yaşadığı sorunlar ve geleceğe bakışları | 110 |
| 5.2.Yağlık Zeytin İşleyen İşletmelere Ait Bulgular..... | 117 |
| 5.2.1.İncelenen işletmelerde yöneticiye ait bulgular | 117 |
| 5.2.2.İncelenen işletmelerde işletme yapısı durumu..... | 121 |
| 5.2.3.İncelenen işletmelerde üretim tekniği ve kapasite durumu | 124 |
| 5.2.4.İncelenen işletmelerde personel ve çalışılan üretici sayısı durumu..... | 129 |
| 5.2.5.İncelenen işletmelerde marka, arıtma ve kalite sistemi varlığı durumu | 132 |
| 5.2.6.İncelenen işletmelerde pazarlama durumu | 134 |
| 5.2.7.İncelenen işletmelerde ihracat durumu | 143 |
| 5.2.8.İncelenen işletmelerde desteklemelerden faydalanma durumu | 150 |
| 5.2.9.İncelenen işletmelerde zeytinyağı üretiminde yaşanan sorunlar | 152 |
| 5.3.Tağlık Dane Zeytin ve Zeytinyağında Aracılık Yapan İşletmelere Ait Bulgular... | 154 |
| 5.4.TR22 Bölgesi'nde Pazarlama Organizasyonu | 160 |
| 5.4.1.Üretim ve değerlendirme | 160 |
| 5.4.2.Pazarlama kanalları..... | 162 |
| 5.4.3.Pazarlama kanallarındaki aracılar | 165 |
| 5.4.4.Ürün fiyatının oluşumu..... | 167 |
| 5.4.5.Pazarlama organizasyonunun etkinliğinin değerlendirilmesi | 167 |

| | |
|---|-----|
| 5.5.İncelenen İşletmelerde Uygulanan Lojistik Regresyon Analizi | 180 |
| 5.6.İncelenen İşletmelerde Uygulanan SWOT Analizi | 183 |
| 6.SONUÇ ve ÖNERİLER | 185 |
| 6.1.İşletmelere Ait Sonuçlar ve Öneriler | 185 |
| 6.2.Pazarlama Organizasyonuna Ait Sonuçlar ve Öneriler | 190 |
| KAYNAKLAR | 193 |
| ÖZGEÇMİŞ | 200 |



KISALTMALAR DİZİNİ

| | |
|------|----------------------------------|
| AB | Avrupa Birliği |
| ABD | Amerika Birleşik Devletleri |
| BM | Birleşmiş Milletler |
| DİR | Dahilde İşleme Rejimi |
| DFİF | Destekleme Fiyat İstikrar Fonu |
| DTÖ | Dünya Ticaret Örgütü |
| FAO | BM Gıda ve Tarım Örgütü |
| GSH | Gayri Safi Hasıla |
| SH | Saf Hasıla |
| İM | İşletme Masrafları |
| OTP | AB Ortak Tarım Politikası |
| TBMM | Türkiye Büyük Millet Meclisi |
| TKK | Tarım Kredi Kooperatifleri |
| TL | Türk Lirası |
| TÜİK | Türkiye İstatistik Kurumu |
| UZK | Uluslararası Zeytin Konseyi |
| UZZK | Ulusal Zeytin Zeytinyağı Konseyi |

ÇİZELGELER DİZİNİ

| <u>Çizelge</u> | <u>Sayfa</u> |
|--|---------------------|
| Çizelge 3.1.Yağlık zeytin ve zeytinyağı üreten işletmelerin tabaka örneklem sayıları .. | 21 |
| Çizelge 3.2.İşletmenin bulunduğu bölge | 21 |
| Çizelge 3.3.Yağlık zeytin ve zeytinyağı işleyen işletmelerin tabaka örneklem sayıları. | 22 |
| Çizelge 3.4.Aracı sayıları..... | 23 |
| Çizelge 3.5.Sermaye gruplarındaki amortisman oranları | 27 |
| Çizelge 3.6.Logit modelde bağımlı ve bağımsız değişkenler | 36 |
| Çizelge 4.1.Dünya dane zeytin üretimi..... | 37 |
| Çizelge 4.2.Dünya zeytinyağı üretimi | 38 |
| Çizelge 4.3.Dünya dane zeytin tüketimi | 38 |
| Çizelge 4.4.Dünya zeytinyağı tüketimi..... | 39 |
| Çizelge 4.5.Dünya zeytinyağı ihracatı | 39 |
| Çizelge 4.6.Dünya zeytinyağı ithalatı | 40 |
| Çizelge 4.7.Türkiye zeytin ve zeytinyağı verileri..... | 42 |
| Çizelge 4.8.Türkiye zeytinyağı tüketimi..... | 43 |
| Çizelge 4.9.Türkiye zeytinyağı ihracatı ve ortalama ihraç fiyatları | 45 |
| Çizelge 4.10. Türkiye zeytinyağı arz-talep dengesi..... | 46 |
| Çizelge 4.11.Balıkesir ve Çanakkale illeri arazilerinin niteliklerine göre dağılımı..... | 47 |
| Çizelge 4.12.Balıkesir ve Çanakkale’de işlenebilir tarım arazilerinin kullanım durumu | 47 |
| Çizelge 4.13.Türkiye iller bazında yağlık zeytin ve zeytinyağı durumu | 48 |
| Çizelge 4.14.Türkiye ve TR22 Bölgesi zeytin ağaçları ve zeytinlik alan verileri | 49 |
| Çizelge 4.15.Türkiye’de zeytinyağı destekleme politikaları | 54 |
| Çizelge 4.16.Zeytinyağına yapılan DGD ödemeleri..... | 55 |
| Çizelge 4.17.Türkiye’de zeytin üreticilerinin yararlandıkları MGD miktarları | 55 |
| Çizelge 4.18.Sertifikalı zeytin fidanı destek birim fiyatları..... | 56 |
| Çizelge 4.19.Türkiye’de zeytinyağı sektöründe örgütlenme ve birlikler | 58 |
| Çizelge 5.1.İşletmecinin yaş ve deneyim durumu | 62 |
| Çizelge 5.2.İşletmecinin eğitim durumu | 64 |
| Çizelge 5.3.İşletmecinin ikamet yeri durumu | 65 |
| Çizelge 5.4.İşletmecinin kooperatif-birlik üyelik durumu..... | 65 |
| Çizelge 5.5.İşletmecinin kooperatif-birlik üyelik dağılımı..... | 66 |

| | |
|---|----|
| Çizelge 5.6.İşletmecilerin zeytin üretimi için kredi kullanım durumu | 66 |
| Çizelge 5.8.İşletmelerin arazi varlığına ait bulgular | 68 |
| Çizelge 5.9.İşletmelerde arazini sulanabilme ve eğim durumu | 70 |
| Çizelge 5.10.İşletmelerde işletme arazisinin nevi'lerine göre dağılımı..... | 71 |
| Çizelge 5.11.İşletmelerde zeytin dışı tarımsal üretim durumu | 71 |
| Çizelge 5.12.İşletmelerde tarım dışı gelir durumu | 71 |
| Çizelge 5.13.İşletmelerde hayvan varlığı durumu | 72 |
| Çizelge 5.14.İşletmelerde ortalama birey sayısı ve aile işgücü durumu..... | 73 |
| Çizelge 5.15.İşletmelerde yabancı işgücü durumu | 74 |
| Çizelge 5.16.İşletmelerde Aktif Sermaye yapısı | 76 |
| Çizelge 5.17.İşletmelerde Pasif Sermaye yapısı ve Kapital Oranları | 80 |
| Çizelge 5.18.İşletmelerde Gayri Safi Üretim Değeri..... | 82 |
| Çizelge 5.19.İşletmelerde Değişen Masraflar | 84 |
| Çizelge 5.20.İşletmelerde zeytin-zeytinyağı faaliyetinde Brüt Kar..... | 85 |
| Çizelge 5.21.İşletmelerde Gayri Safi Hasıla..... | 86 |
| Çizelge 5.22.İşletmelerde İşletme Masrafları | 87 |
| Çizelge 5.23.İşletmelerde Gerçek Masraflar | 88 |
| Çizelge 5.24.İşletmelerde Saf Hasıla | 89 |
| Çizelge 5.25.İşletmelerde Tarımsal Gelir | 89 |
| Çizelge 5.26.İşletmelerde Harcanabilir Tarımsal Gelir | 90 |
| Çizelge 5.27.İşletmelerde Toplam Aile Geliri..... | 90 |
| Çizelge 5.28.İşletmelerde Rantabilite | 91 |
| Çizelge 5.29.Zeytin üretim maliyeti | 92 |
| Çizelge 5.30.İşletmelerde yağlık zeytin üretim verileri..... | 95 |
| Çizelge 5.31.İşletmelerde toprak sürme faaliyeti durumu | 96 |
| Çizelge 5.32.İşletmelerde sulama faaliyeti durumu..... | 96 |
| Çizelge 5.33.Sulamada karşılaşılan sorunlar | 97 |
| Çizelge 5.34.İşletmelerde ilaçlama faaliyeti durumu | 97 |
| Çizelge 5.35.İlaçlamada karşılaşılan sorunlar | 98 |
| Çizelge 5.36.İşletmelerde gübre kullanım durumu..... | 98 |
| Çizelge 5.37.Gübrelemede karşılaşılan sorunlar | 99 |
| Çizelge 5.38.İşletmelerde zeytinliklere bakım yapma (budama) durumu | 99 |

| | |
|---|-----|
| Çizelge 5.39.İşletmelerde bakım sorunları | 100 |
| Çizelge 5.40.İşletmelerde kullanılan hasat tekniği durumu..... | 100 |
| Çizelge 5.41.İşletmelerde dane zeytin taşıma materyali durumu | 101 |
| Çizelge 5.42.İşletmelerde zeytinyağı taşıma materyali durumu..... | 102 |
| Çizelge 5.43.İşletmelerde yağlık zeytin üretim amacı..... | 103 |
| Çizelge 5.44.İşletmelerde üretilen zeytinyağı çeşidi | 103 |
| Çizelge 5.45.İşletmelerde ürün değerlendirme durumu..... | 104 |
| Çizelge 5.46.İşletmelerde dane zeytin satış alanı durumu | 105 |
| Çizelge 5.47.İşletmelerde zeytinyağı satış alanı durumu | 105 |
| Çizelge 5.48.İşletmelerde dane zeytin hasat sonrası satış yapma durumu | 106 |
| Çizelge 5.49.İşletmelerde zeytinyağı üretim sonrası satış yapma durumu..... | 106 |
| Çizelge 5.50.İşletmelerde dane zeytin satışında kabul ettikleri ödeme şekli..... | 106 |
| Çizelge 5.51.İşletmelerde zeytinyağı satışında kabul ettikleri ödeme şekli | 107 |
| Çizelge 5.52.İşletmelerde dane zeytinde sınıflandırma yapılması durumu | 107 |
| Çizelge 5.53.İşletmelerde zeytinyağında sınıflandırma yapılması durumu..... | 107 |
| Çizelge 5.54.İşletmelerde dane zeytin satış yerleri..... | 108 |
| Çizelge 5.55.İşletmelerde zeytinyağı satış yerleri | 108 |
| Çizelge 5.56.İşletmelerde dane zeytinde fiyatı belirleyen faktörler | 109 |
| Çizelge 5.57.İşletmelerde zeytinyağında fiyatı belirleyen faktörler..... | 109 |
| Çizelge 5.58.İşletmelerde pazarlamada karşılaşılan en önemli sorun | 110 |
| Çizelge 5.59.Yağlık zeytin üretiminde en önemli sorun | 110 |
| Çizelge 5.60.İşletmelerin üretime devam etme durumu | 111 |
| Çizelge 5.61.Yağlık zeytin üretimi yapmada etkili olan faktörler..... | 112 |
| Çizelge 5.62.Yağlık zeytin üretim miktarına ve kalitesine etki eden faktörler | 113 |
| Çizelge 5.63.Yağlık zeytin ve zeytinyağı üreticiliğinin sorunları | 115 |
| Çizelge 5.64.İşletmecilerin işletmedeki konumu..... | 117 |
| Çizelge 5.65.İşletmecilerin yaş durumu | 117 |
| Çizelge 5.66.İşletmecilerin cinsiyet durumu | 118 |
| Çizelge 5.67.İşletmecilerin eğitim durumu..... | 118 |
| Çizelge 5.68.İşletmecilerin sektörel deneyim durumu | 119 |
| Çizelge 5.69.İşletmecilerin işletmedeki çalışma süresi durumu..... | 120 |
| Çizelge 5.70.İşletmecilerin hijyen eğitimi alma durumu..... | 120 |

| | |
|--|-----|
| Çizelge 5.71.İşletmecilerin zeytinyağı kodeksi bilgisi varlığı..... | 121 |
| Çizelge 5.72.İşletmelerin kuruluş yılı..... | 122 |
| Çizelge 5.73.İşletmelerin mülkiyet durumu | 123 |
| Çizelge 5.74.İşletmelerin hukuki yapı durumu..... | 123 |
| Çizelge 5.75.İşletmelerin konumu | 124 |
| Çizelge 5.76.İşletmelerin kapasite ve üretim durumu | 124 |
| Çizelge 5.77.İşletmelerin üretim teknolojisi durumu | 126 |
| Çizelge 5.78.İşletmelerde uygulanan zeytin hamuru sıcaklığı durumu..... | 128 |
| Çizelge 5.79.İşletmelerde malaksiyon makinesinin kapağının açılması durumu..... | 128 |
| Çizelge 5.80.İşletmelerin kendi zeytin varlığı durumu..... | 128 |
| Çizelge 5.81.İşletmelerin personel durumu | 129 |
| Çizelge 5.82.İşletmelerde üretim sezonunda çalışılan üretici sayısı | 130 |
| Çizelge 5.83.İşletmelerde arıtma sistemi varlığı durumu | 132 |
| Çizelge 5.84.İşletmelerde pırına değerlendirme durumu..... | 132 |
| Çizelge 5.85.İşletmelerde marka varlığı durumu..... | 133 |
| Çizelge 5.86.İşletmelerde kalite sistemi durumu..... | 134 |
| Çizelge 5.87.İşletmelerin yağlık dane zeytin temin yerleri durumu | 135 |
| Çizelge 5.88.İşletmelerin zeytinyağı temin yerleri durumu | 135 |
| Çizelge 5.89.İşletmelerde hammadde temininde yaşanan sorunlar | 137 |
| Çizelge 5.90.İşletmelerde depo varlığı durumu | 138 |
| Çizelge 5.91.İşletmelerde depo kapasitesi durumu | 139 |
| Çizelge 5.92.Zeytinyağı depolama materyali durumu..... | 139 |
| Çizelge 5.93.İşletmelerde üretilen zeytinyağı çeşidi durumu..... | 140 |
| Çizelge 5.94.İşletmelerde zeytinyağı satış yeri durumu | 141 |
| Çizelge 5.95.İşletmelerin pazar araştırması yaptırma durumu | 141 |
| Çizelge 5.96.İşletmelerin satış fiyatı belirleme kriterleri | 142 |
| Çizelge 5.97.İşletmelerin bölge dışına yapılan zeytinyağı satış durumu..... | 142 |
| Çizelge 5.98.İşletmelerin pazarlamada yaşadıkları en önemli sorun | 143 |
| Çizelge 5.99.İşletmelerin ihracat yapma durumu | 144 |
| Çizelge 5.100.İhracat yapmayan işletmelerin ihracat yapmama nedenleri..... | 144 |
| Çizelge 5.101.İhracatı bırakan işletmelerin bırakma nedenleri | 145 |
| Çizelge 5.102.İhracat yapmayan işletmelerin uygun şartlarda yapma istekleri durumu | 146 |

| | |
|--|-----|
| Çizelge 5.103.İhracat yapan işletmelerin ihracata başlama şekli | 146 |
| Çizelge 5.104.İhracat yapan işletmelerin ihracat yapma şekli..... | 146 |
| Çizelge 5.105.İhracat yapan işletmelerin ihracat yapma sıklığı | 147 |
| Çizelge 5.106.İhracat yapan işletmelerin ürün satış şekli..... | 147 |
| Çizelge 5.107.İşletmelerin uluslararası ödül varlığı durumu | 148 |
| Çizelge 5.108.Zeytinyağı ihracatının önündeki engeller | 149 |
| Çizelge 5.109.İşletmelerin desteklerden faydalanma durumu..... | 150 |
| Çizelge 5.110.Desteklemeden faydalanan işletmelerin yaşadığı sorunlar..... | 151 |
| Çizelge 5.111.İşletmelerin destekleme beklentileri | 151 |
| Çizelge 5.112.Zeytinyağı üretiminde yaşanan sorunlar..... | 152 |
| Çizelge 5.113.İşletmelerin zeytinyağı sektöründe yaşadığı sorunlar | 153 |
| Çizelge 5.114.İşletmelerin yaşadığı kanuni-hukuki sorunlar | 154 |
| Çizelge 5.115.İşletmecilerin eğitim durumu..... | 155 |
| Çizelge 5.116.İşletmecilerin hijyen eğitimi alma durumu..... | 155 |
| Çizelge 5.117.İşletmecilerin kodeks bilgisi durumu | 156 |
| Çizelge 5.118.İşletmecinin zeytin üretim faaliyetinde bulunma durumu | 156 |
| Çizelge 5.119.İşletmenin büro/işletme binası varlığı durumu | 156 |
| Çizelge 5.120.Satın almada ürün kalitesi belirleme kriterleri | 157 |
| Çizelge 5.121.Ticari mal temin yeri | 158 |
| Çizelge 5.122.Satın alınan ürüne işlem yapma durumu | 158 |
| Çizelge 5.123.Çizelge 5.122'e verilen cevap var ise yapılan işlem durumu | 158 |
| Çizelge 5.124.Yağlık dane zeytin ve zeytinyağı satış şekli | 159 |
| Çizelge 5.125.Ticari mal satış yeri | 159 |
| Çizelge 5.126.Ürün pazarlaması ile ilgili sorunlar | 159 |
| Çizelge 5.127.Yağlık dane zeytin ve zeytinyağında pazarlama marjı | 178 |
| Çizelge 5.128.Değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri..... | 180 |
| Çizelge 5.129.Analiz modelin sınıflandırma başarısı | 181 |
| Çizelge 5.130.Logit model sonuçları | 181 |
| Çizelge 5.131.Araştırma bölgesi zeytin sektörü SWOT analizi | 183 |

ŞEKİLLER DİZİNİ

| <u>Şekil</u> | <u>Sayfa</u> |
|---|--------------|
| Şekil 1.1.Dünyada zeytinin yayılması | 2 |
| Şekil 1.2.TR22 Bölgesi yağlık zeytin üretimi..... | 6 |
| Şekil 4.1.Türkiye’de zeytin üretim bölgeleri | 42 |
| Şekil 4.2.2017/18 üretim yılı TR22 Bölgesi’nin Türkiye zeytinyağı üretimindeki payı | 48 |
| Şekil 4.3.Türkiye’de yıllar itibariyle zeytinyağına ödenen prim miktarları | 54 |
| Şekil 5.1.Yağlık dane zeytin üretim amacı | 161 |
| Şekil 5.2.Üretilen zeytinyağı çeşidi | 161 |
| Şekil 5.3.Yağlık dane zeytin değerlendirme durumu | 162 |
| Şekil 5.4.Zeytinyağı değerlendirme durumu | 162 |
| Şekil 5.5.Üretici pazarlama kanalları..... | 163 |
| Şekil 5.6.Aracı pazarlama kanalları | 163 |
| Şekil 5.7.Fabrika-yağhane zeytinyağı pazarlama kanalları | 164 |
| Şekil 5.8.Pazarlama kanalları akış şeması | 164 |
| Şekil 5.9.İncelenen işletmelerde zeytinyağı ambalajlama oranı..... | 172 |
| Şekil 5.10.Zeytin işleyen işletmelerin konumu | 174 |
| Şekil 5.11.Yağlık dane zeytin taşıma materyali | 174 |
| Şekil 5.12.Dane zeytin satış yerleri | 177 |
| Şekil 5.13.Zeytinyağı satış yerleri | 177 |
| Şekil 5.14.Zeytinyağı pazarlama marjları..... | 179 |

1.GİRİŞ

1.1.Konunun Önemi

Oleacea familyası, Olea cinsinin bir türü olan zeytin (*Olea europaea* L.), gerek tarım ve beslenme yönünden gerekse ekonomik, kültürel, tarihi ve sosyal yönden öneme sahip ender tarım ürünlerinden birisidir. Zeytin ve zeytinyağı bugün yetiştirildiği bölgelerde hayatın her alanına etki etmiş ve kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Tarihi çok eskilere dayanan zeytin ve zeytinyağına kadim kültürlerden dini kitaplara kadar birçok kaynakta rastlamak mümkündür. İlk Yunan ve Roma yazıtlarında zeytinin barış ve birlikteliğin simgesi olduğuna değinilmiş, Özkaya ve ark, (2008)'e göre Hipokrat zeytinyağının tedavi edici özelliğinden bahsetmiş, Kuran, İncil ve Tevrat'taki sayısız bölümde de zeytine yer verilmiştir. Tarih içinde birçok efsaneye kaynak olan zeytin, birçok eski uygarlığın yazıtlarında ve kutsal kitaplarda yer almıştır.

Zeytinin anavatanının neresi olduğu konusunda yapılan çalışmalar, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ni de içine alan Mardin, Gaziantep, Hatay ve Suriye'nin bulunduğu Yukarı Mezopotamya olarak adlandırılan coğrafyayı göstermektedir (Anonim, 2019a). Yani zeytin Türkiye topraklarının öz malı olan tarım ürünlerinden birisidir. Türkiye için zeytinin en önemli yanlarından birisi budur.

Zeytin yetiştiriciliği yüzyıllar içinde Türkiye topraklarında yaşayan toplumların yaşamlarının içlerine kadar girmiş, hayatlarının bir parçası olmuş ve bunun sonucunda da zeytinle ilgili büyük bir bilgi ve tecrübe birikimi oluşmuştur. Bu açıdan bakıldığında zeytinin anavatanı olması ve çok eski tarihlerden gelen bir bilgi ve tecrübe birikimine sahip olması, rakip sayısı az olan ve dünyada sayılı ülkeler tarafından üretilen zeytin ve zeytinyağı piyasasında Türkiye'ye önemli avantajlar sağlamış ve ciddi bir ekonomik potansiyel oluşturmuştur. Ayrıca yine zeytinin doğduğu topraklar olması nedeniyle tür çeşitliliği açısından da Türkiye'ye ayrı bir avantaj kazandırmıştır. Bu olumlu potansiyel yönlerin değerlendirilmesi için bu alanda araştırmalar yapılarak sektörün gelişmesine katkı sağlanmasının oldukça faydalı olabileceği söylenebilir.

Zeytinin dünyada yoğun olarak yetiştirildiği bölge Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin olduğu bölge olmuştur (bkz. Şekil 1.1). Dünya genelindeki zeytin yetiştiriciliğinin %90.00'lık bir kısmı Akdeniz havzası, geriye kalan kısmı ise Latin Amerika ülkelerinde yapılmaktadır (Anonim, 2020a). Önemli zeytin üretici ülkeler sırasıyla Mısır, İspanya, Türkiye yer almıştır. Üretimde AB ülkelerinin payı yıllara göre değişmekle birlikte ortalama %70.00 seviyelerinde olmuştur (Anonim, 2020a). AB ülkeleri arasında ilk sırayı İspanya almış onu İtalya ve Yunanistan izlemiştir. Zeytinyağı üretiminde ise dünyada sırasıyla İspanya, İtalya, Yunanistan ve Türkiye gelmiştir.



Şekil 1.1.Dünyada zeytinin yayılması

Türkiye'nin zeytinyağı üretimindeki dünyadaki yerinin olumlu ve olumsuz yönleri olduğu söylenebilir. Bu alanda dünyada lider konumda bulunan İspanya 2020 yılı verilerine göre 1 230 000 ton üretimiyle Türkiye'nin altı katı üretim gerçekleştirmiştir (Anonim, 2020a). Bu duruma bakıldığında potansiyelini de göz önünde bulundurarak Türkiye'nin mevcut üretim düzeyinin yeterli olmadığı, daha fazla araştırma ve geliştirmeye önem vermesi gerektiği, diğer üretici ülkelerle rekabette öne çıkması gerektiği söylenebilir. Araştırma konusu bu yönüyle de önemlidir. Sektörle ilgili araştırmalar yapılarak geleceğe yönelik planlamalarda doğru kararların verilmesi için yapılacak araştırmaların önemli olduğu söylenebilir.

Türkiye üretim düzeyiyle dünya zeytinyağı üretiminin %7.20'sini gerçekleştiren ülke olarak dünyanın dördüncü büyük zeytinyağı üreticisi olmuştur (Anonim, 2020a).

Zeytin üretimi Türkiye'nin ekonomisi için önemli olduğu kadar tarımı için de önemli olmuştur. Yoğun olarak Türkiye'de Ege, Akdeniz kıyıları ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yetiştirilen zeytin Türkiye tarım alanlarının %2.30'unu oluşturmuş ve yaklaşık 320 000 aile zeytin yetiştiricisi olmuştur (Anonim, 2020b). Bu nedenle zeytinin Türkiye'de önemli bir tarım, sanayi, ticaret ve istihdam ürünü olduğu belirtilebilir.

Zeytinyağı ulusal istatistiki verilerde meyve olarak değerlendirilmekle beraber aynı zamanda bitkisel bir yağdır. Türkiye ise bitkisel yağ alanında dış ticaret açığı vermiştir. Zeytinyağı üretimi alanında yapılan çalışmalar Türkiye'nin bitkisel yağda dışa bağımlılığının azalmasına da katkı sunabilir. Türkiye'nin gıda ürünleri ithalat rakamlarına bakıldığında bitkisel ve hayvansal sıvı-katı yağlar alt sektörü ikinci sırada yer aldığı görülebilir. 2020 yılında Türkiye gıda ve içecek ithalatının %15.70'sini bitkisel yağ ithalatı oluşturmuştur (Anonim, 2020c). Günlük gıda tüketiminde, gıda imalat sektörünün hemen her kolunda, hizmet sektöründe yemek üreten bütün işletmelerde kullanılması nedeniyle bitkisel yağ alt sektöründeki açık her geçen gün artmış, sektör gelişirken aynı zamanda dış ticareti de iki yönlü olarak artış göstermiştir. Bu nedenle zeytinyağı üretimi Türkiye açısından kritik bir öneme sahiptir denilebilir.

Zeytinyağı tüketimi sağlık açısından da oldukça önemli olmuştur. Akdeniz diyetinin vazgeçilmez bir parçası olan zeytinyağının ısı ve kimyasal işlemler görmeden üretilmesi nedeniyle diğer yemeklik bitkisel yağlara göre çok daha farklı özelliklere sahip olduğu bilinen naturel zeytinyağı, özellikle kalp hastalığı riskini azaltıcı, iyi huylu kolesterolü (HDL) yükseltici, kötü huylu kolesterolü (LDL) azaltıcı ve bazı kanser türlerine karşı koruyucu etkisinden dolayı dünyadaki birçok tıp bilim otoritesi tarafından fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilmiştir. Zeytinyağının sağlık açısından bunun gibi birçok faydası da bilimsel araştırmalar ve teknolojik gelişmeler arttıkça daha da fazla ortaya çıkmıştır (Türkoğlu ve ark, 2012).

Türkiye'de zeytinyağı tüketim değerleri ise diğer zeytinyağı üretici ülkelerdeki tüketim ortalamasının altında kalmıştır. Önemli zeytinyağı üreticisi ülke konumunda olan Türkiye'de kişi başına zeytinyağı tüketimi 1.6 kg iken (Anonim, 2020b) diğer önemli üretici ülkelerden Yunanistan'da 12 kg, İspanya'da ve İtalya'da 10 kg, Tunus'ta,

Portekiz’de, Lübnan’da ve Suriye’de 6 kg olmuştur. Son yıllarda kişi başına yıllık zeytinyağı tüketiminde artış gözlenen ABD ve Avustralya’da 1 kg’a ulaşmıştır (Anonim, 2020d). Dünyadaki ve Türkiye’deki mevcut tüketim değerleri dikkate alındığında sektörün zeytinyağının Türk toplumunun gözündeki olumlu imajından yeterince faydalanamadığı söylenebilir. Yapılacak tanıtım çalışmalarıyla tüketimin artırılmasına yönelik önemli katkılar sağlanarak mevcut potansiyel değerlendirilebilir.

Zeytinyağına Türkiye’deki bu olumlu bakışın yanında dünyada da aynı oranda olumlu bir bakış olduğu söylenebilir. Ülkelerin refah seviyeleri yükseldikçe zeytinyağı tüketim değerlerinin artması bunun bir göstergesi olabilir. Dünya zeytinyağı tüketim değerlerine bakıldığında gelişmiş ülkelerin ilk sıralarda yer aldıkları görülebilir. Toplam zeytinyağı tüketiminde ön sıralarda gelen ülkelerin başında AB ülkeleri gelmiş ve bunu ABD izlemiştir (Anonim, 2020e).

Dünya piyasalarındaki zeytinyağına olan bu talep ve değer artışından potansiyeli açısından en çok faydalanması gereken ülkelerin başında Türkiye’nin geldiği söylenebilir. Çünkü Türkiye bu alanda geçmişten gelen bir potansiyele sahip olduğu kadar halihazırda da dünyanın en önemli zeytinyağı üreticilerinden birisi olmuştur. Mevcut üretim gücüyle zeytinyağının uluslararası alandaki artan trendinden en iyi şekilde faydalanabilmesi için sektörel olarak mevcut durumun iyi analiz edilmesi, güçlü ve zayıf yanlarının ortaya konularak doğru adımlar atılmasının önemli olduğu söylenebilir.

Dünya zeytinyağı ihracatına bakıldığında ise üretime paralel olarak yine ilk sıraları AB ülkeleri almış ve ardından Tunus ve Türkiye gelmiştir. 2020 yılında 3.55 milyar \$ ile İspanya en fazla zeytinyağı ihracatı yapan ülke olarak ön plana çıkarken onu İtalya, Portekiz, Tunus, Yunanistan ve Türkiye izlemiştir. Türkiye üretimde dünyada ilk sıralarda yer almasına rağmen ihracatta sıralamada daha aşağılarda yer bulabilmiştir (Anonim, 2020a). İhracat ve tüketim değerlerinde diğer üretici ülkelere göre alt sıralarda yer alan Türkiye’nin pazarlama alanında eksikliklerinin olduğu söylenebilir. Türkiye zeytinyağı ihracatındaki mevcut durum sektöre yönelik araştırma yapılmasının önemini bir kez daha ortaya koymuştur.

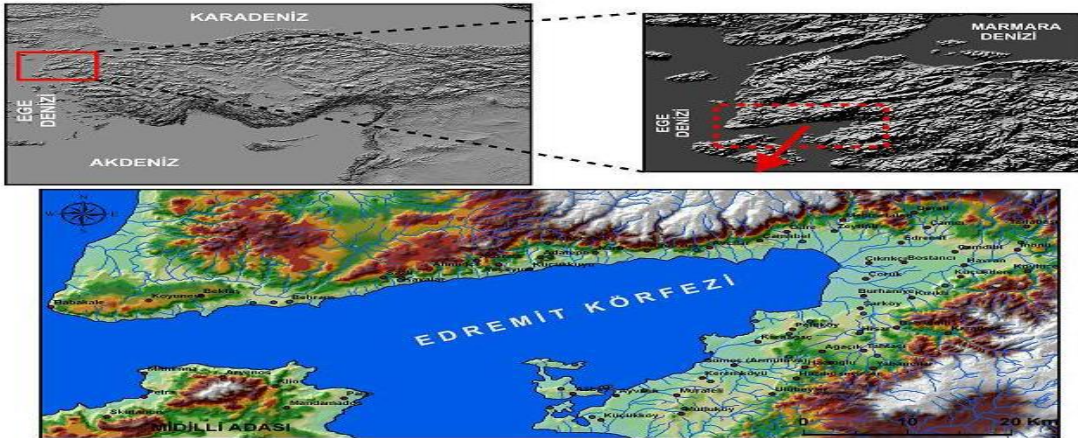
Yukarıdaki verilerden yola çıkılarak zeytinyağının Türkiye için ne kadar önemli bir tarım ürünü olduğu ve potansiyelinin yeterince değerlendirilemediği vurgulanabilir. Zeytinyağı üretimi açısından Türkiye'nin en önemli bölgelerinden biri olarak TR22 Bölgesi belirtilebilir. Bu bölge Balıkesir ve Çanakkale illerini kapsar.

TR22 Bölgesi, Türkiye'nin en önemli zeytin ve zeytinyağı üretim merkezlerinden birisi olmuştur. Türkiye'deki zeytinyağı üretiminin yaklaşık %12.40'ı bu bölgede gerçekleştirilmiştir (Anonim, 2020f). TR22 Bölgesi'ndeki tarım alanlarının %16.12'si zeytinliklerden oluşmuştur. Yine TR22 Bölgesi zeytin üretiminin %89.00'u yağlık zeytin alanlarından oluşmuştur (Anonim, 2020f). Bu oranlara göre TR22 Bölgesi'nde yağlık zeytinin baskın bir şekilde bulunduğu görülebilir. Zeytinyağı bu açıdan bölge için oldukça önemli olmuştur. Mevcut verilere bakıldığında TR22 Bölgesi'nde yağlık zeytin alanında yapılacak araştırmaların bölgeye ve Türkiye'ye faydasının olacağı söylenebilir.

Bölge, zeytinyağı üretim miktarı kadar kalite açısından da önemli bir pozisyona sahip olmuştur. Zeytinyağı üretiminde sadece TR22 Bölgesi'nin değil Türkiye'nin en önemli üretim merkezlerinden birisi olduğu söylenebilir. Yöredeki iklim koşulları ve coğrafi yapının sağlamış olduğu optimum şartlar nedeniyle zeytinyağının koku, tat, aroma ve nefaseti en üst düzeydedir. Üretilen yağlar ulusal ve uluslararası yarışmalarda çeşitli dereceler almıştır.

TR22 Bölgesi'nde yağlık zeytin işletmeleri yoğun olarak Edremit Körfezi çevresinde bulunmuştur. Coğrafi olarak bölge, Edremit Körfezi'nin en batı ucu olan Baba Burnu'ndan başlayarak Kaz Dağının güney eteklerini takip ederek ilerlemekte ve doğudaki Madra Dağı'nın batı eteklerini takip ederek Ayvalık güneyinde yer alan tuzlada son bulmuştur. Bu bölge coğrafi olarak mikro klima kabul edilmiş ve kendine has bir iklimi oluşturmuştur (Tümen ve ark., 2007). Bu nedenle de bölgede üretilen zeytin ve zeytinyağı ayrı bir tat ve nefasete sahip olmuştur. Bu özelliğini Türkiye'de zeytinyağında alınan 5 coğrafi işaretin ikisini alarak taçlandırmıştır. 1968 yılında yapılmış olan bir çalışmada Ege Bölgesi'nde işletilen başlıca zeytinliklerin Edremit Körfezi kıyılarında, Büyük Menderes vadisinde ve Milas civarında toplanmış olduğunu

belirtilmiş ve bunlardan en önemlisinin Edremit-Ayvalık bölgesi olduğunun altı çizilmiş ve en iyi yemeklik zeytinyağlarının bu bölgeden elde edildiği ifade edilmiştir (Tanoğlu, 1968). Atalay ve Mortan (1997)'ın çalışmasında Ege Bölgesinin zeytin ve zeytinyağı üretimi bakımından Türkiye'nin ana üretim sahası olduğu belirtilmiş, önemli zeytinliklerin Edremit Körfezi çevresinde bulunduğu ifade edilmiş ve Edremit, Burhaniye ve Havran dolaylarının bir zeytin ormanı görünümünde olduğu açıklanmıştır (Efe ve ark., 2013). Günümüzde Ege Bölgesi'nde bölgede yetiştirilen zeytinyağları her yıl dünyanın değişik yerlerinde yapılan yarışmalarda birincilikler almıştır. Bölgede üretilen zeytinyağı uluslararası pazarlarda İtalya Toscana bölgesi ve Girit Adası'nda üretilen ün yapmış yağlarla birlikte anılmış ve tüketiciler tarafından bilinçli bir şekilde tercih edilmiştir.



Şekil 1.2. TR22 Bölgesi yağlık zeytin üretim alanı

Bölgede yağlık zeytin üretimine paralel olarak zeytinyağı sanayisi de gelişme göstermiştir. Yörede zeytinyağı, zeytin, sabun, pirina ve zeytinle ilgili diğer yan ürünlerin imalatını yapan 300'den fazla tesis kurulmuştur (Anonim, 2020c). Bu nedenle bölgenin zeytinyağı üretim zinciri ve pazarlama kanalları üzerinde yapılacak araştırmalar sektörün geleceğine yön vermesi, mevcut potansiyelin yeterince değerlendirebilmesi, üretim ve pazarlama sürecindeki problemlerin ortaya konularak çözüme kavuşturulması açısından önemli olduğu söylenebilir.

1.2.Araştırmanın Önemi

Türkiye ve TR22 Bölgesi için zeytin ve zeytinyağı üretimi önemli olmasına rağmen sektörde kalite, pazarlama, standartlar, üretim teknolojileri vb. alanlarda sorunlar yaşanmıştır. Bu sorunların tespit edilmesine ve çözümüne yönelik yöntemlerin geliştirilmesi amacıyla bu bölgede araştırma yapılması bölge ve Türkiye'nin tarımına, zeytin üretimine ve ekonomisine önemli katkılar sunacağı söylenebilir.

Bu çalışma sahadan elde edilen bilgilerle üretimde, zeytin işlemede, ihracatta ve pazarlama organizasyonunda mevcut sorunların bulunmasına ve çözümüne yönelik yapılacak diğer araştırmalara kaynak oluşturduğu söylenebilir. Zeytin üretiminde ileriye dönük yapılacak planlama çalışmalarına katkı sunmuş olduğu belirtilebilir. AB pazarına yönelik zeytin ve zeytinyağı ihracatı yapacak girişimcilere sektörün mevcut durumuyla ilgili bilgi edinebilecekleri bir kaynak oluşturmuş, bölgenin ve Türkiye'nin zeytin ve zeytinyağı üretim politikalarının gelişmesine katkı sağlamış olduğu söylenebilir. Zeytin ve zeytinyağı sektörüyle ilgilenen yatırımcılara yeni girişimlerinde ulaşabilecekleri bir bilgi kaynağı olduğu belirtilebilir.

1.3.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

TR22 Bölgesi'nde zeytinyağı sektörünün bölgenin en önde gelen tarımsal üretim sektörlerinden biri olduğu söylenebilir. Bu nedenle de sektörün bölge için ekonomik, sosyal ve kültürel yönden öneminin büyük olduğu söylenebilir. Sektörün bölgede hayatın her alanına doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkisi olmuştur. Bununla beraber bölgedeki zeytinyağı sektöründe gerek üretim gerekse pazarlamada bir takım ekonomik ve teknik sorunların olduğu bilinmektedir. Araştırmadan elde edilen bulgulara dayanarak mevcut sorunların tespiti ve çözümü bu çalışmanın ana amacını oluşturmuştur. Araştırmanın diğer bir amacı ise Türkiye ekonomisine katkı sunma potansiyeli bulunan bölge zeytinyağı sektörü için geniş çerçevede bilgi sunmaktır. Bunun dışında çalışmanın diğer amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- Bölgede bulunan yağlık zeytin üreticilerinin mevcut sosyo-ekonomik durumlarını ve sermaye yapılarını ortaya koymak,

- İşletmelerin ekonomik analizinin yapılarak yıllık faaliyet sonuçlarını belirlemek,
- İşletmelerin faaliyet sonuçlarına etki eden faktörleri belirlemek,
- Sektörde yer alan üretici ve zeytin işleyen işletmelerin üretim, işleme ve pazarlama sürecinde yaşadığı sorunları belirlemek,
- Pazarlama organizasyonunun durumunu ve etkinliğini değerlendirmek,
- İçsel ve dışsal faktörlerin sistematik bir şekilde değerlendirilmesi; pazarlamada daha iyi bir etkinliğe ulaşmak amacıyla bölgenin sahip olduğu potansiyel ile dışsal faktörler arasındaki uyumu optimize etmek isteyen işletme sahipleri veya politikacılar için rehber niteliğinde bir kaynak hazırlamak,
- Sektörde yer alan zeytin işleyen işletmelerin ihracat durumlarını ve yaşanan sorunları ortaya koyarak ihracatın artırılmasına yönelik yapılabilecekleri belirlemek
- Zeytin ve zeytinyağı fiyatlarının üreticiden tüketiciye ulaşıncaya kadar ki değişimini belirleyerek üreticilerin tüketim fiyatından ne kadar pay aldıklarını tespit etmek
- Bölgedeki zeytinyağı üretim ve işleme sektörünün güçlü ve zayıf yönlerini ortaya koyarak bu alandaki tehdit ve fırsatları tespit etmektir.

Çalışma TR22 Bölgesi'nde yer alan Balıkesir ve Çanakkale illerinde yağlık zeytin üretimi yapılan alanlarda üretim yapan, zeytin-zeytinyağı işleyen ve aracılık yapan işletmeleri kapsamıştır. Çalışmanın birinci bölümü zeytin ve zeytinyağına yönelik genel bilgilerin, araştırmanın amacının ve öneminin yer aldığı giriş kısmından oluşmuştur. İkinci bölümde bu konuda yapılmış benzer çalışmaların özetleri yer almıştır. Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan birincil ve ikincil materyal, örnek sayısının belirlenmesine ilişkin yöntem ve uygulanan analiz yöntemleriyle ilgili ayrıntılı bilgiler yer almıştır. Dördüncü bölümde Dünya'da ve Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı üretimi, tüketimi, dış ticareti hakkında ve TR22 Bölgesi'nde araştırma alanını oluşturan Balıkesir ve Çanakkale illeri hakkında genel bilgiler verilerek tarımsal yapıları aktarılmaya çalışılmıştır. Ayrıca Dünya'da ve Türkiye'de geçmişten günümüze zeytinyağı politikalarıyla ve zeytinyağı sektöründeki üretici örgütlenmeleriyle ilgili bilgi verilmiştir.

Araştırmanın beşinci bölümünde yağlık zeytin üreten küçük ve orta ölçekli tarım işletmeleri ve zeytin ve zeytinyağı işleyen işletmeleri ve sektördeki araçlara yönelik araştırma sonuçları yer almıştır. TR22 Bölgesi'nde zeytinyağı sektöründeki pazarlama organizasyonunun yapısı incelenen işletmeler üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. İncelenen işletmelerde elde edilen sonuçlara ilişkin yapılan Lojistik Regresyon analizine yer verilmiştir. İncelenen işletmelerden elde edilen bilgilerden yola çıkılarak bölgenin SWOT analizi yapılmıştır. Altıncı bölüm olan son bölümde ise araştırma sonuçlarına yer verilmiş; sonuçlar hakkında değerlendirmeler ve önerilerde bulunulmuştur.



2.LİTERATÜR ÖZETLERİ

2.1.Zeytin Üreten İşletmeler İle İlgili Çalışmalar

Işın ve Koçak (2003), ‘İzmir İlinde Farklı Üretim Teknikleri Uygulayan Zeytin Sıkma Tesislerinin Ekonomik Analizi’ adlı çalışmalarında İzmir ilinde farklı üretim teknikleri uygulayan zeytinyağı üretim işletmelerinin genel özellikleri incelenmiş ve sürekli, sulu ve kuru teknikleri ekonomik açıdan karşılaştırılmıştır. Zeytinyağı üretim teknikleri arasında sürekli sistemin ekonomik açıdan daha avantajlı olduğu, sürekli üretim yapan bir işletmenin sabit sermaye gereksiniminin oldukça yüksek olmasına karşın, yatırımın geri kazanımı açısından bu sistemin diğerlerine göre daha kârlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Sezener (2005), ‘Türkiye’de Zeytinyağına Uygulanan Destekleme Politikalarının Aydın İli Zeytin Ekonomisine Etkisi’ adlı çalışmasında zeytinyağına uygulanan destekleme politikaları 1980 öncesi ve sonrası olarak ele alınarak bunların Aydın ili zeytin sektörüne etkileri incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda Aydın ilindeki üreticilerin serbest ticaret koşullarına göre vergilendirildiği, zeytinyağını en yüksek değerden Tarih’in almasına rağmen üreticiler ürünlerini hemen paraya çevirmek amacıyla zeytinyağının %75.30’unu tüccarlara pazarladıkları, üreticilerin %85.44’ünün en az bir tarımsal kooperatife üye olduğu, hasatın %73.47 oranında sıvı olarak yapıldığı, üreticilerin %91.84’ü prim uygulamasından yararlandığı ve bunların %32.65’inin bu uygulamaya olumlu baktıkları, %73.47’sinin ise doğrudan gelir desteği uygulamasını olumlu buldukları belirlenmiştir.

Özgürsoy (2006), ‘Hatay İlinde Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Ekonomik Analizi’ adlı çalışmasında Hatay ilindeki zeytin ve zeytinyağı üreticilerinin sosyo-ekonomik durumunu incelemiştir. İncelenen işletmelerde ortalama işletme büyüklüğü 78.00 da, zeytin ağacı sayısı 726, zeytin üretim miktarı 32.00 ton, tarımsal gelir 178 000.00 TL, öz sermaye karlılığı %32.9, yatırım sermayesi karlılığı ise %34.10 olarak hesaplanmıştır. Bölgede zeytin işleme süresinin ekim ayında başlamak üzere 3 ay, işletme başına ortalama zeytin işleme miktarının ise 347 ton olduğu belirlenmiştir.

Kendirlioglu (2008), 'Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi ve Üretici Memnuniyetinin Belirlenmesi: Aydın İli Örneği' adlı çalışmasında Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği'ne bağlı Aydın ilinde bulunan 13 kooperatife üye üreticiler incelenmiş, yapılan inceleme sonucunda kooperatife ortak olan üretici sayısı arttıkça ürün teslim edilme oranında artış olduğu, ancak ortakların ürettiği zeytinin bir kısmını tüccara vermeleri nedeni ile Tariş'e ürün teslim edilme oranında yıllara göre değişim olduğu, üretici ortakların bir üretim sezonunda yaklaşık olarak ürettikleri zeytinin %80.00'ni Tariş'e yağ için sıktırdıkları, elde edilen zeytinyağının %60.00'mı Tariş'e, %11.00'ini tüccara sattıkları, %29.00'nu da ev tüketimlerine ayırdıkları tespit edilmiştir.

Başaran (2011), 'Zeytin ve Zeytinyağı Üreten Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümüne Yönelik Alternatif Öneriler' adlı çalışmasında Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde zeytin ve zeytinyağı üreten küçük ve orta ölçekli işletmelerin mevcut yapısı ortaya konmuş, üretimleri ve sorunlarına yönelik bilgi seviyeleri ve beklentileri belirlenmiştir. Üreticilerin zeytin arazilerinin %74.70'si 3-49 da arasında, %17.40'ü 50-99 da arasında ve %7.90'u 100 da ve üzerinde olduğu bulunmuştur. Yapılan uyum analizi sonucunda ilkokul mezunu olan üreticilerin (%45.00'i) arazi büyüklüğünün 0-49 da arasında; ortaokul ve lise mezunu üreticilerin (%44.00) ise 50-99 da arazi büyüklüğü arasında olduğu belirlenmiştir. Üreticiler yaşadığı en önemli sorun girdi maliyetlerinin yüksekliği (%27.50) olarak belirtilirken; işletmeler açısından maliyetlerin yüksekliği (%15.70) en önemli sorun olarak belirtilmiştir. Üreticilere yönelik yapılan Tek Yönlü Varyans (ANOVA) analizinde Balıkesir ilindeki üreticiler Bursa ve Çanakkale'deki üreticilere göre zeytinciliğin sorunlarını daha fazla desteklediklerini ve katıldıklarını belirtmişlerdir.

Vakoufaris ve Kizos (2011), 'Valorisation of a Local Asset: The Case of Olive Oil on Lesbos Island, Greece' adlı çalışmalarında Yunanistan'ın Midilli Adası'ndaki küçük zeytin işletmelerinin konvansiyonel üreticilere karşı durumları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda işletme büyüklüğünün ekonomik yönden önemli olduğu, küçük işletmelerin zeytin ve zeytinyağı üreticisi olmalarına ve zeytin üretim bölgelerinde bulunmalarına rağmen bu avantajlardan yeterince

yararlanamadıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca devlet desteklerinin bu işletmelerin sürdürülebilirliklerine yeterince katkı yapmadığını, ancak bölge zeytinyağı için alınan coğrafi işaretten olumlu yönde faydalandıklarını belirlemişlerdir.

Seçer ve Emeksiz (2012), 'Doğu Akdeniz Bölgesi'nde Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi, Pazarlaması ve Bölgede Zeytinciliği Geliştirme Olanakları' adlı çalışmalarında Doğu Akdeniz Bölgesi'nde zeytincilik sektörü bir bütün halinde incelenerek, sektör ürünlerinin üretim ve pazarlama aşamalarındaki mevcut sorunları saptanmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda zeytin üretim tekniğinin iyileştirilmesi, pazarlama organizasyonundaki aksaklıkların giderilmesi, hedef pazarların belirlenerek pazarlama stratejilerinin oluşturulması ve markalaşma çalışmalarına hız verilmesi gerektiği belirtilmiştir. Yapılan araştırmada sektör pazarlama bağlamında sofralık, yağlık dane zeytin ve zeytinyağı kapsamında incelenmiştir. Bu araştırmada ise zeytinyağı sektörüne odaklanılmıştır. Ayrıca pazarlama yapısı incelenmiş olmakla beraber diğer çalışmadan farklı olarak işletmelerin sermaye yapısının ve yıllık faaliyet sonuçlarının analizi yapılarak araştırma bölgesindeki sektörün durumu bütüncül bir yaklaşımla ele alınmış ve sorunlara çözüm önerileri sunulmuştur.

Apaydın ve ark. (2014), 'Türkiye'de Zeytinyağı Sanayinin Gelişimi Açısından Zeytin Üreticilerinin Sorunları: İzmir İli Örneği' adlı çalışmalarında İzmir ilindeki zeytin üreticilerinin sorunları ve bu sorunların zeytinyağı sanayisine etkileri incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda zeytin üreticilerinin karşılaştığı sorunların başında; girdi fiyatlarının yüksekliği, talep yetersizliği, desteklemelerin yetersizliği, kültürel teknikler konusunda eğitimlerin yeterli olmaması ve örgütlenme sorunları gelmiştir. Bu sonuçlara göre, üreticilerin özellikle bakım, hasat, depolama ve örgütlenme konularında desteklenmeleri ve bilinçlendirilmeleri gerektiği, bunun sonucunda üretici örgütlerinin de etkin olduğu bir pazarlama organizasyonu ile üreticilerin gelirleri ve üretimde verimliliğin artabileceği, böylece zeytinyağı sanayinin ihtiyaç duyduğu kalite ve miktarda hammadde sağlanabileceği belirtilmiştir.

Faus (2014), 'How is Agriculture Reproduced? Unfolding Farmers' Interdependencies In Small-Scale Mediterranean Olive Oil Production' adlı çalışmasında İspanya'nın Alto

Palancia ilçesindeki zeytin işletmeleri özelinde küçük ve yerel zeytin üretiminin konvansiyel üretimden farklarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda yereldeki küçük işletmeler için zeytin üretiminin sadece tarımla değil, kültürel ve sosyal varlığı devam ettirmekle de ilgili olduğunu, konvansiyel üretim yapan işletmelere karşı zayıf yönlerini kooperatifleşmeyle aşabilecekleri sonucuna varmıştır. Ayrıca tarım politikalarının da yerelde yer alan küçük işletmelerin varlığını devam ettirmesine katkı yapacak yönde düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir.

Başaran ve Yılmaz (2016), 'Tekirdağ İli Şarköy İlçesi'nde Zeytin Üretiminin Ekonomik Analizi' adlı çalışmalarında Tekirdağ ili Şarköy ilçesindeki zeytin üreticilerinin sosyo-ekonomik durumları incelenmiştir. Yapılan incelemede Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 2013 yılı için incelenen işletmeler ortalaması zeytin verimi dekara 271.46 kg, Gayri Safi Üretim Değeri 461.55 TL ve dekara Brüt Kar -2.55 TL olarak hesaplanmıştır. Net kar -1 146.17 TL olarak bulunmuştur. Üreticilerin %33.30'ü ilk akla gelen sorun olarak zeytin sineğini işaret ettikleri bulunmuştur.

Ilgar (2016), 'Çanakkale İlinde Zeytin Yetiştiriciliği ve Yaşanan Sorunlar' adlı çalışmasında Çanakkale ilinde gelirinin düşük olması nedeniyle zeytin üretiminin azaldığı belirtilmiştir. Yüksek girdi maliyetleri, yağ fabrikalarının azlığı, engebeli coğrafya, yaşlı nüfusun fazlalığı, hasatta sırik kullanımı ve nakliyede çuval kullanımının bölgedeki zeytin üreticilerin gelirinin düşmesine neden olan faktörler olduğu belirtilmiştir.

Maitah ve ark. (2016), 'Economic Analysis of Olive Oil Production Costs as Influenced by Farm Size in Syrian Coastal Region' adlı çalışmalarında Suriye'nin Lazkiye Bölgesi'ndeki zeytin üreten işletmelerin işletme büyüklüğünün üretim maliyetlerine olan etkilerini incelemişlerdir. Yapılan çalışma sonucunda 1 kg zeytinyağı üretim maliyetini 676.9 SP (4.4 TL) – 917.7 SP (5.9 TL) arasında belirlemişler. Ayrıca karlı bir üretim yapılabilmesi için en küçük arazi büyüklüğünün 32.9 da olması gerektiğini belirlemişlerdir.

Özalp ve ark. (2016), 'Manisa İli Soma İlçesi'nde Yağlık Zeytin Üretiminin Ekonomik Analizi' adlı çalışmalarında Manisa ili Soma ilçesinde zeytin üretimi yapan işletmelerin yıllık üretim, maliyet ve karlılıkları belirlenmiştir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre; zeytin üretiminde değişken masraflar 752.01 TL/da, sabit masraflar 394.26 TL/da, toplam üretim masrafları ise 1 146.27 TL/da olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde birim alana 909.43 TL Brüt Kar, 515.16 TL Net Kar elde edildiği, zeytin üretim maliyetinin 1.44 TL/kg, ortalama zeytin fiyatının ise 2.09 TL/kg olduğu bulunmuştur. Yapılan incelemeler neticesinde yağlık zeytin üretiminin karlılığının yüksek olduğu belirlenmiştir.

Özaltaş ve ark. (2016), 'Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu' adlı çalışmalarında Türkiye'de zeytinin üretildiği bölgelerdeki üreticiler, sanayiciler ve aracılarn sosyo-ekonomik durumları incelenmiştir. İnceleme esnasında Türkiye zeytinin coğrafi ve ekonomik koşullarına göre Marmara Üretim Bölgesi, Körfez Üretim Bölgesi, Gediz Üretim Bölgesi, Güney Ege Üretim Bölgesi, Kıyı ve Doğu Akdeniz Üretim Bölgesi ve Doğu Karadeniz Üretim Bölgesi olmak üzere altı bölgeye ayrılarak bölgesel inceleme yapılmıştır. Zeytinin yetiştirildiği bölgelerde engebeli coğrafyanın ve üretim tekniklerinin üretimi etkilediği, üretimde ve zeytin işlemede kaliteye dikkat edilmediği, işlenen zeytinyağı miktar ve kalitesinin takip edilebilmesi için sayaç zorunluluğu getirilmesi, kayıtdışı üretimin önüne geçilmesi, ihracatı artırmak için ise sürekli ve kaliteli hammadde tedarik sisteminin kurulması gerektiği belirtilmiştir.

Berg ve ark. (2018), 'A Comparison Between Organic and Conventional Olive Farming in Messenia, Greece' adlı çalışmalarında Yunanistan'ın Messenia bölgesindeki organik ve geleneksel zeytin üreticilerini ekonomik yönden incelemişlerdir. Araştırma sonucunda organik zeytin yetiştiriciliğinin, organik zeytinyağı fiyatının normal zeytinyağına göre çok yüksek olması nedeniyle geleneksel tarıma göre önemli ölçüde daha karlı olduğunu belirlemişlerdir. Buna rağmen düşük üretim miktarı nedeniyle geleneksel zeytin üreticilerinin çoğunluğunun organik tarımı daha az karlı bulunduğunu belirlemişlerdir. Bununla beraber tüm üreticiler organik zeytin tarımının daha iyi bir çevre, sağlık ve zeytinyağı kalitesine katkıda bulunduğu konusunda aynı fikirde olduklarını belirlemişlerdir.

Öztürk ve ark. (2018), 'Çanakkale'nin Tarımsal Yapısı İçinde Zeytinciliğin Yeri ve Önemli Sorunlar' adlı çalışmalarında zeytin yetiştiriciliğinin Çanakkale ilinin ekonomisinde ve Türkiye tarımındaki payı ve önemi incelenmiştir. Çanakkale ilinde zeytinlik alanların buğday alanlarından sonra ikinci sırada geldiği, ekonomik değer yönünden ise tarım ürünleri açısından birinci sırada yer aldığı, zeytin üretimi açısından Ayvacık ve Ezine ilçelerinin ön plana çıktığı, Çanakkale ilinin Türkiye yağlık zeytin üretiminin %12.00'sini gerçekleştirdiği belirlenmiştir.

2.2.Zeytinyağı Sanayisi İle İlgili Çalışmalar

Çevik ve ark. (2015), 'Çeşit, Olgunluk ve Yoğurma Şartlarının Zeytinyağı Verimi, Bazı Kalite Parametreleri ve Aroma Profili Üzerine Etkisi' adlı çalışmalarında zeytinyağı üretim işleminde zeytinyağı kalite ve bileşimini en çok etkileyen faktörün yoğurma koşulları olduğu ve yoğurma koşullarından sıcaklık ve süre artışının zeytinyağı kalitesini ve aroma bileşimini olumsuz yönde etkilediği belirtilmiştir. Olumsuz yoğurma şartlarında yağ verimi, serbest yağ asitlik değeri ve istenmeyen aroma bileşenlerinin arttığı, istenen aroma bileşenleri, peroksit, K232 ve K270 değerlerinin azaldığı tespit edilmiştir.

Sakar (2015), 'Zeytinyağı Sektörünün Gaziantep İlinde Mevcut Durumu ve Ekonomik Analizi' adlı çalışmasında Gaziantep ili genelinde faaliyet gösteren 30 adet zeytinyağı işleme tesisi incelenmiştir. İnceleme sonucunda etiketsiz tenekelere dolum yapılması ve tenekelerde kontrol ve denetim eksikliği, zeytinyağı fabrikalarının depolama mekanizmalarının (krom ve azot tanklarının) olmaması, Gıda Üretim İzin Belgesi alınmaması, sıkma taban ve tavan ücreti belirlenmiş olmasına rağmen uyulmaması, tağşiş uygulamaları ve kooperatifleşememe sorunlarının sektörde yaşandığı tespit edilmiştir.

Hocaoğlu ve ark. (2017), ' Türkiye'deki Zeytinyağı İşletmelerinin 3 Fazlıdan 2 Fazlı Üretime Geçiş Durumunda Pirina Tesislerinin Yeterliliğinin CBS Destekli Analizi' adlı çalışmalarında Türkiye'deki tüm zeytinyağı işletmelerinin 2 faza geçmesi durumunda, ortalama 925 000.00 ton/sezon pirina oluşacağı, illere göre artış miktarının Aydın,

Balıkesir ve Manisa illerinde 30 000.00 ton/sezon'dan fazla; Çanakkale, Hatay, Mersin, İzmir ve Muğla illerinde 15 000.00-30 000.00 ton/sezon arasında olacağı öngörüsüne ulaşılmıştır.

Özdoğan ve Tunaliolu (2017), 'Zeytinyağında Kalite ve Markalaşmanın İncelenmesi' adlı çalışmalarında kaliteli zeytinyağı üretiminde, zeytinin çeşidi, yetiştirildiği coğrafi yöre, iklim, toprak yapısı, yetiştiricilikte uygulanan kültürel işlemler, hasattan sonra mahsulün işletmeye kasalarda getirilmesi ve sonrasında zeytinyağının depolanması gibi birçok kriterin etkili olduğu, zeytinyağı üretiminde ve tüketiminde kalitenin sürdürülebilirliği için üretici ve tüketicilerin bilinçlendirilmesinin önem taşıdığı vurgulanmıştır.

Özdoğan (2018), 'Türkiye'de Zeytinyağında Kalite ve Markalaşmanın İncelenmesi' adlı çalışmasında Türkiye'nin kaliteli ve markalı üretime önem veren, özel ve özenli üretim yapan, kendilerini butik üretici olarak ifade eden ulusal ve uluslararası zeytinyağı kalite yarışmalarına katılarak ödül alan ve kalite markalarını tescillendiren işletmeler incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda üretim sürecinde özeni artıran her faktör bir yandan maliyetlerin artmasına ve bunun fiyatlara yansımaları nedeniyle özel (butik) üretim yapan firmaların satış fiyatlarının yüksek olmasına neden olurken diğer yandan da ulusal ve uluslararası yarışmaların kalite ve markalaşma sürecini olumlu etkilemekte olduğu, firmaların ulusal ve uluslararası rekabet güçlerinin test edildiği ve uluslararası platformda tanınırlılıklarını sağladığı belirlenmiştir.

2.3.Zeytin Sektöründe AB ile İlişkiler ve Dış Ticaretle İlgili Yapılan Çalışmalar

Güldoğan (2006), 'Avrupa Birliği'nin Zeytin ve Zeytinyağı Reformu ve Türkiye'nin Topluluk Müktesebatına Uyumu' adlı çalışmasında AB Ortak Tarım Politikası'nın 2003 yılındaki Fischler Reformu ile üretim ile bağlantısız ve çapraz uyuma tabi olarak destekleme yapan ve modülasyon aracılığıyla kırsal kalkınmaya güç veren bir yapı kazandığı, bu çerçevede AB üye ülkelerde zeytin ve zeytinyağı üretimine verilen desteklerin de yeniden şekillendiği ayrıntılı şekilde açıklanmıştır.

Çobanoğlu ve Tunalıoğlu (2013), 'Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Üretiminde Uzmanlaşmış Çiftlikler ile Türkiye'de Sofralık ve Yağlık Zeytin Üreten Çiftliklerin Bazı Ekonomik Göstergeler Dikkate Alınarak Karşılaştırılması' adlı çalışmalarında derin ve ayrıntılı bir literatür taramasına dayalı olarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında AB ve Türkiye'deki zeytin üreticileri bazı ekonomik göstergeler ışığında karşılaştırması yapılmıştır. Genel olarak işçilik maliyetlerinin, toplam üretim maliyetleri içerisinde en önemli bölümü oluşturduğu tespit edilmiştir. İncelenen dönem için, İtalyan zeytinyağı üreticilerinin en başarılı oldukları belirlenmiştir. Bunu sağlayan en önemli sebeplerin ise; ton başına düşen yüksek fiyat artışları ve toplam maliyetlerdeki sınırlı artışların olduğu tespit edilmiştir.

Bayramer (2015), 'Türkiye'nin Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı İhracatındaki Sorunların Değerlendirilmesi' adlı çalışmasında Türkiye'nin sofralık zeytin ve zeytinyağının dış pazardaki rekabeti ve sorunları sektör paydaşlarının düşünce ve görüşleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bunun neticesinde ihracatta en önemli sorunun rekabet gücünü olumsuz etkilemesi nedeniyle kaliteli hammadde de sürdürülebilirlik ve fiyat istikrarsızlığı olduğu, bu sorununun çözümü için lisanslı depoculuk sisteminin, arz - değer zincirinde sadece görsel değil işlevsel de olmasının gerekli olduğu, ayrıca AB'nin Türkiye'ye uyguladığı gümrük vergisi ve diğer ülkelere tanınan kota hakkının Türkiye'ye tanınmamasının diğer bir ciddi sorun olduğu, bunun ise AB ile uyumlaştırılacak yapıcı ve kalıcı politikaların oluşturulmasında siyasi otoritenin daha fazla gayret göstermesi ile çözülebileceği belirtilmiştir.

Mete (2015), 'Türkiye'nin Daha Karlı Zeytinyağı İhracatı Yapabilmesi İçin Ticari İstihbarat Ve Hedef Pazar Seçiminin Önemi Örnek Bir Uygulama' adlı çalışmasında AB'nin Türkiye'ye uyguladığı kotalar ve vergiler incelenmiş olup uygulanan politikaların Türkiye zeytinyağı ihracatçılarına olumsuz etkilediği, ABD'ye yapılan ihracatın AB'ye yapılan ihracattan daha karlı ve pazara girişin daha kolay olduğu, Türkiye'nin bunun gibi AB'ye göre girişi daha kolay pazarlara yönelmesi gerektiği, bunun için gerekli bilgilere nasıl ulaşılabileceği açıklanmıştır.

3.MATERYAL ve YÖNTEM

3.1.Materyal

‘TR22 Bölgesi’nde Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Yer Alan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi ve Pazar Organizasyonunun Belirlenmesi’ adlı çalışmanın ana materyali; tesadüfi olarak belirlenen üreticiler, aracılar ve zeytinyağı işleme tesisi sahipleri ile yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen orijinal nitelikteki verilerden oluşmuştur. Bu araştırmanın anket formu hazırlanırken, öncelikle araştırma konusuna benzer konularda yapılmış anket formları ve daha önce yapılmış literatür çalışmaları incelenerek, uzman kişilerin görüşleri de alınarak araştırmanın amacına uygun bir şekilde düzenlenmiştir.

Konuyla ilgili olan kitaplar, tezler, dergiler, makaleler, kamu ve özel kuruluşların çalışmaları, Türkiye İstatistik Kurumu ve uluslararası düzeyde çalışmalar yapan FAO vb. kuruluşların verileri, ikincil verileri oluşturmuştur. Ayrıca ilgili internet sitelerinden yararlanılmıştır.

Araştırma bölgesine ait bilgiler; 2018 yılı TR22 Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Balıkesir ve Çanakkale Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumları, Balıkesir ve Çanakkale Valilikleri Nüfus İl ve İlçe Müdürlükleri, Balıkesir ve Çanakkale Tarım ve Orman İl ve İlçe Müdürlükleri, Balıkesir ve Çanakkale Ticaret ve Sanayi Odaları, Balıkesir ve Çanakkale İl Meteoroloji Müdürlükleri kayıt, rapor ve yayınlarından sağlanmıştır.

3.2.Yöntem

3.2.1.Örnekleme ve anket aşamasında uygulanan yöntem

TR22 Bölgesi’nde yer alan Balıkesir ve Çanakkale illeri köy bazında üretici sayıları ve işleme tesisleri ile ilgili veriler, bölgedeki Tarım ve Orman İl ve İlçe Müdürlüklerinden elde edilerek popülasyon tespiti yapılmıştır. Popülasyon tespiti sonucu Balıkesir ve

Çanakkale illerinin hangi bölümlerinde yağlık zeytin üretimi yapıldığı ve işleme tesisi bulunduğu belirlenmiştir. Daha sonra TR22 Bölgesi'ndeki öncelikle yağlık zeytin üreticileri olmak üzere araçlar ve zeytinyağı işleyen işletmeleriyle yapılan anket çalışması sonucu elde edilen verilerin analizi yapılmıştır.

Yağlık zeytin üreten işletmeler bölgede genel olarak Edremit Körfezi etrafında yoğunlaşmıştır. Bu nedenle de örnek kapsamının belirlenmesi için, popülasyon tespiti sonucu belirlenen ağaç sayıları ve üretim miktarları da dikkate alınarak gayeli örnekleme yöntemiyle yağlık zeytin işletmelerinin yoğun olarak bulunduğu ilçelerin seçimi yapılmıştır. Araştırma bölgesinde yer alan Balıkesir ilinde 5 ilçede toplam 5 740 işletme ve Çanakkale ilinde 2 ilçede toplam 3 469 işletme olmak üzere bölgede toplam 9 209 yağlık zeytin üreten işletme olduğu belirlenmiştir. Araştırma bölgesinde yer alan bu 9 209 işletme araştırmanın evrenini oluşturmuştur.

Araştırma bölgesindeki işletmelere ait yeterli istatistiki veri bulunduğundan dolayı tesadüfi örnekleme yöntemlerinden Tabakalı Tesadüfi Örnekleme Yöntemi seçilmiştir. Araştırma bölgesinde örnekleme çalışması için işletme sayısının belirlenmesinde, örnekleme kriteri olarak işletme arazisi büyüklüğü esas alınmıştır.

Bundan sonra öncelikle yağlık zeytin üretimi yapan işletmeler yerleşim yerlerine göre sınıflandırılmıştır. Bu işletmeler çoğunlukla çok parçalı olduğundan dolayı işletmenin toplam büyüklüğü belirlenmiştir.

Daha sonra excel programı kullanılarak tüm işletmeler küçükten büyüğe doğru sıralanmıştır. Örnekleme çalışmasını yapmak için öncelikle örnekleme popülasyonunun homojen olup olmadığı tespit edilmiştir. Bunun için araştırma bölgesinde yer alan tüm işletmelerin sahip olduğu arazi büyüklükleri dikkate alınarak bir çizelge oluşturulmuş ve bu çizelge üzerinden örnekleme çerçevesinin değişkenlik katsayısı hesaplanmıştır. Bu çizelge üzerinde ana kütleinin standart sapması 33.72 ve aritmetik ortalaması 35.75 olarak bulunmuştur. Daha sonra örnekleme çerçevesine ait değişkenlik katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlik katsayısının hesabında aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$C.V. (\text{Değişkenlik Katsayısı}) = (S/\bar{x}) * 100$$

Formülde;

S = verilerin standart sapması

\bar{x} = verilerin aritmetik ortalamasını göstermektedir.

Elde edilen veriler ışığında örnekleme çerçevesine ait değişkenlik katsayısı %94.32 olarak bulunmuştur. Değişkenlik katsayısının %75.00'ten yüksek bulunması ve dolayısıyla evrenin heterojen olması nedeniyle bunu homojen duruma getirmek için (Karagölge ve Peker,2002) yağlık zeytin üreten işletmelerin tabakalara ayrılarak incelenmesi gerektiğine karar verilmiştir. Tabakalar işletmelerin arazi büyüklüklerine göre oluşturulmuştur. Bundan sonra tabakalar belirlenirken ana kütle yağlık zeytin üreticilerinin gelir düzeyi ve işletme büyüklükleriyle ilgili bölgedeki genel toplum algısı da dikkate alınarak 1-29 da, 30-69 da ve 70+ da olmak üzere 3 tabakaya ayrılmıştır. Her tabaka için değişkenlik katsayısı ayrı hesap edilerek üç tabakanın da homojen olduğu belirlenmiştir.

Evrenden kaç adet örnek çekileceği hususunda Neyman Yöntemi kullanılmıştır (Karagölge ve Peker,2002). Örnek hacmi belirlenirken %95.00 güven sınırı ve ortalamadan %5.00 (z=1.96) sapma ile çalışılmıştır. Örnek hacminin belirlenmesinde aşağıdaki formül kullanılmıştır:

Neyman Formülü;

$$n = \frac{\sum (N_h S_h)^2}{N^2 D^2 + \sum N_h S_h^2} \quad D = \frac{d}{Z}$$

Formülde;

N = Evrendeki işletme sayısı,

N_h = h'inci tabakadaki işletme sayısı,

S_h = h'inci tabakanın standart sapması,

n = Örnek işletme sayısı (örnek hacmi),

Z = Belirlenen hata oranına göre standart normal dağılım,

d = \bar{X} için kabul edilen hata payını ifade eder.

Yapılan hesaplamalar neticesinde 370 adet örneklem hacmi bulunmuştur. Bundan sonra seçilen tabakalardaki örneklem sayısını belirlemek için aşağıdaki formül kullanılmıştır (Karagölge ve Peker,2002).

$$\text{Tabaka örneklem katsayısı} = \frac{\text{Örneklem hacmi}}{\text{Ana kütle hacmi}} = \frac{370}{9\ 209} = 0.04$$

olarak bulunmuştur. Tabaka örneklem katsayısı kullanılarak elde edilen tabaka örneklem sayıları Çizelge 3.1’de görülebilir. Buna göre 1.tabakada 221, 2.tabakada 100 ve 3.tabakada 49 adet işletme olma üzere toplam 370 adet anket sayısına ulaşılmıştır.

Çizelge 3.1.Yağlık zeytin ve zeytinyağı üreten işletmelerin tabaka örneklem sayıları

| Tabakalar | Tabakadaki İşletme Sayısı A | Tabaka Örneklem Katsayısı B | Tabaka Örneklem Sayısı AxB |
|----------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| 1.Tabaka (1-29 da) | 5 525 | 0.04 | 221 |
| 2.Tabaka (30-70 da) | 2 486 | 0.04 | 100 |
| 3.Tabaka (70+ da) | 1 198 | 0.04 | 49 |
| TOPLAM | 9 209 | | 370 |

Her tabakadan örneğe çıkan işletme sayısı belirlendikten sonra, hangi işletmelere anket uygulanacağını tespitinde Tesadüfi Sayılar Tablosu kullanılmıştır.

Çizelge 3.2.İşletmenin bulunduğu bölge

| İşletme Tabakaları | Balıkesir | Çanakkale | Toplam |
|--------------------|-----------|-----------|--------|
| 1.Tabaka | 141 | 80 | 221 |
| 2.Tabaka | 70 | 30 | 100 |
| 3.Tabaka | 39 | 10 | 49 |
| Genel | 250 | 120 | 370 |

Çizelge 3.2’de ise anket çalışması için seçilen işletmelerin TR22 Bölgesi’ndeki şehir dağılımları görülebilir. İşletmeler genel ortalamasında 370 işletmecinin 250’si Balıkesir ilinden 120’si ise Çanakkale ilinden seçilmiştir. TR22 Bölgesinde yer alan bu 2 ildeki yağlık zeytin işletmelerinin sahip olduğu toplam arazi varlığının oransal dağılımı göz önüne bulundurularak Çizelge 3.2 oluşturulmuştur.

Zeytinyağı işleyen işletmelerle ilgili verilere göre bölgede 318 adet işletme bulunduğu belirlenmiştir. Bölgede yer alan işletmeler farklı kapasitelerde ve farklı çalışma yapıları olmasından dolayı daha homojen veriler elde etmek amacıyla 4 tabakaya ayrılmıştır. 1.tabakada yer alan yağhaneler sadece dane zeytin sıkım hizmeti verip kendi bünyelerinde zeytinyağı pazarlama ve satış faaliyetleri olmadığı için diğer işletmelerden ayrı olarak değerlendirmeye alınmıştır.

Çizelge 3.3.Yağlık zeytin ve zeytinyağı işleyen işletmelerin tabaka örneklem sayıları

| Şehir | Balıkesir | Çanakkale | Toplam | Anket Sayısı | | | |
|---------------------|---|------------|------------|--------------|-----------|-----------|------------|
| | | | | Balıkesir | Çanakkale | Toplam | |
| 1.Tabaka Yağhaneler | 133 | 14 | 147 | 53 | 6 | 59 | |
| Fabrika | 2.Tabaka 1-99 ton/yıl zeytin işleme kapasitesine sahip | 42 | 28 | 70 | 15 | 4 | 19 |
| | 3.Tabaka 100-1 000 ton/yıl zeytin işleme kapasitesine sahip | 19 | 22 | 41 | 10 | 2 | 12 |
| | 4.Tabaka 1 000 ton/yıl üstü zeytin işleme kapasitesine sahip | 23 | 37 | 60 | 9 | 1 | 10 |
| | Toplam | 84 | 87 | 171 | 34 | 7 | 41 |
| | Genel Toplam | 217 | 101 | 318 | 87 | 13 | 100 |

TR22 Bölgesi'nde yer alan ve bu çalışmada incelenen sanayi işletmelerinin çoğunluğunu oluşturan yağhanelerin dinamik yapısından dolayı sayıları her sene değiştiği ve birçoğunun kayıt dışı çalıştığı söylenebilir. Bu nedenle işletmelerle ilgili yeterli veriye ulaşılamadığından toplam işletme sayısı da göz önünde bulundurularak Gelişigüzel Örneklem Yöntemi ile 59 işletmeyle anket çalışması yapılması kararlaştırılmıştır. Gelişigüzel (haphazard) Örneklem; araştırmacının saptanan örneklem büyüklüğüne göre herhangi bir şekilde evrenin bir parçasını seçmesidir (Kılıç, 2013). Buna göre oluşturulan tabakalar ve örneklem sayıları Çizelge 3.3'de görülebilir. Çizelge 3.3 incelendiğinde bölgede 147 adet yağhane, 70 adet 100 ton/yıl altı kapasiteli fabrika, 41 adet 1 000 ton/yıl altı kapasiteli fabrika, 60 adet 1 000 ton/yıl üstü kapasiteli fabrika olmak üzere toplam 171 adet fabrika bulunduğu görülebilir. Genel toplamda ise araştırma bölgesinde 318 adet yağ işleyen işletme bulunmuştur. Yine Çizelge 3.3'te bu işletmelerin TR22 Bölgesi'nde bulunan Balıkesir ve Çanakkale illerine göre dağılımı da

görülebılır. Bu işletmelerden 59 adet yağhane ve 41 adet fabrika ile olmak üzere toplamda 100 adet yağ işleyen işletme ile anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmanın bir diğer anket uygulaması zeytinyağı pazar organizasyonunun önemli aktörleri olan aracılarda gerçekleştirilmiştir. Bölgede faaliyet gösteren aracılarda çoğu sabit bir işyeri olmayan, kayıt dışı, yıllara göre sayıları değişkenlik gösteren, genellikle hasat zamanı aktif hale gelen bireylerdir. Bu nedenle, örnekleme çalışması için bir ara evren oluşturmak mümkün olmamış, ulaşılabilen tüm aracılarda görüşülmeye çalışılmıştır. Bu durumda Kartopu Örnekleme modeli kullanılarak yağlık dane zeytin ve zeytinyağı pazar organizasyonunda faaliyet gösteren 50 aracı işletme ile görüşülmüştür. Kartopu Örnekleme; özellikle nadir görülen durumları incelemede bu özellikte bir bireyle temas kurulmasının ardından, bu bireyin yardımıyla diğer bir bireyle görüşüp zincirleme olarak örnekleme oluşturma işlemidir (Kılıç, 2013).

Çizelge 3.4.Aracı sayıları

| Çalışma Alanı | Dane Yağlık Zeytin | Zeytinyağı | Toplam |
|---------------|--------------------|------------|--------|
| Balıkesir | 29 | 6 | 35 |
| Çanakkale | 12 | 3 | 15 |
| Toplam | 41 | 9 | 50 |

Bu işletmelerin faaliyet alanları çok esnek olmakla beraber genellikle ilgilendikleri alan dikkate alınmış ve buna göre anket çalışması yapılmıştır. Anket çalışması yapılan 50 işletmenin 41'i yağlık dane zeytinde aracılık faaliyetinde bulunurken 9'u zeytinyağında aracılık faaliyetinde bulunmuştur. Bu işletmelerin 35'i Balıkesir ilinde faaliyette bulunurken 15'i Çanakkale ilinde faaliyette bulunmuştur (bkz. Çizelge 3.4).

3.2.2.Verilerin analizi aşamasında uygulanan yöntem

Araştırma bölgesinde seçilen üreticilerden, aracılardan ve işleme tesisi sahiplerinden anket yöntemi ile veriler toplanmıştır. Araştırma kapsamında yer alan her bir üretici, aracı ve işleme tesisi sahibi için doldurulan anket formları, gerekli inceleme, kontrol ve düzenleme yapıldıktan sonra, daha önceden hazırlanmış olan anket döküm çizelgelerine

aktarılmış ve buradan da veriler Microsoft Excel programına dökülerek analize hazır hale getirilmiştir.

Araştırmada anket çalışması yapılan yağlık zeytin üretici işletmelerinin hem sosyo-ekonomik analizleri hem de ekonomik analizleri yapılmıştır. Yapılan ekonomik ve teknik analizler hem işletme büyüklük grupları hem de tüm işletmeler ortalaması için ayrı değerlendirilmiştir. İşletmelerin sermaye yapısı, bazı sosyo-ekonomik özellikleri, yıllık faaliyet sonuçları ve tam maliyet analizi yapılarak ekonomik analiz oluşturulmuştur.

İncelenen yağlık zeytin ve zeytinyağı üreten işletmelerin sosyo-ekonomik yapılarının ortaya konulmasında uygulanan yöntem

Öncelikle işletmecilerin sosyo-ekonomik durumları incelenmiştir. Bu amaçla araştırmada işletme sahibinin yaşı, eğitim durumu, deneyimi, birlik üyeliği ve borçlanma durumu incelenmiştir.

İşletmelerin yapısıyla ilgili işletmenin sahip olduğu arazi büyüklüğü, arazinin mülkiyet ve sulama durumu, işletme arazisinin yağlık zeytin üretiminde kullanılma oranı, işletmenin yağlık zeytin üretimi dışındaki tarımsal ve tarım dışı gelirleri incelenmiştir. Ayrıca işletmelerin yağlık zeytin üretiminde kullandıkları işgücü de incelenmiştir. İşletmelerin sermaye yapılarının incelenmesinde sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması yöntemi tercih edilmiştir.

Toprak sermayesinin belirlenmesinde, çiftçi beyanları ve mahalli rayiç bedeller dikkate alınmıştır. Arazi ıslahı, bina ve alet-makine sermayelerinin kıymet takdirinde; yeniler için maliyet bedeli dikkate alınmış, eskiden yapılmış yatırımlar için ise eskime ve yıpranma durumu dikkate alınarak yılsonu değerleri tahmin edilmiştir (Bülbül, 1979). Hayvan sermayesinin kıymet takdiri; hayvanların yaş ve verimlilik durumlarına göre, yöredeki alım-satım kıymetleri ve çiftçinin beyanı esas alınarak yapılmıştır. Para mevcudu ve alacakların belirlenmesinde işletmeci beyanlarına itibar edilmiştir (Demirci, 1978). Malzeme-mühimmat sermayesinin belirlenmesinde; işletme dışından temin edilenler için satın alma bedelleri işletmede üretilenler için çiftlik avlusu fiyatları

esas alınarak değerlendirme yapılmıştır (Erkuş, 1976;Yulafçı, 2007). Aktif sermayeden borçların çıkarılmasıyla işletmelerin öz sermayelerine ulaşılmıştır.

İşletmelerin mali durumunu ve borç ödeme kabiliyetlerini belirlemek amacıyla aşağıda verilen rasyolar (kapital oranları) Aras (1988)'e göre hesaplanmıştır.

- *Net Kapital Oranı (NKO)*: İşletmelerin uzun dönem için borç ödeme gücünü gösterir. Bu oranın en az 1 ve 1'den büyük olması istenir. Böylece işletmelerin uzun dönemde borçlarını ödemede zorlanmayacağı kabul edilir.

$$NKO = \frac{[(\text{Toplam Aktif}) - (\text{Kira ve Ortakçılıkla İşletilen Aktif Unsurların Değeri})]}{[\text{Toplam Borçlar}]}$$

- *İşletme Kapital Oranı (İKO)*: İşletmelerin orta ve kısa vade borçlarını ödeme gücünü gösterir. Oranın en az 2 ve 2'den büyük olması istenir.

$$İKO = \frac{[(\text{Sabit İşletme Varlığı}) + (\text{Döner İşletme Varlığı})]}{[(\text{Kısa Vadeli Borçlar}) + (\text{Orta Vadeli Borçlar})]}$$

- *Döner Kapital Oranı (DKO)*: İşletmelerin kısa bir sürede veya istenildiği zamanda kısa vadeli borçlarını ödeme gücü bu oran ile belirlenir. Bu oranın en az 1 ve 1'den büyük olması istenir.

$$DKO = \frac{\text{Döner İşletme Varlığı}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

İncelenen yağlık zeytin ve zeytinyağı üreten işletmelerin yıllık faaliyet sonuçlarının analizinde uygulanan yöntem

Araştırma bölgesinde yağlık zeytin üreten işletmelerin yaptıkları faaliyetlerin verimli ve karlı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yıllık faaliyet sonuçları incelenmiştir. Yıllık faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesinde Gayri Safi Üretim Değeri (GSÜD), İşletme Masrafları (İM) ve Gerçek Masraflar (GM), Gayri Safi Hasıla (GSH), Saf Hasıla (SH), Brüt Kar (BK), Tarımsal Gelir (TG), Harcanabilir Tarımsal Gelir, Toplam Aile Geliri ve Karlılık Oranları kullanılmıştır.

Gayri Safi Üretim Değerlerinin hesaplanmasında; işletmelerin tarımsal faaliyetleri sonucunda elde ettikleri ürün miktarının üreticinin eline geçen fiyatlarla çarpılmasıyla

bulunan değere envanter kıymet artışlarının eklenmesi ile hesaplanmıştır (Aras, 1988;Erkuş ve ark., 1995). İşletmelerdeki her tarımsal faaliyet ayrı hesaplanmıştır.

Brüt Kar analizinde, her bir üretim dalı için Brüt Karların hesaplanabilmesi amacıyla, her bir üretim dalına ait Değişen Masraflar tespit edilmiştir. Gayri Safi Üretim Değerinden, Değişen Masrafların çıkartılması ile Brüt Kara ulaşılmıştır (Erkuş ve ark., 1995;).

Değişen Masrafların bulunmasında zeytin-zeytinyağı üretim dalı ayrıntılı olarak incelenmiş, diğer üretim dallarının ise sadece toplam değişken masraflarına yer verilmiştir. Zeytin-zeytinyağı üretim dalında değişken masraf olarak;

- Toprak işleme,
- Fidan alımı,
- Gübre alımı,
- Mücadele ilaç alımı,
- Sulama ücreti,
- Üretimde kullanılan yakıt ücreti,
- Nakliye,
- Zeytin sıkım ücreti,
- Geçici işçilik ücreti,

kullanılmıştır. Bu masraflarının hesaplanmasında işletme sahiplerinin beyanları ve anket yapılan dönemdeki girdilerin rayiç değerleri göz önüne alınmıştır.

Gayri Safi Hasıla değeri, Gayri Safi Üretim Değerine işletme dışı tarımsal gelir ve konut kira karşılığı eklenerek bulunmuştur. Tarım dışı gelirin belirlenmesinde işletme sahibinin beyanı esas alınmıştır. İşletmedeki konutlar hem konut hem işyeri olarak kullanıldıkları için konut kira karşılığı bina sermayesinin %5.00'i olarak hesaplanmıştır (Özkan ve ark, 2001).

Yıllık faaliyet sonuçlarının hesaplanması için İşletme Masrafları bulunmuştur. Erkuş (1979)'a göre bir üretim dönemi içinde GSH elde edilmesi için çiftçinin işletmesine yatırdığı aktif sermayenin faizi hariç yapmış olduğu her türlü masraflar toplamı, İşletme

Masraflarını oluşturmuştur (Kan ve Direk, 2006). Araştırmada, envanter kıymet değişimindeki eksilişler işletme masraflarına dahil edilmiştir. Bitki varlığı, tarla demirbaşı, hayvan varlığı ve malzeme-mühimmat varlığı envanterindeki eksilişlerin toplamı envanter kıymet değişimi olarak işletme masraflarına dahil edilmiştir.

İşletme Masrafları; işletmede kullanılan aile ve ücretli işgücünü kapsayan işçilik masrafları, üretimde kullanılan fidan, gübre, mücadele ilacı, yem, sulama gibi materyal masrafları, zeytin-sıkım, nakliye gibi pazarlama masrafları, alet-makine, bina, arazi ıslahı, hayvan amortismanları, sigorta, bina ve alet-makine tamir bakım masrafları, üretim için kullanılan yakıt masrafı, veteriner-aşı masrafları gibi diğer cari masrafların toplamından oluşmuştur. Bu masraflarının hesaplanmasında amortisman oranları için Çizelge 3.5'teki oranlar kullanılmıştır. İşçilik, materyal ve diğer cari masrafların hesaplanmasında işletme sahiplerinin beyanları ve anket yapılan dönemdeki girdilerin rayiç değerleri göz önüne alınmıştır.

Amortisman masrafları için alınan amortisman oranları Çizelge 3.5'te yer almıştır. 333 Sıra Nolu Vergi Usul Tebliği gereğince zeytinliklere 50 yıl için %2.00 oranında amortisman hesaplanması gerektiğinden hesaplamada bu oranın yıllık karşılığı olan %0.0004 amortisman oranı kullanılmıştır.

Çizelge 3.5.Sermaye gruplarındaki amortisman oranları

| Sermaye Türü | Amortisman Oranı (%) | |
|--------------|----------------------|------|
| Alet-Makina | 5.00 | |
| Bina | Ahşap | 4.00 |
| | Beton | 3.00 |
| | Yarı Beton | 2.00 |

Kaynak: Aras, 1988

Envanter kıymet değişimindeki artışlar GSÜD'e dahil edilmiştir. Envanter kıymet değişimleri dönem başı ve dönem sonu değerleri dikkate alınarak hesaplanmıştır. Hayvan varlığındaki envanter kıymet değişimi (E.K.D.);
$$E.K.D. = (Dönemsonu Mevcudu + Satılan + Evde Tüketilen) - (Dönembası Mevcudu + Satın Alınan)$$
 formülü (Karkacier, 1991) kullanılarak hesaplanmıştır.

Gerçek Masrafların bulunmasında ise;

Gerçek Masraflar = [İşletme Masrafları – Aile İşgücü Ücret Karşılığı + Borç Faizleri + Kira ve Ortakçılık Payı] formülü kullanılmıştır.

Saf Hasıla, Gayri Safi Hasıladan toplam işletme masraflarının çıkarılmasıyla bulunmuştur (Karagölge, 1996). İşletmenin yıllık faaliyet sonuçlarını diğer işletmelerin faaliyet sonuçları ile karşılaştırırken, temel kriter olarak “Saf Hasıla” baz alınmıştır. Saf Hasıla aktif sermayenin faizi hariç diğer işletme masraflarının Gayri Safi Hasıladan çıkarılması ile hesaplanmıştır. Saf Hasılanın hesaplanmasında; işletmelerin borçsuz, kiracılık ve ortakçılıkla arazi işlemediği kabul edilmiştir. Böylelikle işletmeler arası mukayesede, mülkiyet durumu ve arazi tasarrufu farklılıkları ortadan kaldırılarak, işletmeler aynı baza getirilmiştir (Erkuş ve Demirci, 1985). Saf Hasılanın negatif olması, Aktif Sermaye için bir faiz elde edilmediği gibi, bir de zararın meydana geldiğini ifade eder. Saf Hasılanın pozitif olduğu durumlar olumlu olmakla beraber SH'nın sadece pozitif olması işletmenin başarısı için yeterli sayılmamakta belli bir seviyede (kredi-borç ve ortakçılık-kira gibi yabancı sermayeye ödenen bedelleri de karşılayabilecek seviyenin üzerinde) olması da gerekmektedir (Açıl ve Demirci, 1984).

Tarımsal Gelir, Saf Hasıladan borç faizleri ile kiracılık ve ortakçılıkla işletilen araziye ödenen payların çıkarılması sonucu bulunan değere, işletme sahibi ve ailesinin işgücü ücret karşılığının ilave edilmesiyle bulunmuştur (Gözener, 2013). Aile işgücü ücret karşılığı olarak anket tarihi itibariyle araştırma bölgesinde uygulanan ücretler göz önüne alınmıştır.

Tarımsal Gelir, müteşebbisin öz sermaye rantı ile kendisinin ve aile fertlerinin çalışmaları karşılığı elde ettikleri ücretin toplamından meydana gelmiştir. Tarımsal gelir, müteşebbisin gerçek gelirini ortaya koyması ve onun öz sermaye varlığında bir eksilme meydana gelmeksizin, harcayabileceği miktarı göstermesi bakımından önemlidir. Saf Hasıla, işletmelerin başarılarını tespitinde objektif bir ölçüt olmakla beraber, çiftçi ailesinin gerçek gelirinin tam olarak göstermemektedir.

Saf Hasılanın hesaplanmasında işletmelerin yalnız kendi mülk arazilerini işledikleri ve borçsuz oldukları varsayıldığından, arazi kirası karşılıkları ve işletmede kullanılan yabancı sermayenin faiz giderleri SH içinde bulunmaz. Bu durumda, SH'a göre başarılı görünen bir çiftçi, SH'nın büyük bir bölümünü kiracılık masrafları ve borç faizleri olarak ödemiş olabilir. Bu nedenle, tarımsal gelir girişimcinin başarısını belirlemede kullanılan iyi bir ölçü olarak kabul edilebilir (Bülbül, 1979).

Araştırmada Tarımsal Gelirden, envanter kıymet artışları çıkartılarak Harcanabilir Tarımsal Gelire ulaşılmıştır. Yıllık faaliyet sonuçlarının değerlendirilmesinde bir diğer kriter de toplam aile geliridir. Toplam Aile Geliri, tarımsal gelir ile tarım sektörü dışından elde edilen gelirlerin toplanması ile hesaplanmıştır. Tarım Sektörü Dışı Gelir; aile işgücünün tarım sektörü dışında çalışmasıyla elde ettiği gelir, kiraya verilen arazi karşılığı sağlanan gelir ve diğer servet gelirleri (kira geliri, emekli maaşı vb.) toplamından oluşmaktadır (Esengün,1990). Karlılık Oranı, toplam yatırım sermayesi ile bunun geliri arasındaki ilişkiyi açıklar. İşletmelerde Mali ve Ekonomik Rantabilite Oranları aşağıdaki formüllerle hesaplanmıştır (Erkuş ve ark., 1995).

$$\text{Rantabilite} = \frac{\text{Saf Hasıla}}{\text{Gayri Safi Hasıla}} \times 100$$

$$\text{Ekonomik Rantabilite} = \frac{\text{Saf Hasıla}}{\text{Aktif Sermaye}} \times 100$$

$$\text{Mali Rantabilite} = \frac{\text{Saf Hasıla} - (\text{Borç Faizleri} + \text{Kira/Ortakçılık Payı})}{\text{Öz Sermaye}} \times 100$$

Rantabilite Oranlarının değerlendirilmesi, o ülkedeki tarımsal üretim kredi faiz oranı ile Rantabilite Oranlarının kıyaslanmasıyla yapılmıştır. İşletmede kullanılan sermaye miktarı, alınabilecek normal faiz haddinden veya tahvillerden elde edilen faiz

miktarından daha fazla bir Rantabilite getirmişse durum iyi, aksi halde müteşebbis boş yere emek ve gayret sarf etmiş kabul edilmiştir (Erkuş ve ark.,1995). Araştırma bölgesinde bulunan Rantabilite Oranları, araştırmada Aktif Sermaye için kabul edilen ve tarımsal üretim kredi faiz oranı olarak 2017 yılı için T.C. Ziraat Bankası'nın cari faiz oranının yarısı olan %%4.91 oranı alınarak kullanılmıştır.

Hesaplanan yıllık faaliyet sonuçları, ekonomik bir ünite olan işletmede daha ziyade kaynak kullanım etkinliğini belirlemeye yöneliktir. Bu kapsamda işletme için hesaplanan faaliyet sonuçları, işletmenin geçmiş yıllardaki ve diğer işletmelerin sonuçları ile karşılaştırılarak işletmenin etkin çalışıp çalışmadığı belirlemekte kullanılabilir.

Yağlık zeytin tam maliyet analizinde uygulanan yöntem

Yağlık zeytin tam maliyet analizi hesaplanması için zeytin-zeytinyağı üretiminde kullanılan işletme masrafları bulunmuştur. İşletme masrafları değişen ve sabit masraflar olarak ikiye ayrılmıştır. İncelenen işletmelerdeki zeytin üretim faaliyetinin değişen masrafları toprak işleme, gübreleme, ilaçlama, budama, sulama, hasat ve nakliye olarak ayrıntılı şekilde incelenmiştir. Bu masraflarının hesaplanmasında işletme sahiplerinin beyanları ve anket yapılan dönemdeki girdilerin rayiç değerleri göz önüne alınmıştır. Ayrıca bu masrafların içerisinde geçici işçi masrafları da yer aldığından ayrıca hesap edilmemiştir.

Değişen masraflar içerisinde bir üretim döneminde kullanılan girdilerin toplamının yıllık faiz oranı, döner sermaye faizi olarak hesaplanmıştır (Kıral ve ark., 1999). Sabit masrafların hesaplanması için aile işgücü ücret karşılığı, daimi işçi giderleri, amortisman giderleri, bina tamir-bakım giderleri, genel idare giderleri ve sigorta-vergi giderleri hesap edilmiştir.

Bina tamir-bakım masrafları için bina sermayesinin %2.00'si hesap edilmiştir. Genel idare gideri olarak Gayri Safi Üretim Değerinin (GSÜD) %3.00'ü alınarak hesaplamalara dâhil edilmiştir (Kıral ve ark., 1999). Amortisman için Çizelge 3.5'teki

oranlar kullanılmıştır. Sigorta-vergi giderleri, daimi işçi ücretlerinin hesaplanmasında ise tamamen işletme sahibinin beyanları dikkate alınmıştır. Değişken ve sabit masraflar bulunduktan sonra işletme arazisi dekarına düşen değerleri bulunmuş ve bu değer işletmelerin dekar başına zeytin verimi mikarına bölünerek 1kg yağlık zeytin üretim maliyeti bulunmuştur.

İncelenen yağlık zeytin işleyen işletmelerin ve aracılardan verilerinin analizinde uygulanan yöntem

Zeytinyağı işleyen firmalardan ve aracılardan elde edilen veriler, excel programı kullanılarak analiz edilmiş, frekans durumu ve yüzde dağılımları incelenmiştir. Zeytinyağı işleyen işletmelerin bir kısmı fabrika olarak hizmet verirken, bir kısmı ise sadece sıkım hizmeti verdiği bulunmuştur. Yağhane denilen bu işletmelerin yapısı ve işleyişi fabrikalardan biraz farklı olması nedeniyle kendi sınıfında değerlendirme yapılmıştır. Bölgede yağlık dane zeytinde ve zeytinyağında aracılık faaliyeti bulunduğundan dolayı aracılık yapan işletmeler işleyen işletmelerden ayrı incelenmiştir.

İncelenen işletmelerin pazarlama organizasyonu verilerinin analizinde uygulanan yöntem

TR22 Bölgesi'ndeki zeytinyağı sektörünün pazarlama organizasyonu da bu çalışmada incelenmiştir. Tarımsal pazarlama; üreticinin hangi miktar ve kalitede ürün üreteceği ile başlayıp, ürünün pazara hazırlanması, standardizasyonu, depolama, nakliyat ve sonunda tüketiciye ulaşıncaya kadar süreçteki faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır (Yılmaz, 2008). Bu araştırmada da TR22 Bölgesi'ndeki zeytinyağı pazarlama organizasyonu üretimden pazarlama kanallarına, pazarda fiyat oluşumundan son tüketiciye ulaşıncaya kadar olan aşamaların tamamı incelenmiştir.

Bu araştırmada pazarlama hizmetlerinin etkinliğinin tam olarak ortaya konulması için fonksiyonel ve kurumsal yaklaşımlardan faydalanılmıştır. İnan (2006), fonksiyonel yaklaşımı, tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye akışı sırasında yapılan hizmetlere göre pazarlama organizasyonunun incelenmesi şeklinde tanımlamış ve pazarlama hizmetlerini 3 başlık altında toplamıştır (Seçer ve Emeksiz, 2012). Bunlar değişim ile

ilgili fonksiyonlar, fiziksel fonksiyonlar ve pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlardır. Çalışmada bu 3 fonksiyona göre pazarlama organizasyonu incelenmiştir. İnan (2006)'a göre kurumsal yaklaşımda pazarlamada görev alan kişilerin ya da işletmelerin faaliyetleri incelenir. Bunlar çeşitli aracılar ve aracı kurumlar ile tarım ürünlerini işleyen ve pazarlamada görev alan kuruluşlardır (Seçer ve Emeksiz, 2012). Pazarın saydamlığı, Emeksiz (1994)'e göre pazara katılan herkes tarafından pazar koşullarının erişilebilir olmasıdır. Herhangi bir ürünün pazarında saydamlığın olması, söz konusu ürünün ve ikame maddelerin değişik bölgeler itibariyle arz ve talep miktarlarına ve depolanabilir ürünler için arz ve talebin gelecekteki gelişimi bilgilerine ulaşılabilmesiyle mümkündür (Seçer ve Emeksiz, 2012).

Yine Emeksiz (1994)'e göre saydam bir pazar için temel koşul ise, dereceleme ve standardizasyon ile ilgili kurallara uyulmasıdır İkinci önemli koşul ise, pazar haberlerinin etkin bir şekilde toplanması ve yayılmasıdır (Seçer ve Emeksiz, 2012).

Emeksiz (1994)'e göre bir pazarlama organizasyonunun rekabet durumunun anlaşılabilmesi, üreticilerin pazar karşısındaki pazar pozisyonu, pazar gücü ve toptancı aşamasındaki rekabet yoğunluğunun incelenmesi ile olanaklıdır (Seçer ve Emeksiz, 2012). Üreticilerin pazarda güçlü olması, kullanabilecekleri pazarlama kanallarının çokluğuna bağlıdır.

Bu araştırmada fonksiyonel yaklaşımla değişim fonksiyonları, fiziksel fonksiyonlar ve pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlar incelenmiştir. Değişim (mübadele) fonksiyonu kapsamında yağlık dane zeytin ve zeytinyağının üreticiden tüketiciye ulaşıncaya kadar üretici, işleyen ve aracı işletmeler arasında el değiştirme, satın alma ve satış yapma durumları incelenmiştir. Üretilen ve işlenen ürünlerin satın alma ve satılma zamanı, yeri, fiyatı belirleyen faktörler ve ödeme yöntemleri incelenmiştir. Fiziksel fonksiyonlar kapsamında yağlık dane zeytin ve zeytinyağı sektöründe yer alan aktörlerin nakliye ve kullandıkları ürün taşıma materyali, işlemede kullanılan teknikler ve üretim teknolojisi, kapasite ve depolama durumu ve materyali incelenmiştir. Pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlar kapsamında üretilen ve işlenen ürünlerde sınıflandırma yapma durumu ve sınıflandırma kriterleri incelenmiştir.

Kurumsal yaklaşım kapsamında ise pazarlamanın unsurları sayılan saydamlık, rekabet ve pazarlama marjı incelenmiştir. Pazarın saydamlığının belirlenmesi kapsamında işletmelerin pazara uzaklıkları, ulaşım imkanları ve pazar bilgisinden haberdar olma durumları incelenmiştir. Pazar rekabeti kapsamında pazarlama kanalları incelenmiştir. Pazarlama marjlarının belirlenmesi için, üretilen ve işlenen ürünlerin satış ve satın alma fiyatları, bu fiyatlar arasındaki oransal fark incelenmiştir. Fonksiyonel ve kurumsal yaklaşıma göre elde edilen bulgular dikkate alınarak TR22 Bölgesi'nde yağlık zeytin ve zeytinyağı sektöründe pazarlama organizasyonunun etkinliği ortaya konulmuştur.

Anket yapılan işletmecilerin, beklenti ve bakışlarının ölçülebilmesi amacıyla çeşitli sorular yönetilmiş, duyarlılıklarının tespiti için de Likert tipi sorular kullanılmıştır. Likert ölçeği, Rensis Likert tarafından 1929 yılında geliştirilen bir tutum ölçeğidir. İkili, beşli, yedili ve dokuzlu kullanımları olmakla beraber yaygın olarak kullanılan beşlidir. Bu çalışmada beşli ölçek kullanılmıştır. Bu; ölçülmek istenen tutumla ilgili ise “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde cevaplar yer almıştır. Likert tipi ölçekle elde edilen verilerin analizinde ise yukarıda ifade edilen 5 yanıtı birer kod verilmiştir. Seçilen yanıtın kodu ile o kodu seçen kişi sayısı çarpılarak elde edilen toplam puan toplam kişi sayısına bölünüp ulaşılan değer hangi yanıt koduna yakınsa genel durumun o yanıt olduğu kabul edilmiştir. Her tabaka ve genel için ayrı hesaplanan değerler likert tipi soruların bulunduğu çizelgelerde gösterilmiştir (Arıkan, 2018).

Lojistik Regresyon analizinin uygulanması

Mikro düzeydeki verilerin analizinde öncelikle üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri ortaya konulmuştur. Bu konuyla ilgili bilimsel araştırmalar sonucu elde edilen verilerin çözümlenmesinde ve bulguların yorumlanmasında çeşitli istatistikî yöntemler yoğun olarak kullanılmaktadır (Tonta, 1999).

İstatistikî yöntemler, genel olarak hayatın içindeki gerçek olayların açıklanması amacıyla kullanılır. Ancak belli varsayımlar sonucu geliştirilen yöntemler, her şart ve ortamda etkili ve yeterli olmaz. Sebep sonuç ilişkilerinin incelendiği regresyon analiz yöntemi, verinin doğasına uygun olmasını gerektirmektedir. Bağımlı değişkenin ikili

(0,1) olabileceği durumlarda ise kullanılabilir analiz yöntemleri sınırlıdır. Gujarati (1995)'e göre bunların, yaygın olarak kullanılanları Lojistik Regresyon (=LR), Logit, Probit ve Doğrusal Olasılık Modelleridir (Cankurt ve ark., 2010). Bunlara sınırlı bağımlı değişken modelleri de denilmektedir. Bu yöntem iki sınıflı veya çok sınıflı kesikli değişken olması durumunda normallik varsayımının bozulması nedeni ile doğrusal regresyon analizine alternatif olmuştur. Varsayım sınırlaması olmaması nedeni ile kullanım kolaylığının yanında, çözümlenmeden elde edilen modelin matematiksel olarak çok esnek olması, kolay yorumlanabilmesi yöntemle olan ilgiyi artırmıştır (Özdamar, 1999).

Bağımsız değişken sayısı az olduğu durumlarda regresyon modeli kurmak ve onu yorumlamak kolaydır. Fakat modele eklenen bağımsız değişken sayısı arttıkça modeli kurmak ve çözümlenmek oldukça zor olmuştur. Modele ne kadar çok değişken eklenirse, kestirilen standart hata o kadar büyük olur ve gözlenen veri kümesine de daha çok bağımlı olur. İşte bu nedenlerdir ki Lojistik Regresyon, diğer regresyon yöntemlerinin varsayımları sağlanmadığı durumlara uygun bir yöntem olarak görülmekte ve sınıflandırma analizlerinde kullanılan yöntemlerden biri olmuştur. Lojistik Regresyon, çok değişkenli normal dağılım varsayımına ihtiyaç göstermediğinden bu tür uygulamalarda üstünlük sağlamıştır. Anderson and Blair (1982)'e göre bağımlı değişken kesikli iken, bağımsız değişkenin hem kesikli hem de sürekli değerler alabilmesi; fonksiyondaki parametre sayısı; bağımsız değişkenlerin olasılık fonksiyonları dağılımı üzerine sınırlı olmaması; varsayım bozulmalarına karşı daha dayanıklı olması gibi avantajları ve esnekliklerinden dolayı Lojistik Regresyon yöntemi tercih edilir (Cankurt ve ark., 2010).

Agresti (1990)'a göre bağımlı değişkenin alabileceği değerlerin 0-1 arasında olmasını sağlamak için bağımsız değişken ve bağımlı değişken arasında eğrisel bir ilişkiyi sağlayan modeli kullanmak daha uygundur. B1'in işaretine göre S veya ters S şeklinde olan eğrileri sağlayan

$$E(y_i) = \pi_i = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_{1x1i} + \beta_{2x2i} + \dots + \beta_{kxki})}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_{1x1i} + \beta_{2x2i} + \dots + \beta_{kxki})}$$

formundaki bu fonksiyona “Lojistik Fonksiyon” adı verilir. Bu lojistik fonksiyonlar genellikle S şeklinde fonksiyon olarak isimlendirilir. Bunlar 0 ve 1 asimtotlarına sahiptir ve böylece $E(y)$, 0 ile 1 sınırları arasında kalır. Lojistik fonksiyonun diğer bir özelliği de kolayca doğrusallaştırılabilir olmasıdır ve

$$\eta = \ln\left(\frac{\pi_i}{1-\pi_i}\right)$$

dönüşümü yapılarak bağlantı fonksiyonu elde edilir. Eşitlikteki $\pi_i / (1-\pi_i)$ oranı ise “Odds Oranı” olarak nitelendirilir. Ln odds dönüşümü ise “Lojit” olarak isimlendirilir ve ln odds için elde edilen

$$E(y_i) = \eta = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_k x_{ki}$$

modele “Lojistik (ya da lojit) Regresyon Modeli “ denir. $E(y_i)$ ise $-\infty$, ∞ arasında değer almaktadır (Aktaş, 2009).

Bu çalışmada binary lojistik regresyon modelinden faydalanılmıştır. Modelin uyumunu bozan veriler modelden çıkarılarak sağlıklı bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu amaçla 9 tane bağımsız değişken üzerinden bir model oluşturulmuş ve ikili lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Bağımsız değişkenler modele alınarak bu değişkenlere ait odds oranlarının %90 olasılık güven aralıkları, Wald istatistiği olasılığı, standart hata, bağımsız değişkenlere ilişkin regresyon katsayılarının serbestlik dereceleri ve önemlilik düzeyleri araştırılmıştır.

İşletmelerin başarısının ölçülmesinde Saf Hasıla sıklıkla kullanılır. Ernest Ferdinand Laur, Saf Hasılayı aktif sermayenin rantı olarak tanımlar (Özçelik ve ark., 2013). Bu çalışmada yapılan lojistik regresyon analizinde işletmelerin başarısına etki eden faktörlerin bulunması amacıyla bağımlı değişken olarak Saf Hasılanın Aktif Sermayeye oranının, piyasa faizi cinsinden sonucu kullanılmıştır. Saf Hasıla/Aktif Sermaye oranı, piyasa faizinden yüksek olan işletmeler başarılı, düşük olanlar ise başarısız işletme kategorisinde değerlendirilmiştir. İşletmelerin başarısını etkileyecek işletmeciler ve

işletmeyi yansıtan 9 sosyo-ekonomik değişken modelin açıklayıcı değişkenleri olarak belirlenmiştir. Açıklayıcı değişkenlerden mesleki eğitim değişkeni, uyumsuzluk nedeniyle modelden çıkarılmıştır. Modeldeki bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin tanım ve kodlar Çizelge 3.6.da verilmiştir.

Çizelge 3.6. Logit modelde bağımlı ve bağımsız değişkenler

| Değişken Türü | Değişken Adı | Tanımlar ve Kodlar |
|-----------------------------|---|---|
| Bağımlı | Saf Hasıla/Aktif Sermaye < (>) piyasa faizi | Eğer < 0 ise Başarısız=0, değilse 1=Başarılı |
| Bağımsız | Yaş | 0=20-40 yıl arası, 1=40-60 yıl arası, 2=60+ yıl |
| | Eğitim Düzeyi | 1=İlkokul, 2=Ortaokul, 3=Lise, 4=Üniversite |
| | Mesleki Eğitim | 0=Yok, 1=Var |
| | Örgütlülük | 0=Yok, 1=Var |
| | Eğim | 0=Eğimli Arazi, 1=Düz Arazi |
| | İşletme Büyüklüğü | 0=0-10da 1=10-20da 2=20-50da 3=50-70da 4=70da+ |
| | Kredi Kullanım Durumu | 0=Yok, 1=Var |
| | Zeytinyağı Üretimi | 0=0-100kg 1=100-1000kg 2=1000-10000kg 3=10000+ |
| Zeytin Dışı Tarımsal Üretim | 0=Yok, 1=Var | |

SWOT analizinde uygulanan yöntem

Bölgede zeytincilik sektörünü geliştirme olanaklarının belirlenmesine yönelik plan ve stratejilerin ortaya koyulmasında SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) analizinden faydalanılmıştır. Bu analiz tekniği herhangi bir ekonomik kuruluşun kendi yapısal durumu ile rakiplerin ve piyasanın durumunu detaylarıyla ortaya koyan, rekabet gücünün ölçüldüğü ve çıkan sonuca göre stratejilerin belirlendiği bir yöntemdir (Seçer ve Emeksiz, 2012). Bu çalışmada, araştırma sonucunda elde edilen veriler geleceğe yönelik beklentiler de göz önüne alınarak güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler başlıkları altında toplanmış ve sektör, bu faktörler arasındaki neden – sonuç ilişkisi de dikkate alınarak değerlendirilmiştir.

4.ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

4.1. Zeytinyağı Ekonomisi

4.1.1.Dünyada zeytin ve zeytinyağı

Zeytinyağı, daha önceki çağlarda zeytinin yetiştiği bölgelerde yaygın olarak tüketilen ve o bölgelere ait kültürün bir parçasıyken zamanla sağlık ve beslenme açısından değerinin anlaşılmasıyla zeytin yetiştiriciliği yapılmayan coğrafyalarda da tüketilmeye başlanmıştır. Dünyada zeytin ve zeytinyağına talep nüfusun artmasına paralel olarak artmış ve bunun etkisiyle dünyada üretim yapan ülke sayıları, alanları ve miktarı da artış göstermiştir. Bu alanda yaşanan arz ve talep artışının değerlendirilmesi, incelenmesi ve bazı düzenlemelerin yapılabilmesi amacıyla Birleşmiş Milletler (BM) çatısı altında 1956 yılında merkezi Madrid olmak üzere Uluslararası Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Anlaşması'nın idaresinden sorumlu olarak Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK) kurulmuştur. UZK zeytinyağı ve sofralık zeytin konularında faaliyet gösteren hükümetler arası tek uluslararası örgüt olmuştur (Anonim, 2019b).

UZK'nın 8 tanesi Avrupa Birliği (AB) üyesi (Belçika, Fransa, Yunanistan, Fransa, İngiltere, İspanya, İtalya, Portekiz) ve 15 tanesi diğer ülkelerden (Arnavutluk, Cezayir, Mısır, Tunus, Türkiye, Arjantin, İran, İsrail, Ürdün, Libya, Lübnan, Karadağ, Fas, Suriye ve Uruguay) oluşan 23 üyesi vardır. UZK üye ülkeleri; dünya zeytin üretim alanlarının %89.00'unu oluşturmuştur (Anonim, 2019a).

Dünya dane zeytin ve zeytinyağı üretimi

Çizelge 4.1.Dünya dane zeytin üretimi

| Ülkeler | Dane Zeytin Üretimi (bin ton) | Küresel Üretimdeki Payı (%) |
|------------|-------------------------------|-----------------------------|
| Mısır | 690.00 | 23.60 |
| İspanya | 500.00 | 17.06 |
| Türkiye | 414.00 | 14.20 |
| Cezayir | 300.00 | 10.24 |
| Yunanistan | 207.00 | 7.06 |
| Dünya | 2 930.00 | |

Kaynak:Anonim, 2020g

Dünya genelindeki 38 ülkede yetiştiriciliği yapılan zeytinin ekonomik olarak üretimi 14 ülkede yapılmakta olup bu üretim alanlarının %90.00'lık kısmı Akdeniz havzası, geriye kalan kısmı ise Latin Amerika ülkelerinde yer almıştır. UZK verilerine göre 2019 yılında dünya zeytin üretiminde Mısır 690 bin ton ile ilk sırada yer alırken onu 500 bin ton ile İspanya, 414 bin ton ile Türkiye, 300 bin ton ile Cezayir ve 207 bin ton ile Yunanistan izlemiştir (Anonim, 2020g). Dünya toplam zeytin üretimi toplam 2.93 milyon ton olarak gerçekleşirken Mısır dünya üretiminin yaklaşık %23.60'ını tek başına yapmıştır. Küresel üretimde 3. sırada yer alan Türkiye ise küresel zeytin üretiminin yaklaşık %14.20'sini gerçekleştirmiştir (bkz. Çizelge 4.1).

Çizelge 4.2.Dünya zeytinyağı üretimi

| Ülkeler | Zeytinyağı Üretimi (bin ton) | Küresel Üretimdeki Payı (%) |
|------------|------------------------------|-----------------------------|
| İspanya | 1 230.00 | 39.17 |
| İtalya | 340.00 | 10.83 |
| Yunanistan | 300.00 | 9.55 |
| Türkiye | 225.00 | 7.20 |
| Fas | 145.00 | 4.62 |
| Portekiz | 125.00 | 3.98 |
| Dünya | 3 140.00 | |

Kaynak:Anonim, 2020g

Dünya zeytinyağı üretiminde ise 2019 yılında İspanya 1.23 milyon ton ile ilk sırada yer alırken onu 340 bin ton ile İtalya, 300 bin ton ile Yunanistan, 225 bin ton ile Türkiye, 145 bin ton ile Fas ve 125.4 bin ton ile Portekiz izlemiştir. Dünya toplam zeytinyağı üretimi 3.14 milyon ton olarak gerçekleşirken bunun %39.1'ini İspanya tek başına üretmiştir. Türkiye ise küresel zeytinyağı üretiminin yaklaşık %7.2'sini gerçekleştirmiştir (bkz. Çizelge 4.2).

Tüketim

Çizelge 4.3.Dünya dane zeytin tüketimi

| Ülkeler | Dane Zeytin Tüketimi (bin ton) | Küresel Tüketimdeki Payı (%) |
|----------|--------------------------------|------------------------------|
| Mısır | 500.00 | 17.90 |
| Türkiye | 330.00 | 11.80 |
| Cezayir | 303.00 | 10.86 |
| ABD | 207.50 | 7.42 |
| İspanya | 190.00 | 6.81 |
| Brezilya | 110.00 | 3.94 |
| Dünya | 2 790.00 | |

Kaynak:Anonim, 2020g

2019 yılında dünyada 2.79 milyon ton dane zeytin tüketimi gerçekleşmiştir. Mısır 500 bin ton ile tüketimde ilk sırada yer alırken onu 330 bin ton ile Türkiye, 303 bin ton ile Cezayir, 207.5 bin ton ile ABD, 190 bin ton ile İspanya ve 110 bin ton ile Brezilya izlemiştir. Dünya dane zeytin tüketiminin %17.9'u Mısır'da olmuştur. Küresel zeytin tüketiminin %11.8'i ise Türkiye'de olmuştur (bkz. Çizelge 4.3).

Çizelge 4.4.Dünya zeytinyağı tüketimi

| Ülkeler | Zeytinyağı Tüketimi (bin ton) | Küresel Tüketimdeki Payı (%) |
|------------|-------------------------------|------------------------------|
| İspanya | 550.00 | 17.80 |
| İtalya | 500.00 | 16.18 |
| ABD | 330.00 | 10.68 |
| Türkiye | 170.00 | 5.50 |
| Fas | 120.00 | 3.88 |
| Yunanistan | 125.00 | 4.05 |
| Dünya | 3 090.00 | |

Kaynak:Anonim, 2020g

Dünyada toplam zeytinyağı tüketimi 2019 yılında yaklaşık yıllık 3 milyon ton olmuştur. Dünya zeytinyağı tüketiminde 2019 yılında İspanya 550 bin ton ile ilk sırada yer alırken onu 500 bin ton ile İtalya, 330 bin ton ile ABD, 170 bin ton ile Türkiye, 120 bin ton ile Fas ve 125 bin ton ile Yunanistan izlemiştir. Dünya zeytinyağı tüketiminin yaklaşık %17.8'i İspanya'da olmuştur. Küresel zeytinyağı tüketiminin yaklaşık %5.5'i ise Türkiye'de olmuştur (bkz. Çizelge 4.4).

İhracat

Çizelge 4.5.Dünya zeytinyağı ihracatı

| Ülkeler | Zeytinyağı İhracatı (milyon \$) | Dünya İhracatındaki Payı (%) |
|------------|---------------------------------|------------------------------|
| İspanya | 3 550.00 | 47.80 |
| İtalya | 1 560.00 | 21.00 |
| Portekiz | 630.40 | 8.50 |
| Tunus | 509.40 | 6.85 |
| Yunanistan | 416.70 | 5.60 |
| Türkiye | 142.70 | 1.90 |
| Dünya | 7 426.00 | |

Kaynak:Anonim, 2020a

2019 yılında dünya zeytinyağı ihracatında İspanya 3.55 milyar \$ ile bu ürün grubunda ilk sırada yer alırken onu 1.56 milyar \$ ile İtalya, 630.4 milyon \$ ile Portekiz, 509.4

milyon \$ ile Tunus ve 416.7 milyon \$ ile Yunanistan izlemiştir. Türkiye 142.7 milyon \$ ile 6. sırada yer almıştır. İspanya dünya zeytinyağı ihracatının %47.8'ini tek başına gerçekleştirirken Türkiye %1.9'unu gerçekleştirmiştir (bkz. Çizelge 4.5).

İthalat

Çizelge 4.6.Dünya zeytinyağı ithalatı

| Ülkeler | Zeytinyağı İthalatı (milyon \$) | Dünya İthalatındaki Payı (%) | Türkiye'den İthalat Oranı (%) |
|----------|---------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| İtalya | 1 630.00 | 30.60 | 0.54 |
| ABD | 1 330.00 | 24.90 | 3.28 |
| Fransa | 478.00 | 9.00 | 0.27 |
| İspanya | 428.20 | 8.00 | 0.55 |
| Brezilya | 401.70 | 7.50 | 0.15 |
| Dünya | 7 610.00 | | 1.46 |

Kaynak: Anonim, 2020a

Dünya zeytinyağı ithalatı 2019 yılında 7.61 milyar \$ olmuştur. Zeytinyağı ithalatında İtalya 1.63 milyar \$ ile ilk sırada yer alırken onu 1.33 milyar \$ ile ABD, 478 milyon \$ ile Fransa, 428.2 milyon \$ ile İspanya ve 401.7 milyon \$ ile Brezilya izlemiştir. İtalya dünya zeytinyağı ithalatının %30.6'sını tek başına gerçekleştirirken ABD %24.9'unu, Fransa %9.0'unu, İspanya %8.0'ini, Brezilya ise %7.5'ini gerçekleştirmiştir. Küresel zeytinyağı ithalatında ilk beş sırada yer alan ülkeler toplam ithalatın %80.1'ini gerçekleştirirken Türkiye'nin bu ülkelerin ithalatından aldığı pay oldukça düşük olmuştur. ABD toplam zeytinyağı ithalatının %3.28'ini Türkiye'den karşılarken diğer büyük ithalatçı ülkelerin oranı %1.00'in altında kalmıştır. Türkiye dünya zeytinyağı ithalatından da oldukça düşük bir pay almıştır. Dünya, zeytinyağı ithalatının %1.46'sını Türkiye'den karşılamıştır (bkz. Çizelge 4.6).

Dünyada yağlık zeytin ve zeytinyağının genel durumuna bakıldığında Türkiye'nin üretim noktasında ilk 3 ülke içinde yer almasına rağmen ihracat noktasında gerilerde kaldığı ve yeterince pay alamadığı söylenebilir. Bunun nedeni olarak kaliteli üretimden ziyade üretim miktarına odaklanması, dünyada Türk zeytinyağının yeterince tanıtımının yapılmaması ve yeni oluşan pazarlarda yer almak için yeterince çaba gösterilmediği sonucu çıkarılabilir.

4.1.2. Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı

Türkiye bulunduğu coğrafi konum ve sahip olduğu Akdeniz iklimi özellikleriyle; İtalya, İspanya, Yunanistan ve Tunus gibi diğer Akdeniz ülkeleriyle birlikte dünyanın önde gelen zeytin ve zeytinyağı üreticilerinden biri olmuştur. Türkiye toplam tarım alanının %2.3 olan 8 790 000 da alanda zeytincilik yapılmıştır (Anonim, 2020f).

Türkiye’de zeytin Ege, Marmara, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde bulunan 41 farklı ilde gerçekleştirilmiştir. Aydın, İzmir, Muğla, Balıkesir, Bursa, Manisa, Çanakkale, Gaziantep ve Mersin önemli zeytin yetiştiren illerdir. Zeytin ve zeytinyağı üreticilerinin çoğunluğu tarım kooperatifleri altında toplanmışlardır. Marmara Zeytin Tarım Satış Kooperatifleri Birliği’ne (Marmarabirlik) bağlı 30 bin, Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Birliği’ne bağlı 22 bin adet zeytin üreticisi toplam üreticilerin yaklaşık %14.00’ünü oluşturmuştur. 2019 yılında 414 bin ton sofralık ve 1 110 bin ton yağlık olmak üzere yaklaşık 1.5 milyon ton zeytin üretimi gerçekleştirilmiştir (Anonim, 2020f). Sofralık zeytin Bursa’nın Gemlik ilçesinde ve çevresinde yoğun olarak üretilirken, yağlık zeytin üretimi ise Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde yoğunlaşmakta olup 2019 yılı itibariyle üretilen yağlık zeytinin yaklaşık %14.00’ü Balıkesir ve Çanakkale illerinde gerçekleştirilmiştir (Anonim, 2020h).

Türkiye’de zeytin hasadı genellikle Ekim-Kasım aylarında başlar. Zeytin üretiminde “var yılı” ile “yok yılı” arasında farklar bulunduğu söylenebilir. Aradaki farkın bakım şartlarının iyileştirilmesiyle azalabilmesine rağmen periyodisitenin sektörü halen önemli derecede etkilediği söylenebilir. Zeytinde görülen periyodisite nedeniyle hammadde temininde sıkıntı yaşayan zeytinyağı fabrikalarında kapasite kullanım oranları ortalama yıllık %40.00-50.00 arasında olduğu söylenebilir.



Şekil 4.1. Türkiye’de zeytin üretim bölgeleri (Al-Naqeeb, 2020)

Üretim

Türkiye son yıllarda zeytin dikili alanları ve zeytin ağacı sayısını artırmaya başlamış ve bu durum üretimine de yansımıştır. 2015 yılında 8 369 000 da olan zeytinlik alanı 2019 yılında 8 792 000 da olmuştur. Zeytin ağacı sayısı ise 2015 yılında 171 992 000 adet iken 2019 yılında 182 076 000 adet olmuştur. Yağlık zeytin üretimi ise 2015 yılında 1 300 000 ton olan yağlık zeytin üretimi 2019 yılında 1 110 000 tona düşmüştür. Zeytinyağı üretimi ise 2015 yılında 185 000 ton iken 2019 yılında 224 595 tona çıkmıştır (bkz. Çizelge 4.7).

Çizelge 4.7. Türkiye zeytin ve zeytinyağı verileri

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| Toplam Zeytinlik Alanı (bin da) | 8 369.00 | 8 455.00 | 8 461.00 | 8 644.00 | 8 792.00 |
| Toplam Zeytin Ağacı Sayısı (bin adet) | 171 992.00 | 173 758.00 | 174 594.00 | 177 844.00 | 182 076.00 |
| Toplam Zeytin Üretimi | 1 700 000.00 | 17 300 000.00 | 2 100 000.00 | 15 000 000.00 | 1 525 000.00 |
| Sofralık Zeytin Üretimi | 400 000.00 | 430 000.00 | 460 000.00 | 426 995.00 | 415 000.00 |
| Yağlık Zeytin Üretimi | 13 000 000.00 | 13 000 000.00 | 1 640 000.00 | 1 073 472.00 | 1 110 000.00 |
| Zeytinyağı Üretimi | 185 000.00 | 195 000.00 | 287 041.00 | 193 613.00 | 224 595.00 |
| Zeytinyağı İhracatı | 12 831.00 | 17 819.00 | 50 217.00 | 65 940.00 | 43 862.00 |
| Zeytinyağı İthalatı | 2 632.00 | 1 307.00 | 16.00 | 4 844.00 | 23 401.00 |

Kaynak: Anonim, 202h, Anonim, 2020a

Tüketim

Dünyada zeytin üretiminin yapıldığı ülkelerin tüketimde de en ön sıralarda yer aldığı gibi Türkiye’de de zeytinyağı, zeytin üretimi yapılan bölgelerde yoğun olarak tüketilmiş diğer bölgelerde zeytinyağı tüketim oranları daha düşük kalmış ve çoğunlukla ayçiçeği yağı tüketilmiştir. Nitekim zeytinyağının, üretimin yoğun olarak yapıldığı başta Ege Bölgesi olmak üzere Marmara ve Akdeniz bölgelerinde, diğer bölgelere göre, daha fazla tüketildiği bilinmektedir. Genç (2004)’e göre özellikle, Ege Bölgesi’ndeki zeytinyağı tüketimi (kişi başına 5-6 kg/yıl), diğer bölgelerin ve Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde olmuştur.

Bununla beraber son yıllarda iç pazara yönelik olarak yapılan tanıtım faaliyetleri sayesinde tüketicilerin zeytinyağının sağlık ve beslenme yönünden faydaları konularında bilinçlenmeleri sayesinde tüketimi az olan bölgelerde tüketimde artışlar meydana gelmiştir. Zeytinyağının az tüketildiği bölgelerde meydana gelen bu artış ülke tüketimine de yansımıştır. Türkiye’nin 2009 yılında 110 000 ton olan zeytinyağı tüketimi 2019 yılında 170 000 tona yükselmiştir (bkz. Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Türkiye zeytinyağı tüketimi

| Sezonlar | Tüketim Miktarı (Ton) |
|----------|-----------------------|
| 2009/10 | 110 000.00 |
| 2010/11 | 131 000.00 |
| 2011/12 | 150 000.00 |
| 2012/13 | 150 000.00 |
| 2013/14 | 105 000.00 |
| 2014/15 | 125 000.00 |
| 2015/16 | 116 000.00 |
| 2016/17 | 150 000.00 |
| 2017/18 | 176 000.00 |
| 2018/19 | 163 000.00 |
| 2019/20 | 170 000.00 |

Kaynak: Anonim, 2020ı

Türkiye’de yıllar içinde kişi başı zeytinyağı tüketimi toplam tüketim miktarına paralel olarak artış göstermekle beraber zeytin üreticisi AB ülkelerine göre oldukça düşük

seviyelerde kalmıştır. Türkiye’de kişi başına zeytinyağı yıllık tüketim miktarı 1.5 litre olup bu oran Yunanistan’da 12 litre, İspanya ve İtalya’da 10 litre, Tunus, Portekiz, Lübnan ve Suriye’de 6 litre civarında olmuştur (Anonim, 2020b). Bunun sebebi olarak Türkiye’de zeytinyağı kültürünün yeterince yaygınlaştırılmaması, zeytinyağı fiyatlarının alternatiflerine göre daha pahalı olması ve tüketicilerin zeytinyağı fiyatlarına karşı duyarlılıklarının yüksek olması sayılabilir.

İhracat

Türkiye zeytinyağı ihracatı, periyodisiteden ve iklimsel faktörlerden dolayı zeytinyağı üretiminde meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle yıldan yıla keskin artış ve düşüşler göstermiştir. İşleme teknolojisi, pazarlama politikaları ve diğer üretici ülkelerin zeytinyağı rekoltelerinde meydana gelen değişimler Türkiye’nin ihracatını etkileyen önemli unsurlar arasında yer almıştır. AB ülkelerinde rekolte düşüklüğünün yaşandığı yıllarda Türkiye’nin AB’ye zeytinyağı ihracat oranı %40.00 seviyelerine çıkmıştır (Anonim, 2020d). Diğer yıllarda ise bu oran %25.00 seviyelerine inmiştir. Türkiye ürettiği zeytinyağının ortalama %26.00’sını ihraç etmiştir. (Anonim, 2020ı).

Türkiye’nin hemen yanı başında olmasına ve zeytinyağı açısından büyük bir pazar olmasına rağmen en büyük ve rekabetçi üretici ülkelerin yine bu ülkeler olması ve AB’ye üye ülkelerin kendi aralarında gümrüksüz ticaret yapabilmeleri nedeniyle Türkiye’nin AB pazarına girmesi ve rekabet edebilmesinin zor olduğu söylenebilir.

Ayrıca AB Türkiye’den yaptığı zeytinyağı ithalatına yüksek gümrük vergisi ve kota uygulamıştır. AB, Türkiye’den zeytinyağı ithalatına %27.92 oranında ithalat vergisi uygulamıştır (Anonim, 2020a). 150910 “Saf zeytinyağı” 150910 GTİP kodlu üründe Türkiye’ye karşı en yüksek tarife oranını %27.92 ile Almanya, Birleşik Krallık, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz uygularken Japonya ve Kanada Türkiye’ye bu üründe hiç tarife uygulamamıştır. ABD ise Türkiye’ye %0.96 tarife oranı uygulamıştır. “Zeytinyağı fraksiyonları” 150990GTİP kodlu üründe Türkiye’ye karşı en yüksek tarifeyi %31.11 ile Almanya, Birleşik Krallık, İspanya, Fransa, İtalya ve Portekiz uygularken Japonya ve

Kanada Türkiye'ye hiç tarife uygulamamıştır. Bu üründe ABD ise Türkiye'ye %1.04 tarife oranı uygulamıştır (Anonim, 2020a).

AB pazarına kısıtlı giriş imkanı bulunan Türkiye ise bu durumu ihracat pazarlarını çeşitlendirme yoluna giderek aşmaya çalışmıştır. Bu nedenle AB zeytinyağı üretici ülkeler ihracatta AB pazarına yoğunlaştıklarından dolayı dünyada ihracat pazarları daha sınırlıyken Türkiye'nin zeytinyağı ihracat pazarı çok daha geniştir. Ayrıca dünyada zeytinyağına yönelik talebin artması Türkiye için yeni ihraç pazarlarının ortaya çıkmasını sağlamış, son yıllarda daha önce zeytinyağı ihracatı yapılmamış ülkeler Türkiye'ye yeni fırsatlar sunmuştur.

Çizelge 4.9. Türkiye zeytinyağı ihracatı ve ortalama ihraç fiyatları

| Yıllar | Miktar (kg) | Tutar (\$) | Ortalama Fiyat (\$/kg) |
|---------|---------------|-----------------|------------------------|
| 2007/08 | 19 389 416.00 | 77 203 652.00 | 3.98 |
| 2008/09 | 31 527 383.00 | 100 376 461.00 | 3.18 |
| 2009/10 | 20 016 259.00 | 67 991 315.00 | 3.40 |
| 2010/11 | 13 963 321.00 | 52 266 536.00 | 3.74 |
| 2011/12 | 25 795 779.00 | 81 040 657.00 | 3.14 |
| 2012/13 | 96 622 572.00 | 305 345 529 .00 | 3.16 |
| 2013/14 | 24 055 219.00 | 91 517 849.00 | 3.80 |
| 2014/15 | 30 062 106.00 | 140 690 656.00 | 4.68 |
| 2015/16 | 15 119 745.00 | 57 455 031.00 | 3.80 |
| 2016/17 | 45 566 859.00 | 176 799 412.00 | 3.88 |
| 2017/18 | 66 110 487.00 | 254 910 062.00 | 3.85 |
| 2018/19 | 52 242 987.00 | 146 062 015.00 | 2.79 |
| 2019/20 | 43 862 000.00 | 142 700 000.00 | 3.25 |

Kaynak: Anonim, 2020ı, Anonim, 2020a

Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı yaptığı başlıca ülkeler ABD, İspanya, S.Arabistan, İtalya, İran ve Japonya'dır. Türkiye toplam zeytinyağı ihracatının %35.20'sini ABD'ye, %13.40'ünü İspanya'ya, %10.40'ünü S.Arabistan'a, %8.10'ini İtalya'ya, %5.30'ünü İran'a ve %5.00'ini Japonya'ya yapmıştır (Anonim, 2020ı). Bu ülkelerin yanı sıra birçok ülkeye de düşük miktarlarda ihracat yapılmıştır.

İhracat yapılan ülkeler içerisinde İtalya ve İspanya hariç tutulduğunda, ihraç pazarlarının geleneksel olarak zeytinyağı tüketicisi olmayan, son yıllarda tüketim miktarları hızla artan ve gelecekte artma potansiyeli olan ülkeler olduğu söylenebilir.

İhracatta ihraç edilen miktar kadar ihraç edilen zeytinyağının birim fiyatı da önemlidir. 2015 yılında 4.68 \$/kg seviyesinde gerçekleşen Türkiye ihraç birim fiyatı yıllar içinde artış göstermekle beraber 2019 yılında 3.25 \$/kg'a düşmüştür (bkz. Çizelge 4.9).

İthalat

Türkiye'nin zeytinyağı alanında ciddi bir ithalatı bulunmamakla beraber bazen iç piyasadaki fiyat dengesini sağlamak amacıyla ithalat yapılabilmektedir. Bununla beraber son yıllarda kayıtlarda gözükmemekle beraber Suriye'den transit satış amacıyla getirilen zeytinyağlarının iç pazara sunulduğu ve ciddi fiyat spekülasyonlarına neden olduğu konu uzmanlarınca dile getirilmiştir (Anonim, 2019c).

Türkiye zeytinyağı arz-talep dengesi

Çizelge 4.10. Türkiye zeytinyağı arz-talep dengesi

| Yıllar (bin ton) | 2017/18 | 2018/19 | 2019/20 |
|------------------|---------|---------|---------|
| Sezon Başı Stoku | 13.50 | 34.20 | 9.80 |
| Üretim | 263.00 | 193.60 | 225.00 |
| İthalat | 0.00 | 0.0 | 0.00 |
| İhracat | 65.80 | 55.00 | 43.80 |
| İç Tüketim | 176.50 | 163.00 | 170.00 |
| Sezon Sonu Stoku | 34.20 | 9.80 | 21.00 |

Kaynak: Anonim, 2020ı

Türkiye'nin zeytinyağı yıllar itibariyle arz talep dengesi Çizelge 4.10'da görülebilir. Periyodisiteden kaynaklanan dalgalanmalar nedeniyle sezonlar arasındaki değerlerde farklılıklar olduğu gözlenmiştir. Genel olarak Türkiye'nin zeytinyağında ihracatçı bir ülke olduğu, ihtiyacından daha fazla zeytinyağı üreterek ihraç ettiği Çizelge 4.10'dan anlaşılabilir.

4.1.3.TR22 bölgesinde zeytin ve zeytinyağı

TR22 Bölgesi Türkiye’de tarımda öne çıkan bölgelerden olmuştur. Bölge nüfusunun ana faaliyet alanı tarım olup çalışan nüfusun çoğunluğu da tarım sektöründe istihdam edilmiştir. Bu özellikleriyle bölge tarımsal üretimde Türkiye’de ön sıralarda olmuştur.

Çizelge 4.11.Balıkesir ve Çanakkale illeri arazilerinin niteliklerine göre dağılımı

| Yerleşim Birimi | Balıkesir | | Çanakkale | | TR22 Bölgesi | |
|--|--------------|----------|------------|----------|--------------|----------|
| | Alan (ha) | Oran (%) | Alan (ha) | Oran (%) | Alan (ha) | Oran (%) |
| İşlenebilir Arazi | 390 203.00 | 26.92 | 331 633.00 | 33.38 | 721 836.00 | 29.55 |
| Çayır-Mera Arazisi | 81 828.00 | 5.65 | 30 564.00 | 3.08 | 112 392.00 | 4.60 |
| Ormanlık Arazi | 649 115.00 | 44.78 | 489 702.00 | 49.30 | 1 138 817.00 | 46.62 |
| Yerleşim Alanları, Tarıma Elverişsiz Arazi | 328 244.00 | 22.65 | 141 419.00 | 14.24 | 469 663.00 | 19.23 |
| Toplam | 1 449 390.00 | 100.00 | 993 318.00 | 100.00 | 2 442 708.00 | 100.00 |

Kaynak: Anonim, 2019d, Anonim, 2019e

Tarımsal üretimin ön plana çıktığı bölgedeki arazilerin niteliklerine göre dağılımı Çizelge 4.11’de görülebilir. Çizelgeye bakıldığında bölgedeki arazilerin %29.55’inin tarım arazisi ve %4.60’ının ise çayır-mera olduğu görülebilir.

Çizelge 4.12.Balıkesir ve Çanakkale’de işlenebilir tarım arazilerinin kullanım durumu

| Yerleşim Birimi | Balıkesir | | Çanakkale | | TR22 Bölgesi | |
|-----------------------|------------|----------|------------|----------|--------------|----------|
| | Alan (ha) | Payı (%) | Alan (ha) | Payı (%) | Alan (ha) | Oran (%) |
| Arazi Kullanım Durumu | | | | | | |
| Tarla Arazisi | 266 744.00 | 68.36 | 252 747.00 | 76.22 | 519 491.00 | 71.96 |
| Sebze Arazisi | 26 457.00 | 6.78 | 20 942.00 | 6.31 | 47 399.00 | 6.57 |
| Zeytinlik | 83 758.00 | 21.47 | 32 573.00 | 9.82 | 116 331.00 | 16.12 |
| Meyvelik | 11 982.00 | 3.07 | 20 754.00 | 6.26 | 32 736.00 | 4.54 |
| Bağ arazisi | 1 262.00 | 0.32 | 46 17.00 | 1.39 | 5 879.00 | 0.81 |
| Toplam | 390 203.00 | 100.00 | 331 633.00 | 100.00 | 721 836.00 | 100.00 |

Kaynak: Anonim, 2019d, Anonim, 2019e

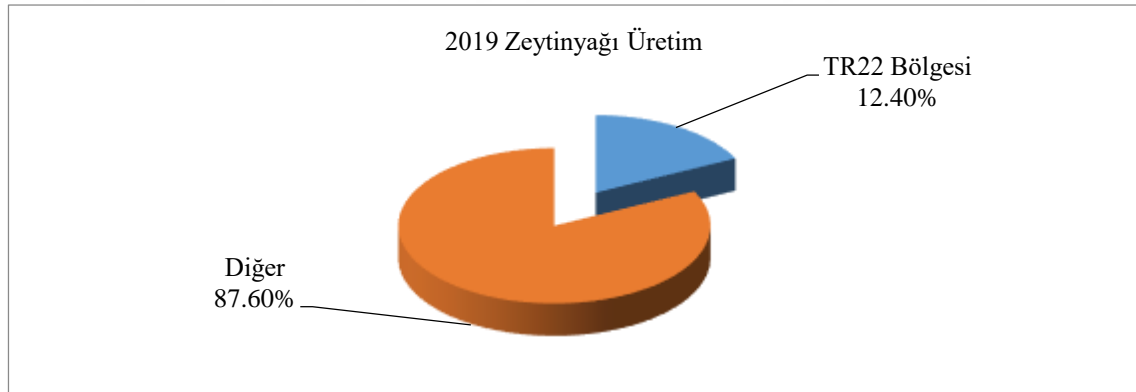
Bölgede tarım arazilerin varlığı önemli bir yere sahipken bu alanlar içerisinde ise tarla ve zeytinlik alanları ön plana çıkmıştır. Zeytinlikler bölgedeki tarım alanlarının %16.12’sini oluşturmuştur (bkz. Çizelge 4.12). Bu yönüyle zeytin üretiminin bölge tarımı açısından oldukça önemli olduğu söylenebilir.

Çizelge 4.13’de Türkiye’de en fazla zeytin ve zeytinyağı üretimi yapılan illerin üretim durumları ve ağaç sayıları görülebilir.

Çizelge 4.13. Türkiye iller bazında yağlık zeytin ve zeytinyağı durumu

| Yerleşim Birimi | Meyve Veren Ağaç Sayısı | Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı | Verim (ağaç/kg) | Dane Zeytin Üretimi (ton) | Sofralık Dane Zeytin Üretimi (ton) | Yağlık Dane Zeytin Üretimi (ton) | Zeytinyağı (ton) |
|-----------------|-------------------------|----------------------------|-----------------|---------------------------|------------------------------------|----------------------------------|------------------|
| Türkiye | 153 168 156.00 | 27 717 636.00 | 10.00 | 1 532 501.00 | 414 085.00 | 1 110 277.00 | 224 595.00 |
| Balıkesir | 11 301 999.00 | 503 547.00 | 14.70 | 130 574.00 | 22 658.00 | 107 916.00 | 21 583.00 |
| Çanakkale | 5 014 305.00 | 512 902.00 | 7.30 | 36 811.00 | 5 274.00 | 31 536.00 | 6 307.00 |
| Bursa | 11 389 281.00 | 229 185.00 | 7.50 | 85 053.00 | 68 263.00 | 16 790.00 | 3 358.00 |
| Manisa | 19 140 329.00 | 3 963 059.00 | 7.08 | 1 356 458.00 | 87 681.00 | 47 776.00 | 7 963.00 |
| İzmir | 16 743 314.00 | 3 963 059.00 | 7.00 | 117 682.00 | 14 654.00 | 103 028.00 | 20 606.00 |
| Aydın | 22 193 288.00 | 2 430 472.00 | 17.40 | 386 530.00 | 77 049.00 | 306 981.00 | 62 272.00 |
| Muğla | 15 753 173.00 | 1 167 784.00 | 9.80 | 154 629.00 | 18 276.00 | 130 725.00 | 26 025.00 |
| Hatay | 12 492 281.00 | 3 294 750.00 | 9.80 | 127 500.00 | 15 000.00 | 112 500.00 | 25 000.00 |
| Kilis | 4 183 498.00 | 667 291.00 | 6.20 | 26 000.00 | 1 250.00 | 24 750.00 | 5 500.00 |
| Gaziantep | 9 078 966.00 | 1 006 613.00 | 2.00 | 18 000.00 | 2 250.00 | 15 750.00 | 3 500.00 |
| Osmaniye | 3 422 516.00 | 682 147.00 | 8.80 | 30 000.00 | 10 000.00 | 20 000.00 | 4 000.00 |

Kaynak: Anonim, 2019d, Anonim, 2019e Anonim, 2020h, Anonim, 2020f



Şekil 4.2.2017/18 üretim yılı TR22 Bölgesi’nin Türkiye zeytinyağı üretimindeki payı

Meyve veren ağaç sayılarına bakıldığında Balıkesir 5.sırada gelmekteyken Çanakkale 8.sırada gelmiştir. Zeytinyağı üretiminde ise Balıkesir 4.sırada gelmekteyken Çanakkale 7.sırada gelmiştir. TR22 Bölgesi Türkiye’nin yıllık zeytinyağı üretiminin %12.4’ünü gerçekleştirmiştir (bkz. Şekil 4.2). Bu yönüyle TR22 Bölgesi’nin yağlık zeytin ve zeytinyağı sektörü için Türkiye’nin önemli bölgelerinden biri olduğu söylenebilir.

Çizelge 4.14. Türkiye ve TR22 Bölgesi zeytin ağaçları ve zeytinlik alan verileri

| Yerleşim Birimi | Zeytin Çeşidi | Alan (da) | % |
|-----------------|---------------|--------------|--------|
| Balıkesir | Sofralık | 105 300.00 | 12.57 |
| | Yağlık | 732 280.00 | 87.43 |
| | Toplam | 837 580.00 | 72.00 |
| Ç.Kale | Sofralık | 18 474.00 | 5.67 |
| | Yağlık | 307 257.00 | 94.33 |
| | Toplam | 325 731.00 | 28.00 |
| TR22 Bölgesi | Sofralık | 123 774.00 | 5.29 |
| | Yağlık | 1 039 537.00 | 20.30 |
| | Toplam | 1 163 311.00 | 13.23 |
| Türkiye | Sofralık | 2 341 306.00 | 26.63 |
| | Yağlık | 6 450 459.00 | 73.37 |
| | Toplam | 8 791 765.00 | 100.00 |

Kaynak: Anonim, 2019d, Anonim, 2019e Anonim, 2020h, Anonim, 2020f

Balıkesir ilindeki zeytinliklerin %87.43'ü yağlık zeytin alanından oluşmuşken Çanakkale'nin zeytinlik alanlarının %94.33'ü yağlık zeytinliklerden oluşmuştur. Bölge dikili zeytin alan varlığı yönünden de Türkiye'de önemli bir konumda olmuştur. Bölgede Türkiye dikili zeytin alanı varlığının %13.23'ünü, yağlık zeytin alanı varlığı açısından %20.30'ünü oluşturmuştur (bkz. Şekil 4.14).

Bölgede yağlık zeytin üretimine paralel olarak zeytinyağı sanayisi de gelişme göstermiştir. Bölgede bugün zeytinyağı, zeytin, sabun, pirina ve zeytinle ilgili diğer yan ürünlerin imalatını yapan 300'den fazla tesis bulunmuştur (Anonim, 2020c).

4.2.Dünyada ve Türkiye'de Zeytincilik Politikaları

Dünyada ve Türkiye'de stratejik öneme sahip olduğu söylenebilecek tarımsal ürünlerden zeytinyağı üretiminin desteklenmesine yönelik değişik politikalar uygulanmıştır. Dünyada ülkeler tarafından uygulanan politikaların en önemlisi zeytinyağı sektörünün en büyük ihracatçı ve ithalatçı kuruluşu olan AB'nin dünya zeytinyağı piyasasına yön veren Ortak Tarım Politikası olduğu söylenebilir. Bu nedenle dünyada uygulanan zeytinyağı politikaları AB'nin Ortak Tarım Politikası çerçevesinde değerlendirilmiştir.

4.2.1.AB’de geçmişten günümüze zeytinyağı politikaları

Zeytinyağı, AB’de en önemli tarım ürünlerinden biri olduğu söylenebilir. AB’nin güney kesiminin tamamen Akdeniz’e kıyısının olması ve zeytinin yetişmesine dünyada en elverişli alanın bu bölge olması dolayısıyla AB’yi zeytin ve zeytinyağı üretiminde dünyada öne çıkarmıştır. AB’de en büyük zeytinyağı üretici ülkeler İspanya, İtalya, Yunanistan ve Portekiz olmuş ve AB’nde 5.4 milyon hektarlık alanda yağlık zeytin üretimi yapılmıştır (Anonim, 2020b).

Birliğin ilk yıllarında zeytinyağı üreticisi olarak sadece Fransa ve İtalya yer almıştır. Bu nedenle dış rekabete açık üye üretici ülkelerin korunması ve iç üretimin arttırılması amacına yönelik bir politika ortaya konulmuştur. Bundan dolayı OTP kapsamındaki diğer ürün rejimlerinde de olduğu gibi arzın devamlılığını sağlama, üreticilere daha iyi bir yaşam seviyesi yaratma, fiyat istikrarsızlıklarının önüne geçme ve ticaretin düzenlenmesi için politika oluşturma yönünde bir amaç belirlenmiştir (Özden, 2006).

Bu amaç doğrultusunda zeytinyağında OTP, başlangıçta belli bir fiyat politikasına (üçlü fiyat sistemi: temsili pazar fiyatı, hedef fiyat, müdahale fiyatı) dayanmakta ve Konsey tarafından yıllık olarak belirlenmiştir. Üretici Hedef Fiyatı, tavan fiyat niteliğinde olup üreticilere adil gelir sağlanması ve üreticinin gelirinin artırılması amaçlanırken, Temsili Pazar Fiyatı ile tüketicinin fiyat artışlarından korunmasına çalışılmıştır. Temsili Pazar Fiyatı, diğer yağların fiyatları dikkate alınarak teorik olarak belirlenmiştir. Dünya fiyatı olarak kabul edilebilecek bu fiyat pazardaki diğer bitkisel yağların fiyatlarındaki gelişmeler dikkate alınarak zeytinyağının elden çıkarılabileceği fiyat olmuştur. Müdahale Fiyatı ise (1998/99 pazarlama yılından itibaren kaldırılmıştır), taban fiyat niteliğinde olup Konsey tarafından belirlenen standart kalitedeki zeytinyağının pazarlama yılının son dört ayı itibarıyla, müdahale kuruluşları tarafından alınmasının zorunlu olduğu fiyat olmuştur. 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, bütçede tarafsızlık sağlamadığı ve pazar koşullarını tam olarak dikkate almadığı için zamanla büyük sorunların çıkmasına neden olmuştur (Dönmez, 2004).

Bunun üzerine zeytinyağı politikasında ilk önemli değişiklik 1978 yılında zeytinyağı tüketiminin artırılması için tüketim yardımı verilmesi, zeytinyağı üretiminin kalitesini arttırmaya ve pazarlanmasına yardımcı olmaya yönelik önlemler alınması, sektörde üretici örgütleri ve birlikleri kurulması ve gerekli olduğunda bunlara özel stoklama yardımı verilmesi kararlaştırılmıştır (Güldoğan, 2006).

1981’de Yunanistan’ın, 1986’da İspanya ve Portekiz’in katılımlarıyla AB zeytinyağında dünya üretiminin %70.00’inden fazlasını gerçekleştirmeye başlamıştır. Bu yeni durumla birlikte büyük ve kontrolsüz bir üretim artışı nedeniyle AB bütçesinden OTP’ye aktarılan miktar çok büyük bir değer tutacağından ve Birlik tarafından Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)’ne verilen taahhütlere uyulamayacağından dolayı reform ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

1987/88 döneminden itibaren, üretimi kontrol altına almak ve bütçe harcamalarına istikrar getirmek amacıyla, AB’de üretilen toplam zeytinyağının yardım kapsamına alınacak miktarının belirlenmesi için yeni bir sistem uygulanmaya başlanmıştır (Yılmaz, 2013). Buna göre Birliğin azami üretimi 1 350 000 ton (AB’nin uzun yıllar üretim miktarı göz önünde bulundurularak belirlenmiştir) ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla belirli bir üye devletteki üreticilerin alabileceği azami toplam yardım belirlenmiştir. Bir üye devletin üretiminin Garanti Edilmiş Azami Miktarı geçtiği durumda zeytinyağı üretim yardımının birim tutarı orantısal olarak azaltılmıştır (bir pazarlama yılında %3.00’e kadar) (Anonim, 2020i).

Zeytinyağının toplam üretim değerinin içinde Birlik bütçesinden ayrılan destekleme harcamalarının payı yıllar içinde farklılık gösterse de yaklaşık %35.00 dolayında olmuştur (Anonim, 2020i). Bir başka deyişle AB’de zeytinyağı, üretim değerinin 1/3’ü oranında desteklenmiştir. Bu tutarın %65.00’inden fazlasını üretim yardımı, yaklaşık %27.00’sini tüketim yardımı, %4.00’ünü ihracat geri ödemeleri ve geri kalanını da depolama masrafları vb. harcama kalemleri oluşturmuştur (Anonim, 2020i). AB 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren devreye giren Tek Ödeme Sistemi (Single Payment Scheme) kapsamına zeytinyağını da almıştır. Tek Ödeme Sistemi, belirli bir çiftliğe geçmişe dönük verimliliği üzerinden prim ödenmesi anlamına gelmiştir.

2013 yılında yapılan reformla doğrudan ödemelerin yeniden düzenlenmesini, geçmiş dönem referans miktarını kaldırarak üye devletler ve üreticiler arasında adil bir bölüşümü amaçlanmıştır. OTP böylelikle kırsal kalkınma, çevre ve iklim değişikliği gibi konulara önem veren bir yapıya dönüşmüştür. 1 Ocak 2014 tarihinden itibaren geçerli olan reform sayesinde, desteklerin daha şeffaf olduğu belirtilmiştir (Yılmaz, 2013). 2013 reformuyla yeni bir anlayış kazanan OTP doğrultusunda zeytinyağı sektörü de etkilenmiştir. Zeytinyağı alanında Birlik finansmanı üretim miktarından daha kaliteli ürün üretimi, bireyden ziyade örgütlere teşvik verilmesi, çevre korunmasının ön plana alınması, sertifikasyon, depolama, verim artırıcı tedbirler ve rekabet gücünün artırılması konularına yönlendirilmiştir (Anonim, 2020j).

AB ve Türkiye zeytinyağı dış ticareti

AB’nde yürürlükte olan kurallara göre Birlik içindeki zeytinyağı fiyatlarının dünya fiyatlarından yüksek olması halinde restütisyon adı verilen ihracat iadesi sistemi uygulanmıştır. Dünya fiyatları AB fiyatlarını geçmesi durumunda Birlik 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 alınmıştır.

AB, halihazırda 070992 GTİP kodlu “Zeytin (taze veya soğutulmuş)” üründe Türkiye’ye karşı %2.73 oranında tarife uygularken, 071120 “Zeytin (geçici konserve)” GTİP kodlu üründe %5.17, 150910 “Saf zeytinyağı” GTİP kodlu üründe %27.92, 150990 “Zeytinyağı fraksiyonları” GTİP kodlu üründe %31.11 ve 151000 “Zeytinden elde edilen diğer sıvı yağlar” GTİP kodlu üründe %49.87 oranında ithalat vergisi uygulamıştır (Anonim, 2020a). Verilen değerlerden de anlaşıldığı üzere Türk zeytinyağına AB tarafından oldukça yüksek vergiler uygulanmış, oluşturulan vergi duvarlarının Türk üreticiler tarafından aşılması ise mevcut üretim şartlarında oldukça zor görüldüğü belirtilebilir. Dünyanın en büyük zeytinyağı pazarının hemen yanıbaşında bulunmasına rağmen yüksek vergi oranlarından dolayı bu imkanı değerlendiremeyen Türkiye zeytinyağı sektörünün ise her ne kadar nakliye masrafları

daha fazla olsa da zeytinyağı tüketiminde hızlı bir artış gösteren ABD, Uzakdoğu, Güney Amerika ve Çin pazarlarına yönelmesinin daha ekonomik olacağı söylenebilir.

4.2.2. Türkiye’de geçmişten günümüze zeytinyağı politikaları

Türkiye’de zeytinyağında destekleme politikalarının ilk olarak 1927 yılında çıkarılan Zeytincilik Kanunu Layihası ile başladığı söylenebilir. Bu Kanunla zeytin dikimi ve üretiminin korunması ve teşvik edilmesi yönünde tedbirler alınmıştır. Daha sonraki yıllarda da zeytin yetiştiriciliğine önem verilmiş ve 26 Ocak 1939 tarihinde 3573 sayılı Zeytinciliğin Islahı ve Yabanilerinin Aşılattırılması Hakkında Kanun çıkarılmıştır.

Anonim (1941)’e göre üreticilerin ürünlerinin işlenmesi, istenilen fiyattan ve kolayca pazarlanabilmesi amacıyla 21.10.1935 tarih ve 2834 sayılı Tarım Satış Kooperatifleri Kanunu’na göre TARİŞ kurulmuştur. Ancak 1949 yılında faaliyete geçebilmiştir. 27.10.1941 yılında yapılan “İzmir İncir ve Üzüm Tarım Satış Kooperatifleri Birliği”nin 103.Yönetim Kurulu Toplantısında “Zeytinyağının teşkilatlandırılmasına başlangıç olmak üzere yalnız zeytinyağının ortak tali ürünleri arasına alınarak” değerlendirilmesi ve aynı zamanda piyasadan da alım yapılarak ihraç edilmesi kararı alınmış ve Anonim (1942)’e göre zeytinyağı alımlarına 1942 yılında başlamıştır (Sezener, 2005).

1943 yılında Ticaret Bakanlığı tarafından, kurulmaları ve birliğe bağlanmaları uygun görülen Ayvalık, Edremit, Havran, Burhaniye ve Küçükkuyu Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliğe katılmıştır. Bununla beraber Anonim, (1943b)’e göre Sultanhisar, Edremit, Burhaniye ve Bayındır Kooperatiflerinde üreticinin ürünlerinin işlenmesi için birer zeytinyağı fabrikası kurulmuştur (Anonim, 2016a).

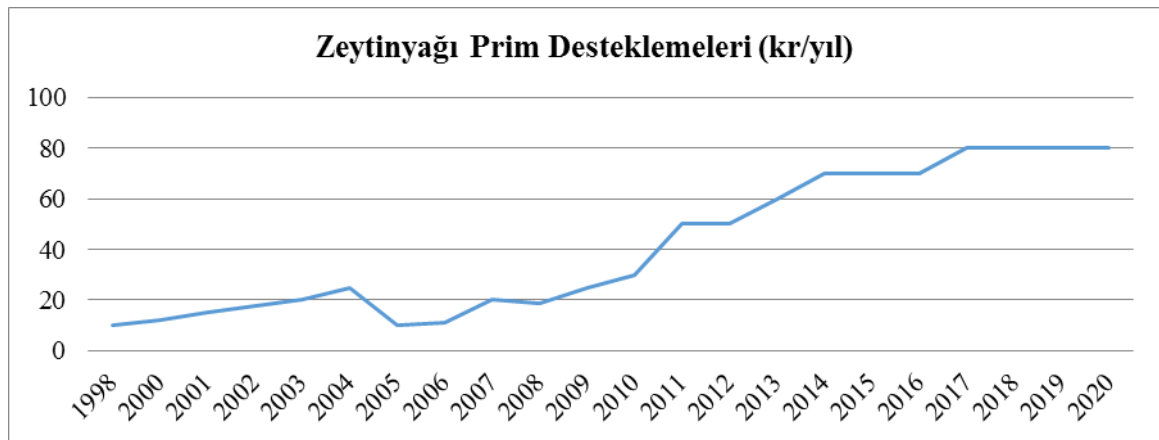
Türkiye’de zeytinyağına yönelik doğrudan ilk politika uygulamalarının 1966 yılında destekleme alımları ile başladığı söylenebilir. Destekleme alımları ile üreticileri fiyat dalgalanmalarından korumak ve zeytinyağının iç ve dış pazarlarda değerinde satışını sağlamak amaçlanmıştır. Bundan sonra ise Türkiye’de, zeytinyağı üretimini artırmak için uzun yıllar boyunca destekleme alımları uygulanmış, bu destek şekli 1990’lı yılların sonunda yerini prim ödemelerine bırakmıştır (Bayramer, 2015).

Prim ödemesi sistemine geçilinceye kadar devlet tarafından destekleme alımı uygulamasının yapılmadığı dönemlerde Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri üreticinin elindeki ürünleri alarak oluşan boşluğu doldurmaya çalışmışlardır (Gazanfer, 2007).

Çizelge 4.15. Türkiye’de zeytinyağı destekleme politikaları

| Yıllar | Destekleme Şekli |
|---------------------------------|------------------------------------|
| 1965/66’ya kadar arası (18 yıl) | Birlik Alımları |
| 1966/67- 1987/88 arası (22 yıl) | Destekleme Alımı |
| 1988/89-1990/91 arası (3yıl) | Birlik Alımları |
| 1991/92- 1993/94 arası (3 Yıl) | Destekleme Alımı |
| 1994/95-1997/98 arası (4 yıl) | Birlik Alımları |
| 1998 | Prim Ödemesine başlanmıştır. |
| 1999 | Birlik Alımları |
| 2000-2006 | Prim Ödemesi tekrar başlatılmıştır |
| 2001-2008 | Doğrudan Gelir Desteği |
| 2003- devam etmektedir | Destekleme Primi |

1998 yılından itibaren de destekleme alımları prim ödemelerine dönüştürülmüştür. Türkiye’de zeytinyağına yapılan destekleme şekilleri tarihsel olarak Çizelge 4.15’te görülebilir. Türkiye’de, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) yükümlülüklerine ve AB politikalarına uyum sağlamak, üretici ve sanayiciyi teşvik etmek, ekonomiyi kayıt altına alarak vergi gelirlerini arttırmak, tarımsal kayıt ve envanter tutulmasını sağlamak, üretici ve sanayiciyi aynı zamanda koruyup üretimi teşvik etmek, sanayiye dünya fiyatlarından hammadde sağlamak gibi amaçlarla 26.11.1998 tarih ve 98/12122 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile zeytinyağında destekleme primi uygulaması başlatılmıştır.



Şekil 4.3. Türkiye’de yıllar itibariyle zeytinyağına ödenen prim miktarları

Çizelge 4.16.Zeytinyağına yapılan DGD ödemeleri

| Yıllar | Birim Destek Miktarı (TL/da) | Üretici Sayısı | Desteklenen Alan (ha) |
|-----------|------------------------------|----------------|-----------------------|
| 2003/2004 | 16 | 173 120.00 | 351.73 |
| 2004/2005 | 16 | 175 214.00 | 362.21 |
| 2005/2006 | 16 | 182 299.00 | 370.2 |
| 2006/2007 | 10 | 186 257.00 | 385.48 |
| 2007/2008 | 7 | 199 599.00 | 420.52 |

Kaynak: Anonim, 2020l

Zeytinyağında prim ödemelerine ilişkin usul ve esaslar Tarımda Yeniden Yapılanma ve Destekleme Kurulunca belirlenmekte ve Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından çıkarılan genelgelerle duyurulmuştur. Zeytinyağı prim miktarı 1998 yılından itibaren dalgalı bir şekilde ilerlemiştir (bkz. Şekil 4.3). Ödemeler ilk iki yıl € olarak verilmiş ancak sonraki yıllarda TL bazında açıklanmıştır. 1999 yılında ise, zeytinyağı rekoltesinin düşük olması gerekçesiyle prim ödemesi yapılmamıştır (Başaran, 2011). 2019 yılından itibaren ise ilk defa sofralık zeytinde prim desteği uygulamasına başlanılmıştır (Anonim, 2020k). Zeytinyağı ve sofralık zeytin üreticilerine ayrıca genel bir destekleme sistemi olan Doğrudan Gelir Desteği (DGD) kapsamında 2000 – 2008 yılları arasında gelir desteği ödemesi yapılmıştır (bkz. Çizelge 4.16).

Çizelge 4.17.Türkiye’de zeytin üreticilerinin yararlandıkları MGD miktarları

| Yıllar | Gübre Desteği (TL/da) | Mazot Desteği (TL/da) |
|-----------|-----------------------|-----------------------|
| 2003/2004 | - | 3.90 |
| 2004/2005 | - | - |
| 2005/2006 | 1.00 | 1.50 |
| 2006/2007 | 1.55 | 1.80 |
| 2007/2008 | 3.83 | 2.93 |
| 2008/2009 | 4.25 | 3.25 |
| 2009/2010 | 4.25 | 3.25 |
| 2010/2011 | 4.75 | 3.75 |
| 2011/2012 | 5.00 | 4.00 |
| 2012/2013 | 5.50 | 4.30 |
| 2013/2014 | 6.00 | 4.60 |
| 2014/2015 | 6.60 | 4.85 |
| 2015/2016 | 11.00 | |
| 2016/2017 | 11.00 | |
| 2017/2018 | 14.00 | |
| 2019/2020 | 19.00 | |

Kaynak: Anonim, 2020l

Zeytin üreticilerine destekleme primi ve DGD yanında 2003 yılından itibaren mazot ve gübre desteği sağlanmıştır (bkz.Çizelge 4.17). Ayrıca sertifikalı zeytin fidanı kullanımını arttırarak, sağlıklı fidanlarla en az 10 da kapama zeytin bahçe tesisinin yaygınlaştırılması amacıyla, 2006 yılından itibaren sertifikalı fidan desteği zeytin üreticileri desteklenmiştir (bkz. Çizelge 4.18).

Çizelge 4.18.Sertifikalı zeytin fidanı destek birim fiyatları

| Yıllar | Sertifikalı (TL/da) | Sertifikasız (TL/da) |
|--------|---------------------|----------------------|
| 2014 | 100.00 | 50.00 |
| 2015 | 150.00 | 50.00 |
| 2016 | 150.00 | 50.00 |
| 2017 | 280.00 | 100.00 |
| 2018 | 280.00 | 100.00 |
| 2019 | 280.00 | 100.00 |
| 2020 | 280.00 | 100.00 |

Kaynak: Anonim, 2020

Ayrıca Türkiye’de 2008’den bu yana üreticilere organik tarım uygulamaları, iyi tarım uygulamaları ve toprak analizleri desteği, kırsal kalkınma desteği kapsamında destekler verilmiştir. 2009 yılından itibaren ise makine ekipman desteği sağlanmıştır. Ayrıca 2007 yılından bu yana, tarım sigortası desteği ve 2008 yılından bu yana faiz indirimli tarımsal kredi destekleri sağlanmıştır.

İhracat desteği ve ithalat kısıtlamaları

Zeytinyağı, ihraç edilmeye başladığından itibaren devamlı desteklenen ürünler arasında olmuştur. 1963 yılında vergi vb. resmi harçların hesaplanarak belli oranda ihracat sonrası ihracatçıya iade edilen miktar olan ihracat iadesi belli tarım ürünlerinde uygulanmaya başlanmış ve bundan sonra zeytinyağı da zaman içinde teşvik kapsamına alınmıştır. 1984 yılına kadar ihracat iadesi desteği verilen zeytinyağı bu yıl teşvik kapsamından çıkarılmıştır. 1985 yılında 1 kg’lık ambalajlı ürünler tekrar teşvik kapsamına alınsa da 1987 yılında tekrar teşvikten çıkarılmıştır (Bayramer, 2015). 1980 yılında belli ihraç ürünlerin desteklenmesi amacıyla kurulan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) 1986 yılında tarım ürünlerine de ihracat desteği vermeye başlamıştır. Aynı yıl zeytinyağı da destekleme kapsamına alınmıştır. Bu kapsamda

maksimum 5kg'lık ambalajlardaki zeytinyağına 75.00 \$/ton ödeme belirlenmiştir. 1988 yılında 5 kg'lık ekstra natürel zeytinyağına destek 200.00 \$/tona çıkarılmıştır. 1991 yılında bu destek 1 kg'lık ambalajlı ürünlere ödenmesine karar verilmiş, 1994 yılında destek miktarı 150.00 \$/tona düşürülmüş ve daha sonra kaldırılmıştır (Seçer ve Emeksiz, 2012).

Bundan sonra ise 1998 yılında tekrar ihracat iadesi uygulanmaya başlamıştır. Verilecek destekleme miktarı mahsuplaşma sistemi üzerinden ihracatçının devlete olan borçlarından düşülmüştür. Verilecek destekleme miktarı ise 200.00 \$/ton olarak kararlaştırılmıştır. 2002 yılında destekleme miktarı 180.00 \$/tona düşürülmüştür. 2005 yılında dökme ve varilli ihraç edilen zeytinyağları tamamen destek kapsamından çıkarılmış sadece azami 5 kg'lık ambalajlı ürünlere destek verilmeye başlanmıştır.

DTÖ Tarım Anlaşması çerçevesinde Türkiye'ye ihracat desteği verilebilecek 44 ürün/ürün grubu içerisinde yer alan zeytinyağına bu kapsamda ihracat iadesi yapılmıştır. 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. Yine aynı Tebliğ'e göre "Tescilli Türk Markaları" ve "Made in Turkey" ibaresi ile ihraç edilen zeytinyağına ödenecek ihracat iadesi miktarları kararlaştırılmıştır. Zeytinyağı ithalatı ise 1985 yılına kadar izin alınarak gerçekleştirilebiliyordu. 24 Ocak 1980 yılında piyasaların serbestleşmesine yönelik alınan kararlar neticesinde zeytinyağının ithalatı da serbest bırakılmıştır. Üretimin yetersiz kaldığı yıllarda dahilde işleme rejimi kapsamında zeytinyağı ithalatı için dahilde işleme izin belgesi düzenlemesi de yapılmıştır.

Lisanslı depoculuk

Tarım ürünlerinde depolama yetersizliği nedeniyle ürün kayıplarına, kalite sorunlarına ve fiyatlarda istikrarsızlığa neden olabilmektedir. Yaşanan bu olumsuzluklar zeytinyağı

sektöründe de bazı yıllarda yaşanmıştır. Bu gibi sorunların önüne geçilebilmesi amacıyla 17 Şubat 2005 tarih ve 25730 sayılı Resmi Gazete’de 5300 Sayılı Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu, 12 Nisan 2013 tarih ve 28616 sayılı Resmi Gazete’de Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Yönetmeliğiyle beraber Zeytin ve Zeytinyağı Lisanslı Depo Tebliği yürürlüğe girmiştir. Lisanslı depoların kullanılmasını teşvik etmek amacıyla da “Tarımsal Ürünlerin 5300 Sayılı Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu Çerçevesinde Lisans Alarak Faaliyet Gösteren Depolarda Muhafaza Edilmesi Halinde Kira Destekleme Ödemesi Yapılmasına İlişkin Bakanlar Kurulu Kararı” 16/10/2014 tarihli ve 29147 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Bu kararda, lisanslı depolarda muhafaza edilen zeytin ve zeytinyağı için aylık ton başına 10 TL’yi geçmemek üzere, Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca onaylanacak depolama ücretlerinin %50.00’si oranında depo kira ücreti desteği verileceği ve desteğe ilişkin ödemelerin lisanslı depo işletmelerine yapılacağı hüküm altına alınmıştır. Ayrıca bu ürünler Vergi Kanununda yapılan değişikliklerle KDV ve damga vergisinden de muaf tutulmuştur. Bu gelişmelere rağmen lisanslı depoculuğun mevcut durumu beklenilenin çok altındadır. Zeytinde 5 000.00 ton ve 8 500.00 ton kapasiteli 2 depo ve zeytinyağında 4 000.00 ton kapasiteli 1 depo kurulmuştur.

Lisanslı depoların yaygın şekilde kullanılmaya başlanmasıyla zeytinyağları sağlıklı koşullarda saklanabilecek, arzın yoğun olduğu yıllarda fiyattan kaynaklanan üretici mağduriyetleri önlenecek, aracılardan fiyat üzerindeki etkileri azaltılabilecek, sanayiye ve ihracata uygun ve zamanında hammadde temini sağlanabileceği belirtilebilir.

4.3.Zeytin ve Zeytinyağı Sektöründe Örgütlenme

Çizelge 4.19.Türkiye’de zeytinyağı sektöründe örgütlenme ve birlikler

| Birlik Adı | Faaliyet Konusu | Kooperatif Sayısı | Ortak Sayısı (işletme) |
|------------------------------------|-----------------------------|-------------------|------------------------|
| TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği | Zeytinyağı- Sofralık Zeytin | 31 | 21 728 |
| GÜNEYDOĞUBİRLİK | Zeytinyağı | 3 | 4 945 |
| MARMARABİRLİK | Sofralık Zeytin Zeytinyağı | 8 | 29 649 |
| TOPLAM | | 44 | 59 167 |

Kaynak: Anonim, 2020m

Günümüzde zeytin ve zeytinyağı sektöründe faaliyet gösteren birliklerin kooperatif ve ortak sayıları Çizelge 4.19’da gösterilmiştir. Kooperatifler, 19.yüzyılın ikinci yarısından sonra dünyadaki bütün ülkelerin sosyal ve ekonomik kalkınmasında çok önemli rol oynamaya başlamıştır. Kooperatifleşmenin önemi tarımsal üretimin her alanında olduğu gibi yağlık zeytin ve zeytinyağı sektöründe de anlaşılmıştır. Hatta Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı sektörünün diğer sektörlerle göre bu alanda öncülük görevi üstlendiği ve bu alanda örnek sektörlerden biri olduğu söylenebilir.

4.3.1.Tariş

31 Ağustos 1912 tarihinde Aydın İncir ve Himaye-i Zürra Şirketi kurulmuş ve bu kooperatifi finanse etmek üzere de 14 Mart 1914 tarihinde Milli Aydın Bankası (TARİŞ) kurulmuştur. Temel amacı o dönemde Ege Bölgesindeki tarım ürünlerini yabancıların ve tefecilerin tekelinden kurtarmak olan bu şirket bölgede kooperatifleşmenin yer etmesine ve gelişmesine önemli katkılar sunmuştur (Anonim, 2016a). Cumhuriyetin kurulmasından sonra ise 9 Ekim 1935 yılında 2834 sayılı Tarım Satış Kooperatifleri Yasası çıkarılarak TARİŞ’in varlığı yasal olarak düzenlenmiştir (Anonim, 2019f).

1949 yılında TARİŞ çatısı altında faaliyet gösteren dört alt birlik ayrılma kararı alması sonucunda İzmir Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği kurulmuştur. 1987 yılına gelindiğinde İzmir Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği ünvanı, “Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği” olarak değiştirilmiştir.

1998 yılında Zeytinyağı Kombinasi Laboratuvarı kurulmuştur. Tariş, 2000 yılında yapılan anlaşmalarla özerkliğe kavuşmuştur. Bundan sonra Tariş, yeni bir satış ve pazarlama modeli oluşturmak amacıyla Şubat 2001 tarihinde Tariş Zeytin A.Ş.’yi kurmuştur. Yine 2001 yılında Birlik Uluslararası Zeytinyağı Konseyine gözlemci üyeliği elde etmiştir. 2002 yılında Uluslararası Zeytin Konseyi’nin kalite programına daimi üye olarak kabul edilmiş ilk ve tek Türk zeytinyağı markası olmuştur.

TARİŞ'in 2000 yılı öncesi Türkiye zeytinyağı pazarında %11.00 olan payı ile beşinci sırada iken, geçen süre içinde %25.00-29.00 payı ile sıralamada beşincilikten ikinciliğe ulaşmıştır. Tariş, ABD, Kanada, Japonya ve AB ülkelerinin de bulunduğu 37 ülkeye kendi markasıyla ihracat yapmıştır. TARİŞ, Ege'de üretilen zeytinyağının %25.00'ni alırken, Türkiye zeytinyağı ihracatının da %20.00'sini gerçekleştirmiştir. Birlik ayrıca, ABD'nin Chicago ve Kanada'nın Montreal kentindeki 'Ta-Ze' adlı zeytinyağı butiklerinde de modern mağazacılık yapılmıştır (Anonim, 2019f).

Ancak 2005 yılından itibaren Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifi TARİŞ'ten ayrılarak tek başına faaliyet gösterme kararı almıştır. TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği Türkiye'de faaliyet gösteren 17 Tarım Satış Kooperatifleri Birliği'nden birisi olmuştur. Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği günümüzde Aydın, Balıkesir, Çanakkale, İzmir, Manisa ve Muğla il ve ilçelerine yayılmış 31 kooperatif, 21 728 üretici ortağını, kooperatiflerine bağlı 37 işletmede günlük 7 055.00 ton üretim kapasiteli modern kontinü sistemleri, günlük 250.00 ton ve yılda 75 000.00 ton kapasiteli rafine tesisleri, 2 000.00 metrekare üzerine kurulu yıllık 55 500.00 ton ambalajlama kapasiteli dolun ünitesi ve 55 092.00 ton/yıl zeytinyağı depolama kapasitesine sahip dünyadaki en ileri teknolojiye sahip, yetiştiricilikten yan ürünlerin değerlendirilmesine kadar her kademedeki örgütlenmiş olan en büyük kuruluş olmuştur. Uluslararası Organik Ürün Organizasyonu ECOCERT sertifikasına sahip olan TARİŞ, TS EN ISO 9001:2000, TS TS18001 TS EN ISO 14001, TS EN 22000 kalite sistemleri almıştır (Anonim, 2019g).

Yurtiçi pazar payı ciro bazında %27.00 civarında olup Komili firması ile liderlik yarışı içerisinde olmuştur. 25 senedir zeytinyağı ihracatı yapan TARİŞ, dünyada 41 ülkeye ihracat yapmış ve 35 ülkede kendi markasıyla tüketilmiştir. Marka bilinirliği incelendiğinde TARİŞ, pazardaki iki lider markadan birisi olmuştur (İpek, 2010).

4.3.2.Marmarabirlik

1954 yılında kurulan Birlik Bursa, Balıkesir ve Tekirdağ illerinde faaliyet göstermiştir. 8 adet kooperatif ve 29 649 ortaktan oluşmuştur. Birlik aldığı ürünü işleyerek sofralık

salamura zeytin, zeytinyağı, zeytin ezmesi olarak satışa sunmuştur. Türkiye'nin önemli sofralık zeytin ihracatçısı kuruluşlarından biri olmuştur. Marmarabirlik bölgesinde yetiştirilen sofralık siyah zeytinin yaklaşık 90 bin ton sofralık siyah zeytin rekoltesi ve 32 bin ton zeytin alımıyla %36.00'sını satın alıp işlemekte ve sofralık salamura siyah zeytinde piyasanın üreticiler lehine düzenlenmesine yardımcı olmuştur.

70 000.00 ton depolama kapasitesi mevcut olup Lisanslı Depoculuğu Geliştirme Projesi (Tarım Reformu Uygulama Projesi) kapsamında yapılan desteklerden faydalanarak Zeytin ve Zeytinyağı Lisanslı Deposu'na devretmek üzere 5 000.00 tonluk zeytinyağı deposu ve 13 000.00 tonluk sofralık zeytin deposu bulunmuştur. Marmarabirlik bu depoları ile sektörde önemli bir kapasite oluşturmuştur. Birlik, söz konusu depolar için faaliyet izni alarak zeytin alımına başlamış olup bu depolar ile sektörde önemli bir kapasite oluşturmuştur (Anonim, 2019a). Aldığı zeytinin bir kısmını yağlık olarak işleyen Birlik 83 000.00 ton zeytin ve 4 000.00 ton zeytinyağı depolama kapasitesine sahip olan tesislerinde sezonda ortalama 9 000.00 ton yağlık zeytin sıkarak ortalama 1 980.00 ton zeytinyağı ve 4 950.00 ton pirina elde etmiştir (TBMM, 2008).

4.3.3. Güneydoğubirlik

1940 yılında Antep fıstığı temel alınarak kurulan Birlik, daha sonra bölgede kırmızı biber, kuru üzüm, zeytinyağı ve bakliyat ürünleri üzerine faaliyet gösteren dört ayrı birliğinde katılmasıyla, 1989 yılında Güneydoğu Tarım Satış Kooperatifleri Birliği adını alarak faaliyetine devam etmiştir. Birlik, Gaziantep, Şanlıurfa, Adıyaman, Kahramanmaraş, Mersin, Mardin, Antakya ve Siirt illerinde 13 kooperatif ve 16 000 ortaktan oluşmuştur. Bununla beraber bu kooperatiflerin 3 tanesindeki zeytinyağı üreticilerinden ürün alımı gerçekleştirmekte olup, zeytinyağı üreticisi ortaklarının sayısı 4 945 olmuş, Silifke, Kilis ve Nizip'te sürekli zeytin sıkma tesisleri kurulmuştur. Ayrıca Birlik Gaziantep'te 15.00 ton/gün kapasiteli sızma zeytinyağı dolun tesisi ve 1 250.00 ton depolama kapasitesi kurmuştur (TBMM, 2008).

5.ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde TR22 Bölgesi'nde anket çalışmasına seçilen yağlık zeytin üreticileri, yağlık zeytin ve zeytinyağı işleme tesisi sahipleri ve bu sektörde faaliyet gösteren yağlık zeytin-zeytinyağı aracılılarıyla yapılan anket çalışmaları sonuçları çizelgelere dönüştürülerek incelenmiştir.

5.1.Zeytin Üreten Tarım İşletmelerine Ait Bulgular

Araştırma bölgesinde 370 adet yağlık zeytin üreticisiyle anket çalışması yapılarak işletmeler, işletme arazisi büyüklüğüne göre tabakalara ayrılarak incelenmiştir.

5.1.1.İncelenen işletmelerde işletmecinin yaş, deneyim ve eğitim durumu

Tarımsal üretimde gerekli üretim faktörlerinin en önemlisinin müteşebbis olduğu söylenebilir. Diğer üretim faktörlerin tamamının etkin kullanımı ve ortaya çıkacak sonuçların ne olacağı tamamen müteşebbisle ilgilidir. Bu nedenle müteşebbisle yani tarım işletmelerinde üreticiyle ilgili bilgiler araştırmanın sonuçlarının doğru yorumlanması açısından önemli olduğu söylenebilir.

Araştırma bölgesinde yapılan çalışma sonucunda üreticilerin yaş ve mesleki deneyimiyle ilgili Çizelge 5.1'deki verilere ulaşılmıştır.

Çizelge 5.1.İşletmecinin yaş ve deneyim durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| Yaş (yıl) | 56.1 | 55.35 | 51.14 | 55.24 |
| Mesleki Deneyim Süresi (yıl) | 38.21 | 37.03 | 28.63 | 36.62 |
| Mesleki Eğitim Almış Olma (%) | 0.00 | 1.00 | 6.12 | 1.08 |

Çizelge 5.1'e bakıldığında araştırma bölgesinde üretici yaş ortalamasının genel olarak 50 yaş üstü olduğu göze çarpmıştır. İlk tabakadan sona doğru gidildikçe üretici yaş ortalamasının düştüğü de dikkat çekici başka bir noktadır. 1.tabakada yaş ortalaması 56.1 iken 2.tabakada 55.35 ve son tabakada 51.14 olarak bulunmuştur.

Tabakalar arası yaş ortalamasının arazi miktarı büyüdükçe düşmesi yanında deneyim süresinin de buna paralel olarak düştüğü yine Çizelge 5.1’de görülebilir. 1.tabakada mesleki deneyim süresi ortalama 38.21 yıl iken 2.tabakada 37.03 yıl ve son tabakada 28.63 yıl olarak bulunmuştur.

Yine Çizelge 5.1’e göre 1.tabakadaki üreticilerin hiç mesleki eğitim (zeytincilikle ilgili örgün eğitim,kurs, seminer vb.) almadıkları sonucu bulunurken 2.tabakadaki üreticilerin %1.00’inin ve son tabakadaki üreticilerin ise %6.12’sinin mesleki eğitim aldığı bulunmuştur.

Çizelge 5.1’deki üretici yaş ve mesleki eğitim süresi göz önüne alındığında araştırma bölgesinde arazi miktarı ve dolayısıyla gelir miktarı arttıkça genç nüfusun zeytin üreticiliğine ilgisinin de arttığı söylenebilir. Ayrıca 1. ve 2.tabakadaki üreticilerin geleneksel olarak aileden gelen zeytin üretim işinde oldukları ve bu nedenle uzun yıllara dayalı mesleki tecrübelerinin olduğu, 3.tabakada ise sektörde daha az tecrübesi olan üreticilerin olduğu, büyük çaplı zeytin üretim işine bu alanda daha az tecrübesi olan veya hiç olmayan girişimcilerin, başka sektörlerden geçiş yapmış olabileceği sonucu da çıkarılabilir.

Hatay ilinde 2006 yılında yapılan bir çalışmada zeytin üreticilerinin yaş ortalaması 55.00 ve deneyim süreleri 33.00 yıl olarak bulunmuştur (Özgürsoy, 2006). 2016 yılında Türkiye genelinde yapılan bir çalışmada ise zeytin üreticilerinin yaş ortalaması 54.65 olarak bulunmuştur (Anonim, 2016b). 2012 yılında Doğu Akdeniz Bölgesi’nde yapılan bir çalışmada ise üreticilerin yaş ortalaması 53.22 ve deneyim süreleri 28.66 yıl olarak bulunmuştur (Seçer ve Emeksiz, 2012). Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 2016 yılında yapılan çalışmada ise deneyim süresi ortalama 26.6 yıl olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz., 2016). 2019 yılında Ege Bölgesi’nde yapılan bir araştırmada ise üreticilerin yaş ortalaması 54.40 yıl olarak bulunmuştur (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019).

Buna göre araştırma bölgesindeki üreticilerin yaş ortalaması Türkiye geneli ortalaması ile hemen hemen aynı iken, Doğu Akdeniz Bölgesindeki ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesindeki zeytin üreticilerine göre deneyimlerinin daha fazla olduğu söylenebilir. Yine

Çizelge 5.1'e göre arazi ve gelir miktarı büyüdükçe üreticilerin mesleki eğitim almaya ilgilerinin arttığı da mesleki eğitim alma oranı verilerine bakılarak söylenebilir.

Çizelge 5.2.İşletmecinin eğitim durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İlkokul | 73 | 33.04 | 12 | 12.00 | 14 | 28.56 | 99 | 26.76 |
| Ortaokul | 84 | 38.01 | 48 | 48.00 | 16 | 32.65 | 148 | 40.00 |
| Lise | 38 | 17.19 | 20 | 20.00 | 11 | 22.46 | 69 | 18.65 |
| Lisans | 26 | 11.76 | 20 | 20.00 | 8 | 16.33 | 54 | 14.59 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.2'de araştırma bölgesindeki üreticilerin eğitim durumu görülebilir. Çizelge 5.2'e bakıldığında en fazla ilkokul mezunu bulunan tabakanın %33.04 ile 1.tabaka ve en az ilkokul mezunu bulunan tabakanın %12.00 ile 2.tabaka olduğu, en fazla lisans mezunu bulunan tabakanın ise %20.00 ile 2.tabaka olduğu ve en az lisans mezunu bulunan tabakanın %11.76 ile 1.tabaka olduğu görülebilir. Genelde ise üreticilerin ağırlıklı olarak %40.00 oran ile ortaokul mezunu olduğu, üreticilerin içerisinde lisans mezunlarının %14.59 olduğu ve %26.76'sının ise ilkokul mezunu olduğu görülebilir.

Dikkat çekici diğer bir nokta ise anket çalışması yapılan üreticilerin tamamı okur-yazar veya temel eğitim almıştır. Bu, bölgede genel olarak temel eğitimin yaygın şekilde bölge halkı tarafından alındığını gösterdiği söylenebilir.

Hatay ilinde 2006 yılında yapılan bir çalışmada zeytin üreticilerinin %74.2'si ilkokul mezunu iken lisans mezununa rastlanmamıştır (Özgürsoy, 2006). 2012 yılında Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan bir çalışmada ise üreticilerin %76.92'si ilkokul mezunu olarak bulunmuşken lisans mezunlarının oranı %3.85 bulunmuştur (Seçer ve Emeksiz, 2012). Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 2016 yılında yapılan bir çalışmada ise lisans mezunu %7.5 ve ilkokul mezunu ile okur-yazar oranı %64.9 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). 2019 yılında Ege Bölgesi'nde yapılan bir çalışmada ise %3.99'u okuryazar değil, %6.55'i okuryazar, %10.26'sı ortaokul, %9.12'si lise ve %3.99'u lisans mezunu olduğu belirlenmiştir (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). Bu bilgilere göre araştırma konusu TR22 Bölgesi zeytin üreticileri içerisinde lisans

mezunları Ege Bölgesi geneli, Doğu Akdeniz Bölgesi ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesindeki üreticilere göre daha fazla olduğu ve ilkokul mezunu olanların oranının daha az olduğu dolayısıyla araştırma bölgesindeki üreticilerin eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

5.1.2.İncelenen işletmelerde işletmecinin ikamet, örgütlülük ve borçlanma durumu

Çizelge 5.3.İşletmecinin ikamet yeri durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Köy | 183 | 82.81 | 76 | 76.00 | 27 | 55.10 | 286 | 77.30 |
| İlçe | 22 | 9.95 | 14 | 14.00 | 9 | 18.37 | 45 | 12.16 |
| Köy+İlçe | 16 | 7.24 | 10 | 10.00 | 13 | 26.53 | 39 | 10.54 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde bulunan zeytin üreticilerinin ikamet yerleriyle ilgili bulgular Çizelge 5.3'te görülebilir. Çizelge 5.3'te bölgedeki üreticilerin %77.30 oranında köyde ikamet ettiği belirlenmiştir. Üreticilerin %10.54'ü ise köy ve ilçede aynı anda ikamet etmiştir. Bu durum bölgenin coğrafi yapısı nedeniyle köylerin ilçe merkezlerine uzaklıkları genel olarak az olduğu ve bölgede turizm ile kırsal turizm yoğun olarak bulunduğu için üreticilerin kendi köylerinde yaşamalarını mümkün kıldığı söylenebilir.

Çizelge 5.4.İşletmecinin kooperatif-birlik üyelik durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 128 | 57.92 | 82 | 82.00 | 43 | 87.76 | 253 | 68.38 |
| Hair | 93 | 42.08 | 18 | 18.00 | 6 | 12.24 | 117 | 31.62 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İşletmecilerin kooperatif veya birlik üyeliklerinin olup olmadığı ve olanların nerde üyeliklerinin olduğuyla ilgili bilgiler Çizelge 5.4 ve Çizelge 5.5'te görülebilir. Çizelge 5.4 incelendiğinde işletmecilerin %68.38'inin kooperatif ya da birlik üyesi bulunmuştur. 1.tabakada bu oran %57.92 iken 2. ve 3.tabakada %80.00'nin üzerinde olmuştur. 1.tabakada kooperatif veya birlik üyeliğinin daha az olmasının sebebi olarak bunların üreticiye fazladan masraflar getiriyor olması ya da bu kuruluşlardaki

imkanlardan yeterince faydalanacak boyutta üretim yapamaması nedeniyle üyelikten kaçınılması olarak yorumlanabilir.

Çizelge 5.5.İşletmecinin kooperatif-birlik üyelik dağılımı*

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|-------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tarım Kredi Kooperatifi | 28 | 12.67 | 29 | 29.00 | 33 | 67.35 | 100 | 27.03 |
| Sulama Birliği | 18 | 8.14 | 25 | 25.00 | 7 | 14.29 | 50 | 13.51 |
| Ziraat Odası | 120 | 54.30 | 81 | 81.00 | 43 | 87.76 | 244 | 65.95 |
| Tariş | 125 | 56.56 | 67 | 67.00 | 40 | 81.63 | 232 | 62.70 |

*Birden fazla işletleme olduğundan toplam işletme sayısını ve oran %100'ü geçmektedir.

İncelenen işletmelerin %65.95'inin ziraat odası kaydı bulunduğu, %13.51'inin sulama birliğine, %62.70'inin TARİŞ'e, %27.03'ünün Tarım Kredi Kooperatifine üyeliği olduğu Çizelge 5.5'de görülebilir. Bu bulgulara göre işletmecilerin bir kısmının 1'den fazla üyeliği olduğu anlaşılmıştır. İnceleme bölgesinde işletmecilerin üyelik durumları böyleyken Doğu Akdeniz Bölgesi'nde 2012 yılında yapılan araştırmada işletmecilerin %10.76'sının kooperatif veya birlik üyeliğinin bulunduğu belirlenmiştir (Seçer ve Emeksiz, 2012). Araştırma yapılan bölgenin Doğu Akdeniz Bölgesi'ne göre kooperatifleşme oranının bir hayli fazla olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.6.İşletmecilerin zeytin üretimi için kredi kullanım durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------------------|----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Kullandı | 69 | 31.22 | 64 | 64.00 | 22 | 44.90 | 155 | 41.89 |
| Kullanmadı | 152 | 68.78 | 36 | 36.00 | 27 | 55.10 | 215 | 58.11 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |
| Kredi Kullanım Miktarı(işl/TL) | 9 025.00 | | 32 680.00 | | 54 730.00 | | 21 471.07 | |

İşletmecilerin yağlık zeytin üretimi için kredi kullanım oranı ve işletmeci başına düşen kredi miktarı Çizelge 5.6'da görülebilir. İşletmecilerin %41.89'u yağlık zeytin ve zeytinyağı üretimi için kredi başvurusu yapmış ve işletme başına 21 471.07 TL kredi kullanmıştır. Kredi kullanım oranı en fazla %64.00 ile 2.tabakadaki işletmecilerdeyken en az oran %31.22 ile 1.tabakadaki işletmecilerde bulunmuştur. 1.tabakadaki işletmelerin bir kısmının yağlık zeytin üretimini ticari boyutta yapmadığı, mevcut şartlardaki üretim miktarıyla yetinme eğiliminde oldukları ve bu nedenle borçlanma

eğilimi göstermedikleri söylenebilir. 3.tabakadaki işletmelerin ise mevcut şartlarda üretimi gerçekleştirmek için yeterli geliri elde ettikleri, üretimi devam ettirmekten ziyade, üretimi artırmaya yönelik kredi kullanma eğiliminde olduklarından daha az borçlanma ihtiyacı hissettikleri söylenebilir. 2.tabakadaki işletmelerin ise mevcut üretimi ticari boyutta yapmaları, üretim her şartta yapma zorunluluğu hissetmeleri ve bu sektörden elde ettikleri gelirlerin ise mevcut üretimi devam ettirmeye yeterli olmaması nedeniyle borçlanmaya yöneldikleri, bu verilere bakılarak söylenebilir.

2006 yılında Hatay ilinde yapılan araştırmada üreticilerin %47.5'inin kredi kullandığı belirlenmiştir (Özgürsoy, 2006). Hatay iline göre TR22 Bölgesi'ndeki üreticilerin daha az borçlanma eğiliminde oldukları söylenebilir.

Çizelge 5.7.Zeytincilik için borç kaynakları durumu*

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|-------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tarım Kredi Kooperatifi | 9 | 13.04 | 4 | 6.25 | 2 | 9.09 | 15 | 9.68 |
| T.C. Ziraat Bankası | 49 | 71.02 | 50 | 78.12 | 15 | 68.18 | 114 | 73.55 |
| Diğer Bankalar | 11 | 15.94 | 10 | 15.63 | 5 | 22.73 | 26 | 16.77 |
| Toplam | 69 | 100.00 | 64 | 100.00 | 22 | 100.00 | 155 | 100.00 |

*Sadece kredi kullanan işletme sayısı dikkate alınmıştır

İşletmecilerden kredi kullananların borç kaynakları ise Çizelge 5.7'de görülebilir. Çizelgeden borçlanan işletmecilerin %73.55 gibi büyük bir çoğunluğunun Ziraat Bankası'ndan borçlandığı anlaşılmıştır. Tüccar, tefeci ve yakın çevre borçlanma için tercih edilmezken %16.77 oranında işletmeci diğer bankalardan %9.68 oranında işletmeci ise Tarım Kredi Kooperatifinden borçlanmayı tercih etmiştir.

5.1.3.İncelenen işletmelerde arazi mevcudu ve kullanım durumu

Tarımda üretime doğrudan yansıyan etkenlerin başında işletmenin mevcut yapısı ve sahip olduğu imkanlar gelir. Bu nedenle işletmelerin yapısının ortaya konulması elde edilen diğer verilerin doğru değerlendirilebilmesi açısından önemlidir.

TR22 Bölgesi yağlık zeytin işletmeleri genel olarak Edremit Körfezi çevresinde yer almıştır. Bu alandaki incelenen işletmelerin arazi büyüklüğü ve parsel yapılarına ilişkin bulgular Çizelge 5.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 5.8 incelendiğinde ortalama işletme büyüklüğünün 36.80 da olduğu bulunmuştur. Tabakalar incelendiğinde ise ortalama arazi büyüklüklerinin tabaka ortalamalarına yakın olduğu dolayısıyla bu çalışmada işletmelerle ilgili daha gerçekçi verilere ulaşıldığı söylenebilir. 1.tabakadaki işletme büyüklüğüyle 3.tabakadaki işletme büyüklüğü arasında 10 kattan daha fazla fark olduğu görülebilir.

Çizelge 5.8.İşletmelerin arazi varlığına ait bulgular

| İşletme Tabakaları | 1 (1-29 da) | 2 (30-69 da) | 3 (70+ da) | Genel |
|---------------------------------|-------------|--------------|------------|-------|
| Frekans | 221 | 100 | 49 | 370 |
| Ortalama İşletme Büyüklüğü (da) | 13.40 | 45.40 | 125.40 | 36.80 |
| İşletme Başına Parsel Sayısı | 2.53 | 2.38 | 2.24 | 2.45 |
| Ortalama Parsel Büyüklüğü (da) | 5.30 | 25.53 | 75.47 | 20.06 |

Bu konuyla ilgili daha önce yapılan araştırmalarda ortalama işletme büyüklüğü Hatay ilinde 78.4 da (Özgürsoy, 2006), Doğu Akdeniz Bölgesi’nde 53.95 da (Seçer ve Emeksiz, 2012), Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 17.3 da (Başaran ve Yılmaz, 2016), Türkiye genelinde ise 46.61 da (Anonim, 2016b) olarak bulunmuştur. 2019 yılında Ege Bölgesi’nde yapılan bir çalışmada ise işletmelerin ortalama arazi büyüklüğü 91.24 da bulunmuştur (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). Bu veriler göz önüne alındığında TR22 Bölgesi’ndeki işletmelerin büyüklüğünün Hatay ili, Doğu Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi ve Türkiye genelindeki işletmelere göre daha küçük olduğu, Tekirdağ ili Şarköy ilçesindekilere göre ise daha büyük olduğu söylenebilir.

AB ülkelerinde ise; İspanya’da 120 da ve İtalya’da 30 da ortalama işletme büyüklüğü tespit edilmiştir (Anonim, 2020b). Bu yönden bakıldığında ise araştırma bölgesindeki işletmelerin AB üyesi ülkelere İtalya’daki zeytin üretici işletmelere yakın büyüklükte olduğu görülürken, İspanya’daki zeytin üretici işletmelere göre dörtte bir oranında daha küçük olduğu söylenebilir.

İşletmelerin toplam büyüklükleri kadar parsel büyüklükleri ve sayıları da işletmenin yapısını anlamak bakımından önemlidir. Çizelge 5.8'e göre araştırma bölgesindeki işletmelerin ortalama parsel büyüklüğü 20.06 da ve parsel sayısı da 2.45 bulunmuştur. Yapılan bazı araştırmalarda Doğu Akdeniz Bölgesi'nde parsel büyüklüğü 10.79 da iken parsel sayısı 5 (Seçer ve Emeksiz, 2012), Ege Bölgesi'nde parsel büyüklüğü 13.85 da ve parsel sayısı 6.59 (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019), Türkiye genelinde ise 3.17 parsel sayısı ve 14.70 da parsel büyüklüğü bulunmuştur (Anonim, 2016b).

Bu bilgiler ışığında Türkiye geneli ve diğer bölgelere göre bölgedeki işletme büyüklüğü küçükse de parsel büyüklüğü bazında ortalamanın üstünde olduğu ve işletmelerin daha az parçalı arazi yapısına sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca Ege Bölgesi'nin geneline göre hem parsel sayısının daha az hem de parsel büyüklüğünün daha fazla olduğu söylenebilir. Bu durumun üretimi ve geliri birçok yönden olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Tarım işletmelerinde görülen ve işletmeye etki eden faktörlerden birisi de arazi tasarruf şeklidir. Toprağın mülkiyet şekli, bu işle uğraşan çiftçi üzerinde büyük rol oynar. Genel olarak araziye sahip olan çiftçi, mülkiyeti başkasına ait olan işletmelerde çalışan çiftçilerden daha verimli olmuştur (Erkuş ve ark., 1995). Toprak, tarımsal üretimde kuruluş yeri ve üretimde bulunabilmenin ilk şartı olmuştur. Tarıma elverişli arazi miktarının sınırlı olmasına karşılık, araziye olan talebin nüfus artışına dayalı olarak gittikçe artması, arazi mülkiyeti ve kullanma şeklinin önemini gittikçe artırmıştır (Erkan ve ark., 1989).

İncelenen işletmelerin tamamında arazi mülkiyetinin kendilerine ait olduğu bulunmuştur. Bölgede zeytinciliğin geçmişinin uzun yıllara dayanması işletmelerin kendi arazilerine sahip olmasını da beraberinde getirmiştir. Ayrıca bölgede uygulanması sıkça görülen ürünü dalında satın alma şekli de arazi kiralamayı kısıtlayan sebeplerden biri olarak söylenebilir.

Oysa Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan araştırmada işletmelerin %89.23'ünün mülk arazi şeklinde işletildiği belirlenmiştir (Seçer ve Emeksiz, 2012). 2019 yılında Ege

Bölgesi'nde yapılan bir çalışmada ise işletmelerin %92.88'inin mülk araziden oluştuğu belirlenmiştir (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). İncelenen işletmelerin genel olarak diğer bölgelere göre çok az bir oranla daha fazla mülk araziye sahip oldukları söylenebilir.

Çizelge 5.9'da işletme arazilerinin sulanabilme ve eğim durumları görülebilir. Bölgenin %74.96'sının engebeli olduğu, engebeli arazi şartlarından dolayı %96.89'unun da sulama imkânının olmadığı belirlenmiştir. Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan çalışmada kuru arazi oranı %66.23 olarak bulunurken (Başaran ve Yılmaz, 2016), Ege Bölgesinde yapılan bir çalışmada ise zeytinliklerin %70.05'inin sulu araziden oluştuğu belirlenmiştir (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). Türkiye genelinde zeytin işletmeleri arasında yapılan bir çalışmada ise işletme arazilerinin %44.88'inin eğimli araziye sahip olduğu bulunmuştur (Anonim, 2016b). Bölgedeki arazilerin Doğu Akdeniz ve Ege Bölgesi geneli zeytinliklere göre sulama imkanının daha az olduğu ve Türkiye genelindeki zeytin işletme arazilerine göre 2 kata yakın bir oranda eğimli yapıya sahip olduğu ve zeytin üretiminin arazi koşullarından etkilendiği söylenebilir.

Çizelge 5.9.İşletmelerde arazinin sulanabilme ve eğim durumu

| | | İşletme Tabakaları | | | | | | | |
|-----------------------|--------|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
| | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
| | | Arazi Büyüklüğü (da) | Oran (%) | Arazi Büyüklüğü (da) | Oran (%) | Arazi Büyüklüğü (da) | Oran (%) | Arazi Büyüklüğü (da) | Oran (%) |
| Sulanabilirlik Durumu | Sulu | 0.00 | 0.00 | 117.00 | 3.00 | 307.20 | 5.00 | 424.20 | 3.11 |
| | Kuru | 2 961.40 | 100.00 | 4 423.00 | 97.00 | 5 836.80 | 95.00 | 13 221.20 | 96.89 |
| | Toplam | 2 961.40 | 100.00 | 4 540.00 | 100.00 | 6 144.00 | 100.00 | 13 645.40 | 100.00 |
| Eğim Durumu | Eğimli | 2 487.58 | 84.00 | 3 722.80 | 82.00 | 4 018.00 | 82.00 | 10 228.38 | 74.96 |
| | Düz | 473.82 | 16.00 | 817.20 | 18.00 | 2 126.00 | 18.00 | 3 417.02 | 25.04 |
| | Toplam | 2 961.40 | 100.00 | 4 540.00 | 100.00 | 6 144.00 | 100.00 | 13 645.40 | 100.00 |

İncelenen işletmelerde işletme arazisinin %94.78'ini zeytinlikler oluşturmuştur (bkz. Çizelge 5.10). Araştırma bölgesinde arazinin engebeli ve eğimli olması nedeniyle diğer tarım ürünlerinin yetiştirilmesi için elverişli arazinin çok az bulunması nedeniyle böyle bir sonucun ortaya çıktığı söylenebilir.

Çizelge 5.10.İşletmelerde işletme arazisinin nevi'lerine göre dağılımı

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|--|-------|-------|--------|-------|
| Ortalama Zeytinlik Arazi (işletme/da) | 12.38 | 43.37 | 119.58 | 36.80 |
| Ortalama Zeytinlik Harici Arazi (işletme/da) | 1.02 | 2.03 | 5.82 | 1.92 |
| Zeytin Arazisinin Payı (%) | 92.42 | 95.53 | 95.36 | 94.78 |

Çizelge 5.10'dan da anlaşılacağı gibi 1.tabakada zeytinlik arazisinin diğer 2 tabakaya göre oransal olarak daha az olmasının nedeni olarak işletmelerin ürün çeşitliliğini çoğaltarak gelirlerini artırmaya yönelik faaliyette bulunmaları olduğu söylenebilir. Nitekim Çizelge 5.11'de görüleceği üzere pazar fiyatı düşük olan mandalina üretimi yapan işletme oranı %11.89 iken pazar değeri yüksek incir üretimini tercih eden işletmelerin oranı %26.49 olarak bulunmuştur.

Çizelge 5.11.İşletmelerde zeytin dışı tarımsal üretim durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Sadece Zeytin | 141 | 63.80 | 55 | 55.00 | 32 | 65.31 | 228 | 61.62 |
| Mandalina | 31 | 14.03 | 13 | 13.00 | 0 | 0.00 | 44 | 11.89 |
| İncir | 49 | 22.17 | 32 | 32.00 | 17 | 34.69 | 98 | 26.49 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Örnelemeye konu işletmeler incelendiğinde ortaya çıkan tarım dışı gelir ile ilgili elde edilen bilgiler Çizelge 5.12'de görülebilir. Çizelge 5.12 incelendiğinde 1.tabakada yer alan işletmelerin %25.34'ünün, 2.tabakada yer alan işletmelerin %66.00'sinin ve 3.tabakada yer alan işletmelerin %85.71'inin tarım dışı gelirinin olmadığı bulunmuştur.

5.1.4.İncelenen işletmelerde tarım dışı gelir ve hayvan varlığı durumu

Çizelge 5.12.İşletmelerde tarım dışı gelir durumu*

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Emekli | 35 | 15.84 | 11 | 11.00 | 3 | 6.12 | 49 | 13.24 |
| Kira | 41 | 18.55 | 24 | 24.00 | 7 | 14.29 | 72 | 19.46 |
| Ticaret | 22 | 9.95 | 20 | 20.00 | 7 | 14.29 | 49 | 13.24 |
| Memurluk | 28 | 12.67 | 9 | 9.00 | 0 | 0.00 | 37 | 10.00 |
| İşçilik | 64 | 28.96 | 5 | 5.00 | 0 | 0.00 | 69 | 18.65 |
| Tarım Dışı Geliri Olmayan | 56 | 25.34 | 66 | 66.00 | 42 | 85.71 | 164 | 44.32 |

*Birden fazla işaretleme olduğundan toplam işletme sayısını ve oran %100'ü geçmektedir.

İşletmeler genel ortalamasına bakıldığında işletmelerin %44.32'sinin sadece tarımsal geliri olduğu bulunmuştur. Bunun haricinde işletmelerde tarım dışı geliri en fazla kira ve işçilik gelirleri oluşturmuştur. İşletmeler geneline bakıldığında %19.46'sının kira geliri, %18.65'inin işçilik geliri olduğu, 3.tabakadaki işletmelerin memur ve işçi gelirinin hiç olmaması ise dikkat çekici bulunmuştur.

Çizelge 5.13. İşletmelerde hayvan varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|----------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| Hayvancılık Durumu | | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Büyükbaş | Öztüketime Yönelik | 10 | 4.52 | 4 | 4.00 | 1 | 2.04 | 15 | 4.05 |
| | Pazara Yönelik | 50 | 22.63 | 22 | 22.00 | 8 | 16.33 | 80 | 21.62 |
| Küçükbaş | Öztüketime Yönelik | 6 | 2.71 | 4 | 4.00 | 0 | 0.00 | 10 | 2.70 |
| | Öztüketim + Pazar | 11 | 4.98 | 2 | 2.00 | 0 | 0.00 | 13 | 3.51 |
| | Hayvancılık Yapmayan | 144 | 65.16 | 68 | 68.00 | 40 | 81.63 | 252 | 68.12 |
| | | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.13'de incelenen işletmelerde hayvancılık üretimi varlığı ve üretim amacı oranları görülebilir. Çizelge 5.13 incelendiğinde genel ortalama işletmelerin %68.12'sinin hayvancılık üretiminde bulunmadığı anlaşılmıştır. Büyükbaş hayvan üretiminde ağırlıklı olarak öz tüketime yönelik üretim yapılırken küçükbaş üretimde ise pazara yönelik üretimin ön plana çıktığı görülmüştür. İşletmeler genel ortalamasında küçükbaş üretim yapan işletmelerin %3.51'i öz tüketim ile pazara yönelik üretim yaparken %2.7'si sadece öz tüketime yönelik üretim yapmakta olduğu çizelgeden anlaşılmıştır. Büyükbaş hayvancılık yapılan işletmelerde öztüketim ve pazara yönelik üretim, küçükbaş hayvancılık yapılan işletmelerde sadece pazara yönelik üretime rastlanmamıştır.

Doğu Akdeniz Bölgesinde yapılan bir araştırmada işletmelerin %54.60'ının hayvancılık üretiminde bulunduğu (Seçer ve Emeksiz, 2012), Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde yapılan bir araştırmada ise hayvancılıkla uğraşan işletmelerin oranı %6.30 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Bu araştırmalarla karşılaştırıldığında araştırma bölgesindeki yağlık zeytin üreticilerinin Doğu Akdeniz Bölgesi'ndeki ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesindeki üreticilere göre daha fazla hayvancılık faaliyetinde bulunduğu söylenebilir.

Yine Çizelge 5.13’de görüldüğü üzere büyük arazilere sahip 3.tabakadaki işletmelerin küçükbaş hayvancılığı hiç yapmadığı, büyükbaş hayvancılık faaliyetinin ise en fazla bu tabakada olduğu bulunmuştur. 1.tabakada ise büyükbaş hayvancılık üretimi en az iken küçükbaş hayvancılık üretiminin diğer tabakalara göre en fazla seviyede olduğu anlaşılmıştır.

Bu durum arazi varlığı az olan işletmelerde üretim yılının çoğunda boşa çıkan işgücünün değerlendirilmesi amacıyla emek gerektiren ekstansif tarıma dayanan küçükbaş hayvancılığın tercih edildiği, arazi varlığı fazla olan işletmelerde işgücünün halihazırda üretim yılı içerisinde yeterince kullanılmasından ötürü tekniğe dayalı entansif tarıma dayanan büyükbaş hayvancılığın tercih edildiği şeklinde açıklanabilir.

5.1.5.İncelenen işletmelerde nüfus ve işgücü durumu

Çizelge 5.14.İşletmelerde ortalama birey sayısı ve aile işgücü durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|---|-------|-------|-------|-------|
| Ailedeki Ortalama Birey Sayısı | 5.20 | 4.98 | 5.80 | 5.22 |
| Ailedeki Ortalama Çalışabilir Birey Sayısı | 3.00 | 3.50 | 4.00 | 3.25 |
| Zeytin Üretiminde Çalışan Birey Sayısı | 1.97 | 1.79 | 1.76 | 1.89 |
| Zeytincilikte Ortalama Çalışma Süresi (gün/birey) | 25.00 | 40.00 | 65.00 | 34.00 |

Tarımsal üretimde bulunabilmek için gerekli üretim vasıtalarından ikisi, emek (işgücü) ve müteşebbis olmuştur. Söz konusu üretim vasıtalarının doğrudan alâkalı olması nedeniyle insan varlığı; nüfus, sosyal ve ekonomik yönü olan bir varlık olmuştur (Erkuş, 1979). Nüfus, bütün sektörlerde işgücü kaynağı olarak kullanıldığı gibi, çeşitli sektörlerin ürettiği mal ve hizmetleri tüketmesi bakımından da önemli olmuştur (Erkuş ve ark., 1995). Tarım sektöründe nüfusun asıl kaynağını oluşturan işgücünün çeşitli yönleriyle incelenmesi, işletmelerin işgücü yapılarını ortaya koymak bakımından önem arz etmiştir.

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerde her işletmede ortalama birey 5.22 kişi olarak bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.14). Bu işletmelerdeki nüfusun 3.25’i ise çalışabilir

yaştaki birey olarak bulunmuştur. İşletmeler ortalamasında zeytin üretiminde çalışan birey ise 1.89 kişi olmuştur. Zeytin üretiminde yıllık çalışılan süre ise tabakalar ortalamasında 34 gün olarak bulunmuştur. Hatay ilinde 2006 yılında yapılan bir çalışmada işletmelerdeki ortalama birey sayısı 5.5 olarak bulunurken (Özgürsoy, 2006) Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 2016 yılında yapılan bir çalışmada ise 3.4 kişi olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Ege Bölgesi'nde 2019 yılında yapılan bir araştırmada ise 3.66 kişi olarak bulunmuştur (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). Araştırma yapılan bölgede aile fert sayısı Tekirdağ ili ve Ege Bölgesi'ne göre daha yüksek iken Hatay ili verilerine göre daha düşük bulunmuştur.

Yine Hatay ilinde yıllık zeytinde çalışma süresi ortalama 31.5 gün iken Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde erkeklerde 107 gün ve kadınlarda 62 gün olarak bulunmuştur. Buna göre TR22 Bölgesindeki üreticiler Hatay ilindekilerle hemen hemen aynı süre zeytincilikte çalışırken Tekirdağ iline göre oldukça düşük kalmıştır.

Çizelge 5.15.İşletmelerde yabancı işgücü durumu

| İşletme Tabakaları | | 1 | 2 | 3 | Genel | |
|-----------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|----------|-----------|-----------|----------|
| Yabancı İşgücü Durumu | | | | | | |
| Daimi İşçi Durumu | Daimi İşçi Sayısı | 0.00 | 0.10 | 1.00 | 0.15 | |
| | Ortalama Yıllık Çalışma Süresi (gün) | 0.00 | 180.00 | 180.00 | 180.00 | |
| | Ortalama Yıllık Ödenen Ücret (TL) | 0.00 | 1 200.00 | 22 500.00 | 3 300.00 | |
| Geçici İşçi Durumu | Var Yılı | Geçici İşçi Sayısı | 6.30 | 12.50 | 15.00 | 9.18 |
| | | Ortalama Yıllık Çalışma Süresi (gün) | 28.19 | 137.50 | 566.33 | 129.00 |
| | | Ortalama Yıllık Ödenen Ücret (TL) | 1 973.30 | 9 625.00 | 39 642.86 | 9 030.00 |
| | Yok Yılı | Geçici İşçi Sayısı | 1.40 | 2.60 | 4.10 | 2.08 |
| | | Ortalama Yıllık Çalışma Süresi (gün) | 7.00 | 26.00 | 123.00 | 27.49 |
| | | Ortalama Yıllık Ödenen Ücret (TL) | 490.00 | 1 820.00 | 8 610.00 | 1 924.81 |

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerdeki yabancı işgücü varlığı Çizelge 5.15'de görülebilir. İncelenen işletmelerde 1.tabakada hiç daimi işçi çalıştırılmazken 3.tabakada her işletmede ortalama 1 daimi işçi bulunmuştur. İşletmelerdeki geçici işçi varlığı ise işletme büyüklüğüne paralel olarak artmıştır

Ayrıca zeytin üretiminde var yılı yok yılı olduğu ve var yıllarında hasatta yoğun işçilik gerektiğinden işletmelerdeki geçici işçi sayısının var yıllarında arttığı, yok yıllarında ise

azaldığı söylenebilir. İşletme ortalamalarına bakıldığında daimi işçi sayısı işletme başına 0.15, geçici işçi sayısının ise var yılında işletme başına 9.18, yok yılında 2.08 kişi olmuştur. Aile işgücünün toplam işgücüne oranı var yılı için %15.00-20.00 arasındayken yok yılında bu oran %50.00 civarına çıkmıştır. AB üyesi ülkelerden İspanya'da aile işgücü %77.00 ve İtalya'da ise %83.00 oranında bulunmuştur (Anonim, 2020d). Bu oranlar göz önünde bulundurulduğunda AB üyesi ülkelerde makineleşmenin gelişmesiyle yabancı işgücüne olan ihtiyacın büyük oranda azaldığı, ayrıca işletme gelirlerinin yüksek olması nedeniyle aile bireyleri arasında işletme dışı çalışma arzusunun azaldığı söylenebilir.

5.1.6.İncelenen işletmelerde sermaye yapısı

Tarımda sermayenin sınıflandırılmasında en fazla sermayenin fonksiyonlarına göre sınıflandırılması şekli kullanılmıştır (Karacan, 1991). Bu araştırmada işletmelerin sermaye yapıları fonksiyonlarına göre Aktif Sermaye ve Pasif Sermaye olarak iki grupta incelenmiştir.

Aktif Sermaye

Çizelge 5.16.İşletmelerde Aktif Sermaye yapısı

| | | İŞLETME GRUPLARI | | | | | | | | |
|--|-----------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|-------|
| | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | | |
| | | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran(%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | |
| ARAZİ SERMAYESİ | | Toprak Sermayesi | 160 800.00 | 49.52 | 690 220.00 | 56.15 | 2 361 523.00 | 68.28 | 595 388.99 | 60.50 |
| | | Arazi Islahı Sermayesi | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | | Bina Sermayesi | 58 000.00 | 17.86 | 166 220.00 | 13.52 | 224 000.00 | 6.48 | 109 232.43 | 11.10 |
| | | Bitki Sermayesi | 67 000.00 | 1.81 | 227 000.00 | 0.85 | 627 000.00 | 0.35 | 184 350.00 | 1.25 |
| | | Zeytin Ağacı Sermayesi | 61 110.70 | 18.82 | 216 580.70 | 17.62 | 614 898.90 | 17.78 | 172 076.80 | 17.48 |
| | | Tarla Demirbaşı Sermayesi | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | | TOPLAM | 285 800.00 | 88.01 | 1 083 440.00 | 88.14 | 3 212 523.00 | 92.89 | 88 8971.42 | 90.32 |
| İŞLETME SERMAYESİ | Sabit İşletme Varlığı | Alet-Makine Sermayesi | 27 220.00 | 8.38 | 98 540.00 | 8.02 | 135 000.00 | 3.90 | 60 769.24 | 6.17 |
| | | Hayvan Sermayesi | 1 235.00 | 0.38 | 1 490.00 | 0.12 | 23 469.00 | 0.68 | 4 248.42 | 0.43 |
| | Döner İşletme Varlığı | Malzeme ve Mühimmat Sermayesi | 6 450.00 | 1.99 | 28 750.00 | 2.34 | 48 220.00 | 1.39 | 18 008.73 | 1.83 |
| | | Para Mevucudu ve Alacaklar | 4 015.00 | 1.24 | 16 990.00 | 1.38 | 39 300.00 | 1.14 | 12 194.64 | 1.24 |
| | TOPLAM | 38 920.00 | 11.99 | 145 770.00 | 11.86 | 245 989.00 | 7.11 | 95 221.03 | 9.68 | |
| AKTİF SERMAYE TOPLAMI | | 324 720.00 | 100.00 | 1 229 210.00 | 100.00 | 3 458 512.00 | 100.00 | 984 192.45 | 100.00 | |
| İşletme Arazisi Dekarına Düşen Aktif Sermaye (TL/da) | | 24 232.84 | | 27 075.11 | | 27 579.84 | | 26 693.58 | | |

Tarımsal üretim faaliyetinde kullanılan bütün sermaye unsurları, Aktif Sermayeyi meydana getirmektedir (İnan, 1994). Aktif Sermaye Arazi Sermayesi ve İşletme Sermayesi olarak iki bölüme ayrılarak incelenmiştir. İncelenen işletmelerin Aktif Sermaye miktarları ve yüzdesel oranları Çizelge 5.16'da görülebilir.

Tarım işletmelerinde sermayeyi oluşturan unsurların fazla ya da az kullanılması üretimin rantabl yapılmasını da olumsuz yönde etkiler. Genel olarak rasyonel çalışan işletmelerde Aktif Sermayenin yarısını Arazi Sermayesinin, diğer yarısını İşletme Sermayesinin oluşturması arzu edilmiştir (Erkuş ve ark., 1995).

Sabit varlıklar olarak da tanımlanan Arazi Sermayesi, çıplak toprak (Toprak Sermayesi), toprağa bağlı bir halde bulunan Arazi Islahı Sermayesi, binalar (Bina Sermayesi) ve toprağa bağlı bitkilerden (Bitki Sermayesi) oluşmuştur (Erkuş ve ark., 1995).

Çizelge 5.16 incelendiğinde işletmeler ortalamasında Aktif Sermayenin %90.32'sini arazi sermayesi oluşturmuştur. Araştırma bölgesindeki işletmelerin bu durumunun Aktif Sermayenin rasyonel olarak dağılmadığını gösterdiği söylenebilir. Bunun sebebi ise toprak sermayesinin fazlalığı, hayvancılık ve malzeme-mühimmat sermayesinin azlığı olduğu belirtilebilir.

Arazi Sermayesi içerisindeki toprak sermayesi ise Aktif Sermayenin %60.50'sini oluşturmuştur Toprak Sermayesini Aktif Sermaye içinde %18.73 ile Bitki Sermayesi ve %11.10 ile Bina Sermayesi takip etmiştir.

Araştırma bölgesinde turizmin gelişmiş olması, bölgenin sürekli göç alıyor olması, İstanbul, Bursa ve İzmir gibi büyük yerleşim yerlerine yakın olması bölgedeki gayrimenkul yatırımlarının değerini bir hayli artırmıştır. Bu durumdan zeytinlik arazileri de çok fazla etkilenmiş ve tarımsal niteliğinden çok bir yatırım aracına dönüşmüştür. Bu nedenle bölgede zeytin arazilerinin değeri çok artmıştır. Aktif Sermaye içinde Toprak Sermayesinin oranının bu derece fazla olmasının nedeni yukarıda sayılan sebepler olarak açıklanabilir.

Ayrıca zeytin üreticilerinden ekonomik yönden zarar eden işletmeler dahi zeytinliklerin yatırım yönünden getirisinin olması ve fiyatlarının sürekli artması nedeniyle zeytinliklerini elden çıkarmadıkları veya zeytin üretimine devam ettikleri de söylenebilir.

Bina Sermayesi ise üretime doğrudan katkısı olmayan ancak işletme nüfusunun, işletmedeki ürünlerin ve işletme sermayesi unsurlarının korunmasına yardım ederek, üretime dolaylı etkilerde bulunan önemli bir sermaye grubunu oluşturmuştur (Bülbül, 1973). İncelenen işletmelerde Bina Sermayesinin ilk tabakadan son tabakaya doğru toplam Aktif Sermaye içindeki oranı azalmıştır. Bunun sebebi arazi miktarı büyüdükçe toplam Aktif Sermaye içindeki oranı da artacağından, diğer sermaye kalemlerinin de oransal olarak azalması şeklinde açıklanabilir.

Alet ve makine, hayvan, malzeme ve mühimmat ile para mevcudu ve alacaklardan oluşan İşletme Sermayesi, sabit sermayenin fonksiyonel olması bakımından işletme içerisinde büyük bir öneme sahip olmuştur.

İşletme Sermayesi unsurlarından Alet-Makine Sermayesi üretime dolaylı yoldan katkı sağladığından verime de etki etmiştir. İncelenen işletmelere bakıldığında ise 1.tabaka ile 3.tabaka arasında değer olarak fark 5 kat seviyelerinde olmuştur. Buna göre büyük işletmelerin makineleşme eğiliminde oldukları küçük işletmelerin ise mevcut şartların elverdiği ölçüde makineleşmeye yönelebildikleri söylenebilir. Bu açıdan üreticilere tarım alet-makineleriyle ilgili destekleme verilmesinin önemi de burada vurgulanabilir.

Esas üretken sermayeyi oluşturan Hayvan Sermayesinin işletmelerde yeterli düzeyde bulunması dengeli bir tarımsal üretimin başta gelen koşulu olmuştur. İncelenen işletmelerde ise Hayvan Sermayesinde 1. ve 2.tabakaların birbirine yakın değerlerde oldukları görülürken 3.tabakadaki işletmelerin hayvan sermayesi ilk iki tabakaya göre oldukça yüksek değerlerde olmuştur. İlk iki tabakadaki işletmelerin daha az değerli küçükbaş hayvancılık üretimi yaptıkları 3.tabakadaki işletmelerin ise daha değerli olan büyükbaş hayvancılık üretimine yöneldikleri bu değerlere bakılarak söylenebilir. Genel olarak hayvansal üretimin işletmelerde zayıf olduğu söylenebilir.

İşletmelerin deposunda bulunan tohumluk, yem, gübre, ilaç, yakıt, yakacak ve temizlik maddeleri ile pazarda satılmak üzere ayrılan ürünlerin değerlerinden oluşan Malzeme-Mühimmat Sermayesi ise incelenen işletmelerde oran olarak en fazla 2.tabakadayken en az 3.tabakada bulunmuştur.

İşletmelerin üretimlerini devam ettirebilmeleri için belli miktarda nakit varlığına da ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle işletmelerin para mevcudu ve alacaklar durumu da önemlidir. Para Mevcudu ve Alacakların likiditesinin yüksek olması nedeniyle diğer sermaye unsurlarına dönüşmesi de daha kolaydır. Para Mevcudu ve Alacaklar incelenen işletmelerde en fazla 2.tabakadayken en az 3.tabakada bulunmuştur. Aktif Sermaye içerisinde Malzeme-Mühimmat Sermayesinin işletmeler ortalamasında %1.83 ve para mevcudu ve alacakların %1.24 gibi çok düşük oranlarda olmasının işletme başarısını olumsuz yönde etkileyen bir durum olarak nitelendirilebilir (Erkuş, 1976).

İşletme arazisi başına düşen Aktif Sermaye oranlarına bakıldığında ise 3 tabakanın da birbirine yakın olduğu en az ise 1.tabakada yer aldığı görülmüştür.

Pasif Sermaye

İncelenen işletmelerde Pasif Sermaye, işletmenin borçlarından ve Özsermayesinden oluşmuştur. Çizelge 5.17’de işletmelerin Pasif Sermaye yapısı görülebilir. Çizelge 5.17 incelendiğinde işletmelerin genel olarak borçlanmayı tercih etmedikleri ve Özsermaye oranlarının %97.82 olduğu bulunmuştur. Bu durum yağlık zeytin ve zeytinyağı sektöründe sık sık yaşanan fiyat dalgalanmaları nedeniyle üreticinin borç alarak kendini riske atmak istememesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Çizelge 5.17.İşletmelerde Pasif Sermaye yapısı ve Kapital Oranları

| | | İşletme Tabakaları | | | | | | | |
|---------------------------|---------------------|--------------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|------------|----------|
| | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
| | | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| Gerçek Borçlar | Kısa Vadeli Borçlar | 9 025.00 | 2.78 | 21 350.00 | 1.74 | 36 410.00 | 1.05 | 15 982.74 | 1.62 |
| | Orta Vadeli Borçlar | 0.00 | 0.00 | 11 330.00 | 0.92 | 18 320.00 | 0.53 | 5 488.32 | 0.56 |
| Borç Toplamı | | 9 025.00 | 2.78 | 32 680.00 | 2.66 | 54 730.00 | 1.58 | 21 471.07 | 2.18 |
| Özsermaye | | 315 695.00 | 97.22 | 1 196 530.00 | 97.34 | 3 403 782.00 | 98.42 | 962 721.39 | 97.82 |
| Pasif Toplamı | | 324 720.00 | 100.00 | 1 229 210.00 | 100.00 | 3 458 512.00 | 100.00 | 984 192.45 | 100.00 |
| Dekara Düşen Özsermaye | | 23 559.33 | | 26 355.29 | | 27 143.40 | | 26 111.24 | |
| Net Kapital Oranı | | 35.98 | | 37.61 | | 63.19 | | 45.84 | |
| İşletme Kapital Oranı | | 4.31 | | 4.46 | | 4.49 | | 4.43 | |
| Döner Kapital Oranı | | 1.16 | | 2.14 | | 2.40 | | 1.89 | |
| Özsermayenin Aktife Oranı | | 0.97 | | 0.97 | | 0.98 | | 0.98 | |

1.tabakadaki işletmelerin orta ve uzun vadeli borcu bulunamamış, diğer tabakalardaki işletmelerin ise kısa ve orta vade borcu bulunmakla beraber uzun vadeli borcu bulunamamıştır. Borç oranı %2.78 ile en yüksek 1.tabakada yer alırken son tabakaya doğru işletmelerin Pasif Sermaye içindeki borç oranları düşmüştür. İşletme arazisi dekar başına düşen Özsermaye oranı da ilk tabakadan son tabakaya doğru artmıştır.

Kapital Oranları

İnceleme alanında yer alan işletmelerin sahip oldukları varlıkların, borçlarını ödemeye yeterli olup olmadığının anlaşılması, işletmelerin yeteri kadar kar elde edip etmediklerinin belirlenmesi ve nakit akımlarının değerlendirilmesi amacıyla işletmelerin Kapital Oranları hesaplanmıştır.

Araştırmada kapital oranlarını hesaplayabilmek için bilançodan yararlanılmıştır. İşletmelerin kısa bir sürede (istenildiğinde) kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek amacıyla Döner Kapital Oranı, orta vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek amacıyla İşletme Kapital Oranı ve uzun vadeli borçlarını ödeme gücünü ölçmek için Net Kapital Oranı hesaplanmıştır.

Döner Kapital Oranı; işletmeler ortalamasında 1.89 olarak bulunurken 1.16 ile en düşük 1.tabakada bulunmuştur. En fazla ise 2.40 ile 3.tabakada bulunmuştur. 1.tabakadaki işletmelerin orta ve uzun vadeli borcu bulunmamasına rağmen döner kapital oranlarının düşük çıkmasına rağmen 1'in üstünde olmasından dolayı işletmelerin borçlarını ödemekte güçlük yaşamadıkları söylenebilir.

İşletme Kapital Oranı; genel olarak işletmelerde en az 2'den büyük olması beklenir. Çizelge 5.17 incelendiğinde işletmelerin tamamının orta vadeli borcunu ödeme gücü bulunduğu söylenebilir.

Net Kapital Oranı; işletmeler genel ortalamasında 45.43 bulunurken işletmeler büyüdükçe bu oran da büyümüştür. 3.tabakadaki işletmelerin oranının ise diğer iki

tabakadaki işletmelere göre nerdeyse 2 katı fazla olmuştur. Kapital oranları dikkate alınarak incelenen işletmelerin borçlarını ödeyebildikleri söylenebilir.

5.1.7.İncelenen işletmelerde yıllık faaliyet sonuçları

Tarım işletmeleri her yıl birçok girdi kullanarak masraflarını karşılar ve çeşitli üretim faaliyetlerini yürütürler. Bu faaliyetler sonucunda elde edilen gelirlerle işletmelerini geliştirmeye çalışırlar. Yapılan giderler yanında elde edilen gelirler işletmelerin ve yürüttükleri üretim faaliyetlerinin başarı derecelerini ortaya koyar. Üretim faaliyetlerinin birbirine üstünlükleri yanında, işletmelerin başarı derecelerinin de karşılaştırılması bu sayede mümkün olur. Bu bölümde incelenen işletmelerin yıllık faaliyet sonuçları incelenerek faaliyetlerinde başarılı olup olmadıkları hakkında fikir edinilmeye çalışılmıştır.

Gayri Safi Üretim Değeri (GSÜD)

Gayri Safi Üretim Değeri, işletmelerde bir yıllık üretim faaliyeti sonucunda elde edilen bitkisel ve hayvansal üretimin parasal değerinden oluşmuştur.

Çizelge 5.18.İşletmelerde Gayri Safi Üretim Değeri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--|------------|----------|------------|---------|------------|----------|------------|-----------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran(%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| Zeytin | 14 914.94 | 50.04 | 22 266.85 | 23.70 | 36 325.44 | 9.72 | 19 737.39 | 21.29 |
| Zeytinyağı | 6 004.04 | 20.14 | 51 665.98 | 54.98 | 220 060.30 | 58.86 | 46 693.10 | 50.36 |
| Pirina | 300.20 | 1.01 | 2 644.81 | 2.81 | 9 283.79 | 2.48 | 2 123.60 | 2.29 |
| Sabun | 16.33 | 0.05 | 43.05 | 0.05 | 45.85 | 0.01 | 27.46 | 0.03 |
| Zeytin Toplam | 21 235.51 | 71.24 | 76 620.69 | 81.54 | 265 715.38 | 71.07 | 68 581.55 | 73.97 |
| Hayvansal Gelir | 2 334.15 | 7.83 | 2 696.90 | 2.87 | 63 836.73 | 17.07 | 10 577.13 | 11.41 |
| Diğer Tarım Ürünleri | 5 690.05 | 19.09 | 12 858.00 | 13.68 | 40 255.10 | 10.77 | 12 204.86 | 13.16 |
| Envanter Kıymet Artışları | 548.71 | 1.84 | 1 795.11 | 1.91 | 4 080.22 | 1.09 | 1 353.26 | 548.71 |
| GSÜD (işl/TL) | 29 808.42 | 100.00 | 93970.70 | 100.00 | 373 887.43 | 100.00 | 92 716.80 | 29 808.42 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen GSÜD (TL/da) | 2 224.51 | | 2 069.84 | | 2 981.56 | | 2 519.48 | |

İncelenen işletmelerde Gayri Safi Üretim Değeri ve oranları Çizelge 5.18’de görülmektedir. Yağlık dane zeytin üretiminde üretimin bir kısmı dane olarak kullanılırken bir kısmı sıkıma ayrılarak zeytinyağı yapılmıştır. Elde edilen zeytinyağının kalitesiz kısmı sabun olarak kullanılmış ve sıkımdan geriye ise pirina maddesi kalmıştır. Çizelge 5.18’de bunların tamamının maddi değeri ve oranları ayrı ayrı hesaplanmıştır. İşletmelere baktığımızda Gayri Safi Üretim Değerinin %50.36’ını zeytinyağının, %21.29’unu ise yağlık dane zeytinin, %13.16’sını diğer tarım ürünlerinin (mandalina ve incir) ve %11.41’ini ise hayvansal gelirin oluşturduğu bulunmuştur. Zeytin üretim dalının ise toplamda GSÜD’ün %73.97’sini oluşturmuştur. İşletmelerde Gayri Safi Üretim Değerinin yarısından fazlasını zeytinyağı oluşturmuştur. Bu durumun son yıllarda zeytinyağının fiyatında yaşanan artışlardan kaynaklandığı söylenebilir.

Tabakalara bakıldığında ise 1.tabakadaki işletmelerde diğer tabakaların aksine yağlık dane zeytin olarak değerlendirilen ürün miktarı zeytinyağı olarak değerlendirilene göre daha fazla olmuştur. 2. ve 3.tabakadaki işletmelerde GSÜD içinde zeytinyağı oranı %50.00’nin üstündeyken 1.tabakada yağlık dane zeytin oranı %50.00’nin üzerinde bulunmuştur. Bu durum işletmenin gelir miktarına da etki ettiği söylenebilir.

İşletme arazisi başına düşen GSÜD ise en fazla 3.tabakada bulunmuştur. 1.tabakadaki işletmelerin işletme büyüklüğünün küçük olmasına rağmen 2.tabakadaki işletmelere göre işletme arazisi başına daha fazla üretim yaptıkları, dolayısıyla daha verimli çalıştıkları söylenebilir. Bunun nedeni olarak küçük işletmelerin bakım masraflarını yeterince yerine getirmemeleri nedeniyle üretim masraflarının daha düşük çıkması olarak açıklanabilir. İşletmeler ortalamasının üzerinde GSÜD ise sadece 3.tabakadaki işletmelerde elde edilmiştir. İşletme arazisi başına düşen GSÜD değeri ise işletmeler ortalamasında 2 519.48 TL/da olarak bulunmuştur.

Değişen Masraflar

Değişen Masraflar üretim hacminin değişmesine bağlı olarak değişen masraflar şeklinde tanımlanmakta olup incelenen işletmelerdeki üretim dallarına ait Değişen Masraflar Çizelge 5.19’da gösterilmiştir.

Çizelge 5.19.İşletmelerde Değişen Masraflar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---|------------------|---------------|------------------|---------------|-------------------|---------------|------------------|---------------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| Toprak İşleme | 1 048.34 | 16.19 | 3 258.59 | 15.77 | 9 476.85 | 12.45 | 2 775.61 | 14.49 |
| Fidan Alımı | 5.56 | 0.09 | 18.83 | 0.09 | 53.23 | 0.07 | 14.74 | 0.08 |
| Gübre Alımı | 1 065.54 | 16.45 | 3 376.24 | 16.34 | 9 870.87 | 12.97 | 2 729.38 | 14.25 |
| İlaç Alımı | 762.27 | 11.77 | 2 292.68 | 11.09 | 7 418.90 | 9.75 | 1 965.20 | 10.26 |
| Sulama Ücreti | 156.72 | 2.42 | 321.51 | 1.56 | 1 272.79 | 1.67 | 296.08 | 1.55 |
| Nakliye | 1 666.43 | 25.73 | 4 366.05 | 21.12 | 14 935.78 | 19.63 | 4 094.04 | 21.37 |
| Yakıt Masrafı | 321.45 | 4.96 | 938.87 | 4.54 | 3 079.39 | 4.05 | 852.62 | 4.45 |
| Zeytin Sıkım Ücreti | 35.02 | 0.54 | 301.39 | 1.46 | 1 283.69 | 1.69 | 272.38 | 1.42 |
| Geçici İşçilik Ücreti | 1 415.28 | 21.85 | 5 794.25 | 28.03 | 28 702.35 | 37.72 | 6 157.32 | 32.14 |
| Zeytin-Zeytinyağı Üretimi Değişen Masraflar Toplamı | 6 476.61 | 58.79 | 20 668.40 | 70.64 | 76 093.86 | 56.06 | 19 157.38 | 59.70 |
| Bitkisel Üretim Değişen Masraflar Toplamı | 3 239.25 | 29.40 | 7 107.85 | 24.29 | 21 826.53 | 16.08 | 6 746.38 | 21.02 |
| Hayvansal Üretim Değişken Masraflar Toplamı | 1 301.07 | 11.81 | 1 482.06 | 5.07 | 37 821.43 | 27.86 | 6 186.47 | 19.28 |
| Değişen Masraflar Toplamı (iş/TL) | 11 016.93 | 100.00 | 29 258.31 | 100.00 | 135 741.82 | 100.00 | 32 090.23 | 100.00 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Değişen Masraflar (TL/da) | 822.16 | | 644.46 | | 1 082.47 | | 872.02 | |

Yağlık zeytin ve zeytinyağı üretim dalında en yüksek değişen masrafı %32.14 ile geçici işçilik ücretleri oluşturmuş ve ardından %21.37 ile nakliye ücretleri gelmiştir. Bölgedeki arazi yapısının engebeli olmasının özellikle makineli tarıma müsaade etmemesi nedeniyle özellikle hasatta yoğun bir şekilde işçilik kullanılmıştır. Bu durum üretim maliyetlerine ciddi oranda yük getirmiştir.

Zeytin ve zeytinyağı üretim dalı Değişen Masraflar, işletmenin toplam Değişen Masrafları içerisindeki oranı %59.70 bulunmuştur. Diğer bitkisel üretim dalları Değişen Masraflar oranı %21.02, hayvancılık üretim dalı Değişen Masraflar oranı %19.28 bulunmuştur. İşletme arazisi dekarı başına Değişen Masraflar 644.64 TL/da ile en düşük 2.tabakada bulunmuş, işletmeler ortalamasında ise 872.02 TL/da olarak bulunmuştur.

Brüt Kar

İncelenen işletmelerde; bir üretim faaliyetinden elde edilen Gayri Safi Üretim Değerinden, bu üretim değerini elde etmek için yapılan Değişen Masrafların çıkarılması ile bulunan Brüt Kâr Çizelge 5.20’de verilmiştir.

Çizelge 5.20.İşletmelerde zeytin-zeytinyağı faaliyetinde Brüt Kar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| GSÜD | 21 235.51 | 100.00 | 76 620.69 | 100.00 | 265 715.38 | 100.00 | 68 581.55 | 100.00 |
| Zeytin Değişen Masraflar | 6 476.61 | 30.50 | 20 668.40 | 26.97 | 76 093.86 | 28.64 | 19 157.38 | 27.93 |
| Toplam Brüt Kar (işl/TL) | 14 758.90 | 69.50 | 55 952.29 | 73.03 | 189 621.52 | 71.36 | 49 424.17 | 72.07 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Gayri Safi Hasıla (TL/da) | 1 101.41 | | 1 232.43 | | 1 512.13 | | 1 343.05 | |

Çizelge 5.20 incelendiğinde genel ortalama işletmelerin 49 424.17 TL Brüt Karları olmuştur. İşletmeler ortalamasında GSÜD'nin %72.07'si Brüt Kardan oluşmuştur. İşletme arazisi başına düşen Brüt Kar ise 1 343.05 TL/da bulunmuştur.

Manisa ili Soma ilçesindeki yağlık zeytin işletmelerinde 2016 yılında yapılan bir araştırmada işletme arazisi dekar başına 1 661.44 TL/da GSÜD, 909.43 TL/da Brüt Kar edildiği belirlenmiştir (Özalp ve ark, 2016). Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde yapılan araştırmada ise GSÜD 461.55 TL/da olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Araştırma bölgesinde bulunan işletmelerin Manisa ili Soma ilçesi ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesindekilere göre hem GSÜD hem de Brüt Kar olarak daha iyi durumda olduğu söylenebilir. Bu farklılığın Tarım Dışı Gelir, masraflar ve verimdeki farklılıklardan meydana geldiği söylenebilir.

Gayri Safi Hasıla (GSH)

Gayri Safi Hasıla, iktisadi bir bütün olarak düşünülen işletmelerde bir çalışma yılı süresinde iktisadi çabalar neticesinde üretilen mallar ile mamulecilik, mübadele ve yeniden kıymetlendirme yolu ile sermaye kısımlarında meydana gelen artışların miktar ve kıymet olarak toplamlarıdır (Aslan, 2002).

Gayri Safi Hasıla (GSH), tarım işletmelerinde bir üretim döneminde elde edilen Gayri Safi Üretim Değerine işletme dışı tarımsal gelir ve konut kira karşılığı eklenerek bulunmuştur (Erkuş ve ark. 1995).

Çizelge 5.21.İşletmelerde Gayri Safi Hasıla

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| GSÜD | 29 808.42 | 86.52 | 93 970.70 | 90.83 | 373 887.43 | 96.91 | 92 716.80 | 93.06 |
| Konut Kira Karşılığı | 2 900.00 | 8.42 | 8 311.00 | 8.03 | 11 200.00 | 2.90 | 5 461.62 | 5.48 |
| İşletme Dışı Tarımsal Gelir | 1 744.51 | 5.06 | 1 180.31 | 1.14 | 731.50 | 0.19 | 1 457.87 | 1.46 |
| GSH (iş/TL) | 34 452.93 | 100.00 | 103 462.01 | 100.00 | 385 818.93 | 100.00 | 99 636.29 | 100.00 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Gayri Safi Hasıla (TL/da) | 2 571.11 | | 2 278.90 | | 3 076.71 | | 2 707.51 | |

Çizelge 5.21’de işletmelerdeki Gayri Safi Hasıla değerleri görülebilir. Çizelge 5.21 incelendiğinde GSH içerisinde GSÜD oranı %93.06, işletme dışı tarımsal gelir %1.46 ve konut kira karşılığı %5.48 olmuştur. Tabakalara bakıldığında ise en fazla GSÜD oranının ve en az tarım dışı gelir oranının 3.tabakada olduğu, 1.tabakada ise bu durumun tam tersi olduğu anlaşılmıştır. Buna göre 3.tabakadaki işletmelerin yağlık zeytin üretiminden yeterli gelir elde etmesi nedeniyle ek gelir elde etme ihtiyacı duymadığı, 1.tabakadaki işletmelerin ise yağlık zeytin üretiminden yeterli gelir elde edememesi nedeniyle ek gelir elde etme arzusuyla başka gelir kaynaklarına yöneldikleri söylenebilir.

İncelenen işletmelerde işletme arazisi başına düşen GSH ise 1.tabakada 2 571.11 TL/da, 2.tabakada 2 278.90 TL/da ve 3.tabakada 3 076.71 TL/da bulunmuştur. İşletmeler ortalamasında ise 2 707.51 TL/da bulunmuştur. 1.tabakadaki işletmeler incelendiğinde işletmecilerin kendi işletmeleri haricinde diğer tarım işletmelerinde diğer tabakalara göre daha fazla çalışmaya giderek işletme dışı tarımsal gelir elde etmişlerdir. Bu durumun işletmenin 2.tabakaya göre GSH değerinin daha fazla çıkmasının nedeni olarak söylenebilir.

İşletme Masrafları ve Gerçek Masraflar

Çizelge 5.22.İşletmelerde İşletme Masrafları

| İşletme Tabakaları | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---|---------------------------------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran(%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| İşçilik Masrafları | Aile İşgücü Ücreti Karşılığı | 2 394.86 | 13.71 | 4 065.33 | 8.28 | 5 293.90 | 2.99 | 3 230.26 | 6.87 |
| | Yabancı İşgücü Ücreti Karşılığı | 2 218.30 | 12.70 | 12 235.00 | 24.91 | 60 947.86 | 34.43 | 12 703.22 | 27.03 |
| | Toplam | 4 613.16 | 26.41 | 16 300.33 | 33.18 | 66 241.76 | 37.43 | 15 933.48 | 33.90 |
| Materyal Masrafları | Fidan Alımı | 8.71 | 0.05 | 29.51 | 0.06 | 81.51 | 0.05 | 23.92 | 0.05 |
| | Gübre Alım Gideri | 1 670.13 | 9.56 | 5 291.92 | 10.77 | 15 113.87 | 8.54 | 4 429.38 | 9.42 |
| | İlaç Alım Gideri | 1 194.78 | 6.84 | 3 593.54 | 7.32 | 11 359.52 | 6.42 | 3 189.23 | 6.79 |
| | Sulama Ücreti Gideri | 245.64 | 1.41 | 503.94 | 1.03 | 1 948.85 | 1.10 | 480.50 | 1.02 |
| | Hayvansal Üretim Giderleri | 1 414.29 | 8.10 | 1 723.61 | 3.51 | 38 240.91 | 21.61 | 6 374.93 | 13.56 |
| | Toplam | 4 533.55 | 25.95 | 11 142.52 | 22.68 | 66 744.66 | 37.71 | 14 497.96 | 30.85 |
| Pazarlama Masrafları | Zeytin Sıkım Ücreti | 35.02 | 0.20 | 301.39 | 0.61 | 1 283.69 | 0.73 | 272.38 | 0.58 |
| | Nakliye | 2 611.97 | 14.95 | 7 938.27 | 16.16 | 22 869.05 | 12.92 | 6 644.01 | 14.14 |
| | Toplam | 2 646.99 | 15.15 | 8 239.65 | 16.77 | 24 152.74 | 13.65 | 6 916.39 | 14.72 |
| Diğer Cari Masraflar | Traktör Yakıt Masrafı | 503.84 | 2.88 | 1 707.04 | 3.48 | 4 715.04 | 2.66 | 1 383.68 | 2.94 |
| | Bina Tamir-Bakım | 2 367.02 | 13.55 | 3 175.29 | 6.46 | 3 492.42 | 1.97 | 2 734.51 | 5.82 |
| | Alet-Makine Tamir-Bakım | 428.02 | 2.45 | 683.15 | 1.39 | 1 086.63 | 0.61 | 584.19 | 1.24 |
| | Sigorta | 137.11 | 0.78 | 463.49 | 0.94 | 1 738.13 | 0.98 | 437.35 | 0.93 |
| | Veteriner-Aşı | 109.85 | 0.63 | 621.14 | 1.26 | 1 881.37 | 1.06 | 482.64 | 1.03 |
| | Toplam | 3 042.00 | 17.41 | 4 943.07 | 10.06 | 8 198.55 | 4.63 | 4 238.69 | 9.02 |
| Amortisman Masrafları | Alet-Makine | 1 361.00 | 7.79 | 4 927.00 | 10.03 | 6 750.00 | 3.81 | 3 038.46 | 6.46 |
| | Bina | 1 160.00 | 6.64 | 3 324.40 | 6.77 | 4 480.00 | 2.53 | 2 184.65 | 4.65 |
| | Arazi İslahı | 0.64 | 0.00 | 2.76 | 0.01 | 9.45 | 0.01 | 2.38 | 0.01 |
| | Toplam | 2 521.64 | 14.43 | 8 254.16 | 16.80 | 11 239.45 | 6.35 | 5 225.49 | 11.12 |
| Envanter Kıymet Eksilişleri | | 113.22 | 0.65 | 241.55 | 0.49 | 419.48 | 0.24 | 188.46 | 0.40 |
| Toplam İşletme Masrafları (işl/TL) | | 17 470.57 | 100.00 | 49 121.28 | 100.00 | 176 996.63 | 100.00 | 47 000.46 | 100.00 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen İşletme Masrafı (TL/da) | | | 1 303.77 | | 1 081.97 | | 1 411.46 | | 1 277.19 |

Bir üretim dönemi içinde GSH elde edilmesi için çiftçinin işletmesine yatırdığı Aktif Sermayenin faizi hariç yapmış olduğu her türlü masraflar toplamı, İşletme Masraflarını oluşturmaktadır (Erkuş, 1979). İşletme Masraflarını, üretim masraflarından ayıran husus, Aktif Sermayenin faizinin masraflara dâhil edilmemesidir. Çizelge 5.22’de incelenen işletmelerde İşletme Masrafları görülebilir. Çizelge 5.22’de yağlık zeytin üretiminde en yüksek masraf kalemi %33.90 ile işçilik olmuştur. Bunun sebebi olarak arazi şartlarının makineleşmeye müsaade etmemesi nedeniyle işçilik ücretlerinin işletme bütçesinde oluşturduğu yük olarak açıklanabilir. Bilhassa hasat işlemleri büyük oranda el işçiliği gerektirmiştir. Bu durumun bölgenin genelinde de aynı olduğu belirtilebilir. Ege Bölgesi’nde 2019 yılında yapılan bir çalışmada hasat masrafları arazi kirasından sonra %16.90 oranı ile en yüksek üretim masraf kalemi olmuştur (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). İşçilik masraflarını %30.85 ile materyal alım masrafları takip etmiştir. Bu iki işletme masrafı toplam işletme masraflarının 64.75’ini oluşturmuştur. İşletme arazisi dekarı başına düşen işletme masrafı ise işletmeler ortalamasında 1 277.19 TL/da olarak bulunmuştur. Tabakalara bakıldığında ise işletme arazisi başına en az masrafı 1 081.97 TL/da ile 2.tabakadaki işletmelerin yaptığı görülmüştür.

Çizelge 5.23.İşletmelerde Gerçek Masrafları

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) |
| İşletme Masrafları Toplamı (A) | 17 470.57 | 49 121.28 | 176 996.63 | 47 000.46 |
| Aile İşgücü Ücret Karşılığı (B) | 2 394.86 | 4 065.33 | 5 293.90 | 3 230.26 |
| Arazi Kirası ve Ortakçı Payı (C) | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| Ödenen Borç Faizleri (D) | 902.50 | 3 268.00 | 5 473.00 | 2 147.11 |
| GERÇEK MASRAFLAR (A-B) + (C+D) (işl/TL) | 15 978.21 | 48 323.95 | 177 175.73 | 45 917.31 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Gerçek Masraf (TL/da) | 1 192.40 | 1 064.40 | 1 412.88 | 1 247.75 |

Gerçek Masraflar; işletme masraflarından aile iş gücü ücret karşılığının çıkarılıp, arazi kirası, ortakçı payı ve ödenen borç faizleri eklenerek hesaplanmaktadır (Aras, 1988). İşletmelerde tarımsal geliri hesaplayabilmek için gerçek masraflar hesaplanır. İncelenen işletmelerde Gerçek Masraflar Çizelge 5.23’de görülebilir. Gerçek Masraflar işletme büyüklüğü arttıkça artış gösterirken işletme arazisi dekarı başına düşen gerçek masraf değeri ise işletme masraflarında olduğu gibi en az 2.tabakada bulunurken işletmeler genelinde 1 247.75 TL/da olarak bulunmuştur.

Saf Hasıla (SH)

Türkiye’de tarım ekonomisi araştırmalarında, tarım işletmelerinin faaliyet sonuçlarını değerlendirmede genellikle Ernest Ferdinand Laur tarafından geliştirilen muhasebe sistemi esas alınmakta olup bu yöntem pratik alandan ziyade bilimsel amaçlı analizlerde kullanılmıştır (Özçelik ve ark., 2013). Laur muhasebesinde esas amaç ekonomik bir ünite olan tarım işletmelerine tahsis edilen aktif sermayenin getirisini belirlemektir. Saf Hasılanın incelenen işletmelerdeki durumu Çizelge 5.24’de görülebilir.

Çizelge 5.24.İşletmelerde Saf Hâsıla

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| GSH | 34 452.93 | 100.00 | 103 462.01 | 100.00 | 385 818.93 | 100.00 | 99 636.30 | 100.00 |
| Toplam İşletme Masrafları | 17 470.57 | 50.71 | 49 121.28 | 47.48 | 176 996.63 | 45.88 | 47 000.46 | 47.17 |
| SH (işl/TL) | 16 982.36 | 49.29 | 54 340.73 | 52.52 | 208 822.30 | 54.12 | 52 635.84 | 52.83 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Saf Hasıla (TL/da) | 1 267.34 | | 1 196.93 | | 1 665.25 | | 1 430.32 | |

İşletmelerdeki Gayri Safi Hasılanın %52.83’ünü Saf Hâsıla oluşturmaktayken %47.17’sini işletme masrafları oluşturmuştur. İşletmeler ortalamasında, 2. ve 3.tabakalarda SH işletme masraflarından daha fazlayken 1.tabakada işletme masrafları SH değerinden daha fazla olmuştur. İncelenen işletmelerde Saf Hasıla genel ortalama 52 635.84 TL bulunmuştur. İşletme arazisi dekarı başına ise işletmeler ortalamasında 1 430.32 TL/da SH düşmüştür. En az SH değeri 2.tabakada iken en fazla SH değeri 1 665.25 TL/da ile 3.tabakada bulunmuştur.

Tarımsal Gelir

Çizelge 5.25.İşletmelerde Tarımsal Gelir

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) |
| GSH (A) | 34 452.93 | 103 462.01 | 385 818.93 | 99 636.30 |
| Gerçek Masraflar (B) | 15 978.21 | 48 323.95 | 177 175.73 | 45 917.31 |
| Tarımsal Gelir (A-B) (işl/TL) | 18 474.72 | 55 138.06 | 208 643.20 | 53 718.99 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Tarımsal Gelir (TL/da) | 1 378.71 | 1 214.49 | 1 663.82 | 1 459.76 |

İncelenen işletmelerde Tarımsal Gelir, Saf Hasıladan borç faizleri ile kiracılık ve ortaklıkla işletilen araziye ödenen payların çıkarılması sonucu bulunan değere, işletme sahibi ve ailesinin işgücü ücret karşılığının ilave edilmesiyle bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.25). İncelenen işletmelerde ortalama yıllık 53 718.99 TL Tarımsal Gelir elde edilmiştir. 1.tabakada 18 474.72 TL/işl. olan Tarımsal Gelir 2.tabakada 55 138.06 TL/işl. ve 3.tabakada 208 643.20 TL/işl. olmuştur. İşletme arazisi başına düşen Tarımsal Gelir ise işletmeler ortalamasında 1 459.76 TL/da olarak bulunmuştur.

Harcanabilir Tarımsal Gelir

Çizelge 5.26.İşletmelerde Harcanabilir Tarımsal Gelir

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) | Değeri (TL) |
| Tarımsal Gelir (A) | 18 474.72 | 55 138.06 | 208 643.20 | 53 718.99 |
| Envanter Kıymet Artışları (B) | 548.71 | 1 795.11 | 4 080.22 | 1 353.26 |
| Harcanabilir Tarımsal Gelir (A-B) (işl/TL) | 17 926.01 | 53 342.95 | 204 562.98 | 52 365.73 |
| İşletme Arazisinin Dekarına Düşen Harcanabilir Tarımsal Gelir (TL/da) | 1 337.76 | 1 174.95 | 1 631.28 | 1 422.98 |

İncelenen işletmelerde Harcanabilir Tarımsal Gelir değerleri Çizelge 5.26'da görülebilir. Tarımsal Gelirden envanter kıymet artışları çıkarıldığında çiftçinin eline geçen Harcanabilir Tarımsal Gelir hesaplanmış olur. Çizelge 5.26'da tabakalar arasında işletme başına Harcanabilir Tarımsal Gelir değerleri arasında büyük farklılıklar oluşmuş ve işletme büyüklüğü arttıkça değeri de artmıştır. İşletme arazisi dekarı başına düşen Harcanabilir Tarımsal Gelire bakıldığında ise en düşük oran 1 174.95 TL/da ile 2.tabakada bulunmuştur. İşletmeler ortalamasında ise harcanabilir tarımsal gelir değeri 1 422.98 TL/da olarak bulunmuştur.

Toplam Aile Geliri

Çizelge 5.27.İşletmelerde Toplam Aile Geliri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|-----------------------------------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|------------|----------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| Tarımsal Gelir (A) | 18 474.72 | 48.05 | 55 138.06 | 76.91 | 208 643.20 | 92.41 | 53 718.99 | 74.21 |
| Tarım Sektörü Dışı Gelir (B) | 19 972.85 | 51.95 | 16 550.00 | 23.09 | 17 142.86 | 7.59 | 18 672.97 | 25.79 |
| Toplam Aile Geliri (A+B) (işl/TL) | 38 447.57 | 100.00 | 71 688.06 | 100.00 | 225 786.06 | 100.00 | 72 391.96 | 100.00 |

İşletmeci ve ailesinin geçimi, işletme masraflarını karşılanması, tasarruf ve yatırımlar için ele geçen para miktarını gösteren Toplam Aile Geliri; işletmelerin tarımsal gelirleri ile tarım sektörü dışındaki gelirleri toplamından oluşmuştur. İşletmelerin toplam aile gelirleri Çizelge 5.27’de görülebilir. İşletmeler ortalamasında işletme başına düşen aile geliri 72 391.96 TL/işl olarak bulunmuştur. İşletmelerin gelirinin %74.21’i tarımsal gelirden oluşmaktayken %25.79’u tarım sektörü dışı elde edilen gelirden oluşmuştur.

Rantabilite

Çizelge 5.28.İşletmelerde Rantabilite

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|----------------------|-------|-------|-------|-------|
| Rantabilite | 49.29 | 52.52 | 54.12 | 52.83 |
| Ekonomik Rantabilite | 5.23 | 4.42 | 6.04 | 5.35 |
| Mali Rantabilite | 5.09 | 4.27 | 5.97 | 5.24 |

Çizelge 5.28’de incelenen işletmelerin Rantabilite oranları görülmektedir. İncelenen işletmelerde Rantabilite 52.83, Ekonomik Rantabilite 5.35 ve Mali Rantabilite 5.24 olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde Gayri Safi Hasılanın %52.83’ünü Saf Hasıla oluşturmuştur. Tabakalarda ise bu oran sırasıyla %49.29, %52.52 ve %54.12 olarak bulunmuştur. Toplam kaynakların ne ölçüde kârlı olduğunu gösteren Ekonomik Rantabilite ise genel ortalama 5.35 iken 1.tabakada 5.23, 2.tabakada 4.42 ve 3.tabakada 6.04 olarak bulunmuştur.

İşletme sahipleri tarafından sağlanan kaynağın bir birimine düşen kârı ifade eden Mali Rantabilite ise genel ortalama 5.24 bulunurken 1.tabakada 5.,09, 2.tabakada 4.27 ve 3.tabakada 5.97 olarak bulunmuştur. Buradan 3.tabakadaki işletmelerin özsermayelerine göre daha fazla üretim yaptıkları anlaşılabilir. Ekonomik Rantabilitenin Mali Rantabilitenin üstünde olması yabancı kaynakların maliyetinin yüksek olmasını göstermesi bakımından işletmeler açısından olumsuz olduğu söylenebilir.

İşletmelerin karlılık düzeylerinin yeterli olup olmadığına ise piyasada geçerli olan cari faiz oranlarına bakılarak karar verilir. 2017 yılı itibariyle Türkiye’de faiz oranı %9.82 olmuştur (Anonim, 2017). Tarımsal üretim kredi faiz oranı olarak 2017 yılı için T.C.

Ziraat Bankası'nın cari faiz oranının yarısı olan %4.91 oranı kullanılmıştır. İncelenen işletmelerde tüm Rantabilite Oranları yıllık tarımsal üretim kredi faiz oranının üzerinde bulunmuştur. Buradan yola çıkılarak incelenen işletmelerin Rantabilite yönünden ülkedeki yıllık faiz oranının üstünde bir karlılığa sahip oldukları ve bu nedenle başarılı bir girişimde buldukları söylenebilir.

5.1.8.Yağlık zeytin tam maliyet analizi

Yağlık zeytinin birime olan üretim maliyetleri ve toplam işletme masraflarına oranları Çizelge 5.29'da görülebilir.

Çizelge 5.29.Zeytin üretim maliyeti

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) | Değer (TL) | Oran (%) |
| Toprak İşleme | 122.62 | 10.96 | 130.50 | 10.90 | 115.71 | 9.41 | 122.40 | 10.01 |
| Gübreleme | 76.29 | 6.82 | 85.25 | 7.12 | 85.71 | 6.97 | 83.70 | 6.85 |
| İlaçlama | 57.74 | 5.16 | 58.80 | 4.91 | 67.96 | 5.53 | 62.83 | 5.14 |
| Budama | 26.60 | 2.38 | 34.31 | 2.86 | 53.40 | 4.34 | 41.32 | 3.38 |
| Sulama | 1.41 | 0.13 | 1.48 | 0.12 | 3.36 | 0.27 | 2.32 | 0.19 |
| Hasat | 334.86 | 29.94 | 460.50 | 38.46 | 507.81 | 41.30 | 455.54 | 37.27 |
| Nakliye | 13.67 | 1.22 | 9.82 | 0.82 | 7.15 | 0.58 | 9.47 | 0.78 |
| Döner Sermaye Faizi | 25.33 | 2.26 | 31.23 | 2.61 | 33.64 | 2.74 | 62.21 | 5.09 |
| Toplam Değişken Masraflar | 658.53 | 58.88 | 811.88 | 67.80 | 874.75 | 71.14 | 839.79 | 68.71 |
| Sigorta-Vergi | 6.67 | 0.60 | 8.22 | 0.69 | 8.85 | 0.72 | 8.19 | 0.67 |
| Aile İşgücü Ücreti Karşılığı | 178.72 | 15.98 | 89.54 | 7.48 | 42.22 | 3.43 | 87.78 | 7.18 |
| Genel İdare Giderleri | 41.97 | 3.75 | 54.50 | 4.55 | 65.83 | 5.35 | 50.75 | 4.15 |
| Bina Tamir Bakım | 86.57 | 7.74 | 73.22 | 6.12 | 35.73 | 2.91 | 59.37 | 4.86 |
| Daimi İşçi Gideri | 0.00 | 0.00 | 37.44 | 3.13 | 135.57 | 11.03 | 73.66 | 6.03 |
| Amortisman | 145.99 | 13.05 | 122.65 | 10.24 | 66.65 | 5.42 | 102.72 | 8.40 |
| Toplam Sabit Masraflar | 459.91 | 41.12 | 385.58 | 32.20 | 354.85 | 28.86 | 382.46 | 31.29 |
| TOPLAM İŞLETME MASRAFLARI | 1 118.44 | 100.00 | 1 197.46 | 100.00 | 1 229.59 | 100.00 | 1 222.25 | 100.00 |
| Ortalama Üretim (kg/da) | 578.46 | | 615.08 | | 705.89 | | 649.45 | |
| 1 kg Yağlık Zeytin Üretim Maliyeti (kg/TL) | 1.93 | | 1.95 | | 1.74 | | 1.88 | |
| Zeytin Net Kar (da/TL) | 436.06 | | 753.71 | | 1 088.42 | | 716.23 | |

İncelenen işletmelerde 2017 yılı itibariyle 1 kg yağlık dane zeytin satış fiyatı 3 TL olmuştur. Çizelge 5.29'a bakıldığında ise 1 kg yağlık dane zeytinin üretim maliyeti genel ortalamada 1.88 TL olarak bulunmuştur. Buna göre işletmelerin ekonomik ve karlı bir üretim yaptıkları söylenebilir. AB üyesi ülkelerde 1 ton yağlık dane zeytin üretimi için 767 € masraf yapılmıştır (Anonim, 2020b). Kur farkı da dikkate alındığında AB üyesi ülkelerdeki üretim maliyetinin Türkiye'nin yarısı seviyesinde olduğu söylenebilir.

Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde 2016 yılında yapılan araştırmada ise 1 kg yağlık dane zeytin üretim maliyeti 1.70 TL olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Bu oran araştırma bölgesinde elde edilen sonuçla birbirine çok yakın olduğu söylenebilir. Yine Manisa ili Soma ilçesinde yapılan bir araştırmada 1 kg yağlık dane zeytin üretim maliyeti 2.09 TL olarak bulunmuştur (Özalp ve ark, 2016). Buna göre araştırma bölgesindeki üreticilerin Soma ilçesindekilere göre daha az masrafla üretim yaptıkları söylenebilir.

Çizelge 5.29'da toplam masraflar içinde en yüksek oran %37.27 ile hasat olmuştur. Bunu %10.01 ile toprak işleme takip etmiştir. Aile işgücü ücretinin ise işletme büyüklüğü arttıkça oranının düştüğü anlaşılmıştır. Ayrıca amortisman ve bina tamir-bakım oranı da işletme büyüdükçe azalmıştır. Bu durumun küçük işletmelerin daha eski bina ve makinelerle üretim yaptığını gösterdiği söylenebilir.

Toplam masraflar içerisinde değişen masrafların oranı %68.71 iken sabit masrafların oranı %31.29 olmuştur. 1 kg yağlık dane zeytin üretim maliyetinde en düşük değer 3.tabakada yer almıştır. Bu sonuca bakılarak 3.tabakadaki işletmelerin daha verimli çalıştığı söylenebilir. 2.tabakadaki işletmelerin 1.tabakadaki işletmelere göre daha fazla masraf yaptığı Çizelge 5.27 incelendiğinde görülebilir. Tersine bir durum olması beklenirken böyle bir sonucun ortaya çıkması 1.tabakadaki işletmelerin üretim masraflarını yeterince yerine getirmeyip masraftan kaçınmaları sonucu üretim maliyetlerinin düşmesi olarak açıklanabilir.

Hasada Soma ilçesinde %25.26 (Özalp ve ark, 2016) ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde %22.5 (Başaran ve Yılmaz, 2016), Ege Bölgesi genelinde %16.90 (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019) oranında masraf yapılırken bu oran araştırma bölgesinde %37.27 olmuştur. Araştırma bölgesinin yüksek oranda engebeli arazi yapısına sahip olması nedeniyle hasada yapılan masrafın arttığı söylenebilir.

Gübrelemeye Soma ilçesinde %1.77 (Özalp ve ark, 2016) ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde %3.5 (Başaran ve Yılmaz, 2016) Ege Bölgesi genelinde %7.70 (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019) oranında masraf yapılırken bu oran araştırma bölgesinde %6.85 olmuştur. İlaçlamaya Soma ilçesinde %1.73 (Özalp ve ark, 2016) ve Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde %3.2 (Başaran ve Yılmaz, 2016), Ege Bölgesi genelinde %3.08 (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019) oranında masraf yapılırken bu oran araştırma bölgesinde %5.14 olmuştur. Bu rakamlara bakarak gübreleme ve ilaçlama masraflarının araştırma bölgesinde diğer bölgelere göre biraz daha fazla olduğu söylenebilir. İncelenen işletmeler 1 da zeytin arazisinden genel ortalamada 716.23 TL/da kar ederken bu değer 1.tabakada 436.06 TL/da, 2.tabakada 753.71 TL/da ve 3.tabakada 1 088.42 TLda olarak bulunmuştur.

5.1.9.İncelenen işletmelerde yağlık zeytin üretim tekniği

İncelenen işletmelerin yağlık zeytin üretiminden asıl amacı gelir elde etmektir. Bir işletmenin karlı olabilmesi üretimde verimliliğe bağlıdır. Bunu etkileyen en önemli faktörlerin başında üretim tekniği ve pazarlamanın geldiği söylenebilir. Bu bölümde işletmelerin yağlık zeytin üretim teknikleri incelenmiştir. Araştırma bölgesi, yağlık çeşit zeytin bitkisinin istediği toprak ve iklim koşullarına sahiptir. Bu nedenle bölgede zeytin doğal olarak kendi kendine de yetişir. Ayrıca bölge mikro klima özelliği gösterdiğinden dolayı yetiştirilen zeytinlerin verim ve kalitesini de etkilemiştir. Bölgenin kendine has yağlık zeytin çeşidi ve diğerlerinden aromatik özellikleriyle ayrılan zeytinyağı çeşidi üretimi bu sayede olmuştur. Ayrıca Türkiye’de coğrafi işaret almış 5 zeytinyağından 2 tanesi bu bölgede bulunmaktadır (Anonim, 2019h). Araştırma bölgesinde üretilen zeytinyağları Ayvalık zeytinyağları ve Edremit Bölgesi zeytinyağları olmak üzere 2 adet coğrafi işaret olarak bölgeye has özel zeytinyağı olma özelliğini tescillemiştir.

Bölgede yağlık zeytin üretimi yoğun olarak yapılır. Bu açıdan tüm bölgenin neredeyse tamamı kapalı zeytin bahçesi olarak tanımlanabilir. Ayrıca bölgede yağlık zeytin üretiminin tarihi uzun yıllara dayanmıştır. Bu gibi etkenler üretimi de doğrudan etkilemiştir.

Çizelge 5.30.İşletmelerde yağlık zeytin üretim verileri

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|--|----------|-----------|-----------|-----------|
| Dekar Başına Ağaç Varlığı (adet/da) | 13.03 | 13.63 | 14.31 | 13.36 |
| Ağaç Başına Verim (kg/ağaç) | 44.39 | 45.13 | 49.33 | 48.61 |
| Dekar Başına Verim (kg/da) | 578.46 | 615.08 | 705.89 | 649.45 |
| İşletme Başına Zeytin Üretimi (kg/işl) | 7 751.30 | 27 924.65 | 88 518.31 | 23 899.73 |
| Dekar Başına Zeytinyağı Verimi (kg/da) | 37.34 | 94.83 | 146.24 | 105.74 |
| İşletme Başına Zeytinyağı Üretimi (kg/işl) | 500.34 | 4 305.50 | 18 338.36 | 3 891.09 |

Bölgede örneğe alınan işletmelerin üretim ve verim bilgileri Çizelge 5.30'da görülebilir. Bölgede dekar başına dane zeytin verimi 649.45 kg iken ağaç başına verim 48.61 kg dır. İşletme başına zeytinyağı üretimi ise 3 891.09 kg dır. Yapılan bazı araştırmalarda Ege Bölgesi'nde dekar başına dane zeytin verimi 401.66kg iken (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019) Hatay ilinde dekar başına dane zeytin verimi 411.10 kg ve ağaç başına verim 39.7 kg (Özgürsoy, 2006), Tekirdağ ili Şarköy ilçesinde dekar başına dane zeytin verimi 271.50 kg (Başaran ve Yılmaz, 2016), Türkiye genelinde ağaç başına verim 27.59 kg olarak bulunmuştur (Anonim, 2016b). İncelenen bölgenin Türkiye geneli ve diğer bölgelere göre ağaç başına ve dekar başına veriminin daha fazla olduğu söylenebilir. Bu durum bölgede yıllardır devam eden uçakla toplu zirai mücadele ve son 10-15 yıl içinde yeni kurulan zeytinlikler ile makineli hasada yönelik yapılan destekleme ve teşviklerin sonucunda olduğu söylenebilir.

AB yağlık zeytin üreten ülkelerde yapılan bir araştırmada ise; yağlık zeytin verimi İspanya'da 340 kg/da bulunurken İtalya'da 510 kg/da olarak bulunmuştur. İşletme başına zeytinyağı üretimi ise İspanya'da 3 400 kg/işletme iken İtalya'da 2 450 kg/işletme bulunmuştur (Anonim, 2020b). Bu verilerle kıyaslandığında araştırma bölgesindeki işletmelerin verim ve üretim açısından dane yağlık zeytinde AB bölgesindeki üreticilere göre dekar başına daha fazla verim aldıkları söylenebilir. Yine işletme başına zeytinyağı üretiminde de aynı durum söz konusudur.

Çizelge 5.31.İşletmelerde toprak sürme faaliyeti durumu

| İşletme Tabakaları | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|------------------------------|------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Her yıl | (yılıda 1) | 93 | 42.08 | 28 | 28.00 | 8 | 16.33 | 129 | 34.86 |
| | (yılıda 2) | 60 | 27.15 | 31 | 31.00 | 19 | 38.78 | 110 | 29.73 |
| | (yılıda 3) | 11 | 4.98 | 22 | 22.00 | 17 | 34.69 | 50 | 13.51 |
| 2 yılda bir | | 57 | 25.79 | 19 | 19.00 | 5 | 10.20 | 81 | 21.90 |
| Toplam | | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |
| Yıllık ortalama sürüm sayısı | | 1.24 | | 1.75 | | 2.03 | | 1.45 | |

Araştırma bölgesindeki işletmelerde işletmelerin toprak işleme durumu incelenmiştir. Çizelge 5.31’de işletmelerin % 21.90’ı arazisine iki yılda bir sürüm işlemi uygularken diğer işletmeler her yıl sürüm işlemi yapmıştır. Her yıl toprak sürümü yapanların %34.86’sı yılda bir, %29.73’ü yılda iki ve % 13.51’i yılda üç kez sürüm faaliyetinde bulunmuştur.

Tabakalara baktığımızda ise işletme arazisi büyüdükçe toprak sürüm işlemi de artış göstermiştir. Nitekim 2 yılda bir sürüm yapan işletmeler %25.79 ile en fazla 1.tabakada yer alırken her yıl ve yılda 3 defa sürüm yapan işletmelerin en fazla olduğu tabaka ise 3.tabaka olmuştur. İşletmeler ortalamasında yılda 1.45 defa sürüm yapılırken 1.tabakada 1.24, 2.tabakada 1.75 defa ve 3.tabakada 2.03 defa sürüm yapılmıştır.

Birçok kültür bitkisinde olduğu gibi zeytinde de su, verim ve kaliteyi artıran önemli etkenlerden birisidir. Taban arazilerdeki zeytinliklerde ise son yıllarda damlama ile sulama yapılan arazilere rastlanmıştır. Çizelge 5.32’de ise işletmelerin sulama faaliyetlerini yapma durumları görülebilir. Daha önce işletme arazilerinin %97.00’sinin kuru olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 5.32.İşletmelerde sulama faaliyeti durumu

| İşletme Tabakaları | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|--|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | | 60 | 27.15 | 59 | 59.00 | 34 | 69.39 | 153 | 41.35 |
| Yok | | 161 | 72.85 | 41 | 41.00 | 15 | 30.61 | 217 | 58.65 |
| Toplam | | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde her ne kadar işletmelerin tamamına yakını kuru arazi olsa da işletme sahiplerinin bu durumu telafi etmeye yönelik sulama faaliyetinde bulunmadığı söylenebilir. Çizelge 5.32’de işletmelerin %58.65’i arazilerini sulamamıştır. Bu durum incelenen işletme arazilerinin %74.96’sının eğimli yapıya sahip olması ile açıklanabilir. Tabakalara baktığımızda ise en düşük sulama oranı 1.tabakada ve en fazla sulama oranı 3.tabakada olmuştur. 1.tabakadaki işletmelerin sadece %27.15’i arazilerinde sulama yapmıştır.

Çizelge 5.33.Sulamada karşılaşılan sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Fiyat Yüksekliği | 42 | 19.00 | 10 | 10.00 | 1 | 2.00 | 53 | 14.32 |
| Zamanında Temin Edememe | 84 | 38.01 | 44 | 44.00 | 21 | 43.00 | 149 | 40.27 |
| Su Yetersizliği | 77 | 34.84 | 41 | 41.00 | 27 | 55.00 | 145 | 39.19 |
| Alet-Makine Yetersizliği | 18 | 8.15 | 5 | 5.00 | 0 | 0.00 | 23 | 6.22 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Yapılan sulama faaliyetiyle ilgili incelenen işletmelerin yaşadığı problemlere verdikleri cevaplar Çizelge 5.33’de görülebilir. Üreticiler sulamada en fazla suyu zamanında temin edememe ve suyun yetersizliğiyle ilgili problemler yaşamakta olduklarını belirtmişlerdir.

Tarımsal üretimi etkileyen diğer bir bakım faaliyeti ise zirai mücadele ve ilaçlamadır. Araştırma bölgesinin Balıkesir ili sınırları içerisinde kalan kısmında zeytin sineğine karşı toplu zirai mücadele kapsamında uçakla ilaçlama faaliyeti yapılmıştır.

Çizelge 5.34.İşletmelerde ilaçlama faaliyeti durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Her yıl (yılıda 1) | 64 | 28.96 | 33 | 33.00 | 9 | 18.37 | 106 | 28.65 |
| Her yıl (yılıda 2) | 33 | 14.93 | 31 | 31.00 | 26 | 53.06 | 90 | 24.32 |
| Her yıl (yılıda 3) | 9 | 4.07 | 8 | 8.00 | 10 | 20.41 | 27 | 7.30 |
| 2 yılda bir | 115 | 52.04 | 28 | 28.00 | 4 | 8.16 | 147 | 39.73 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |
| Yıllık ortalama ilaçlama sayısı | 1.20 | | 1.33 | | 1.90 | | 1.20 | |

Bunun yanı sıra incelenen işletmelerin %39.73'ü 2 yılda bir ilaçlama yaparken geriye kalan işletmeler her yıl ilaçlama yapmıştır (bkz. Çizelge 5.34). 1.tabakadaki işletmelerin yapısından fazlası 2 yılda bir ilaçlamayı tercih etmiştir. İşletmelerin %28.65'i her yıl yılda bir defa ilaçlama yaparken yılda 2 defa ilaçlama yapanların oranı ise %24.32 olmuştur. İşletmeler ortalamasında ise yılda 1.20 defa ilaçlama yapılırken bu oran 3.tabakadan 1.tabakaya doğru azalmıştır.

Çizelge 5.35.İlaçlamada karşılaşılan sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|-------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Fiyat yüksekliği | 88 | 39.82 | 37 | 37.00 | 21 | 42.86 | 146 | 39.46 |
| Zamanında Temin Edememe | 24 | 10.86 | 6 | 6.00 | 8 | 16.33 | 38 | 10.27 |
| Bilgi Yetersizliği | 71 | 32.13 | 35 | 35.00 | 13 | 26.53 | 119 | 32.16 |
| Alet-Makine Sorunu | 38 | 17.19 | 22 | 22.00 | 7 | 14.28 | 67 | 18.11 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerin ilaçlamada yaşadıkları en önemli sorun %39.46 ile ilaç fiyatlarının yüksekliği olarak bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.35). Bunu %32.16 ile bilgi yetersizliği takip etmiştir. Bu veri dikkate alınarak bölgede ilaçlamayla ilgili eğitim ve yayım faaliyetlerinin yapılmasının önemini ortaya koyduğu söylenebilir. İlaçlamada karşılaşılan sorunlarda 3.sırada ise %18.11 ile arazi şartlarından dolayı alet-makine kullanımında yaşanan sorun gelmiştir.

Çizelge 5.36.İşletmelerde gübre kullanım durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|----------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Her yıl (yılda 1) | 86 | 38.92 | 7 | 7.00 | 4 | 8.16 | 97 | 26.22 |
| Her yıl (yılda 2) | 60 | 27.15 | 61 | 61.00 | 29 | 59.18 | 150 | 40.54 |
| Her yıl (yılda 3) | 33 | 14.93 | 19 | 19.00 | 13 | 26.53 | 65 | 17.57 |
| 2 yılda bir | 42 | 19.00 | 13 | 13.00 | 3 | 6.13 | 58 | 15.67 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |
| Yıllık ortalama gübreleme sayısı | 1.48 | | 1.93 | | 2.09 | | 1.68 | |

Verimi artırmada en etkili bakım faktörlerinden birisi gübrelemedir. Zeytin bahçelerinde gübreleme, verim ve kaliteyi artırıcı kültürel önlemler içerisinde önemli bir yer tutmuştur. İncelenen işletmelerin gübre kullanım durumları Çizelge 5.36'da

görülebilmektedir. Çizelge 5.36’da işletmelerin %15.67’si 2 yılda bir gübreleme yaparken diğer işletmeler ise her yıl gübreleme yapmıştır. Genel olarak işletmeler her yıl zeytinliklerini gübrelemiştir. İşletmelerin %40.54’ü her yıl yılda 2 defa gübreleme yaparken %26.22’si her yıl yılda 1 defa gübreleme yapmıştır. İşletmeler ortalamasında ise yılda 1.68 defa ilaçlama yapılırken bu oran 3.tabakadan 1.tabakaya doğru azalmıştır.

Çizelge 5.37.Gübrelemede karşılaşılan sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Fiyat yüksekliği | 122 | 55.20 | 51 | 51.00 | 29 | 59.18 | 202 | 54.59 |
| Zamanında Temin Edememe | 11 | 4.98 | 8 | 8.00 | 5 | 10.20 | 24 | 6.49 |
| Bilgi Yetersizliği | 38 | 17.20 | 23 | 23.00 | 9 | 18.38 | 70 | 18.92 |
| Alet-Makine Kullanım Zorluğu | 50 | 22.62 | 18 | 18.00 | 6 | 12.24 | 74 | 20.00 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İşletmelerin gübrelemede en fazla karşılaştığı problem %54.59 ile gübre fiyatlarının yüksekliği bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.37). Bunu %20.00 ile engebeli araziden dolayı alet-makine kullanımının zorluğu takip etmiştir. 1.tabakada alet-makine sorunu 2.sırada gelmekte iken 2. ve 3.tabakalarda 2.sırada bilgi yetersizliği gelmiştir.

Çizelge 5.38.İşletmelerde zeytinliklere bakım yapma (budama) durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Her yıl | 137 | 61.99 | 68 | 68.00 | 43 | 87.76 | 248 | 67.03 |
| 2-3 yılda bir | 84 | 38.01 | 32 | 32.00 | 6 | 12.24 | 122 | 32.97 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Budama, zeytinde kaliteli ürün elde edebilmek amacıyla periyodik olarak yapılan uygulamalardan biridir. İncelenen işletmelerin %67.03’ü her yıl düzenli olarak budama işlemi yapmıştır (bkz. Çizelge 5.38). Budama yapma durumu tabakalarda en yüksek %87.76 ile 3.tabakada bulunmuştur. İşletmelerin %32.97’si ise 2 ya da 3 yılda bir budama yapmıştır. Bu oran en fazla %38.01 ile 1.tabakada yer almıştır.

Çizelge 5.39.İşletmelerde bakım sorunları

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İşçilik Ücreti Yüksekliği | 130 | 58.83 | 54 | 54.00 | 25 | 51.02 | 209 | 56.49 |
| Budamanın Yanlış Uygulanması | 46 | 20.81 | 26 | 26.00 | 13 | 26.53 | 85 | 22.97 |
| Bilgi Yetersizliği | 45 | 20.36 | 17 | 17.00 | 10 | 20.41 | 72 | 19.46 |
| Alet-Makine Sorunu | 0 | 0.00 | 3 | 3.00 | 1 | 2.04 | 4 | 1.08 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerde budama faaliyetini en fazla etkileyen sorun %56.49 ile işçilik ücretlerinin yüksekliği bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.39). Bu oran tabakalarda en fazla %58.83 ile 1.tabakada bulunmuştur. Bunu %22.97 ile budamanın yanlış uygulanması takip etmiştir.

Budama işi yörede budamacı olarak nitelendirilen kişiler tarafından yapılmaktadır. Ancak üreticilerin, bu kişilerin tam olarak konu uzmanı olmaları ile ilgili endişeleri olduğu söylenebilir. Bu nedenle işletmelerin %19.46'sı budama yapanların bilgi eksikliğini budama faaliyetini etkileyen sorun olarak belirtmişlerdir. Bu sonuca bakılarak bölgede budama kurslarının yaygınlaştırılmasının ve sayısının artırılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

Çizelge 5.40.İşletmelerde kullanılan hasat tekniği durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| El ile Toplama | 18 | 8.14 | 4 | 4.00 | 0 | 0.00 | 22 | 5.95 |
| Sırıkla Sıyırma | 130 | 58.82 | 59 | 59.00 | 6 | 12.24 | 195 | 52.70 |
| Makine ile Hasat | 73 | 33.04 | 37 | 37.00 | 43 | 87.76 | 153 | 41.35 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Zeytinde en önemli üretim faaliyeti hasattır. Bölgedeki arazi şartlarının makineli tarıma uygun olmaması hasat esnasında kullanılan işgücünü artırmıştır. Ayrıca tercih edilen hasat tekniği yöntemi ürün verimine ve kalitesine de doğrudan etki etmiştir. Bu nedenle bölge üreticisi için hasat oldukça önemlidir.

Çizelge 5.40'ta incelenen işletmelerin tercih ettiği hasat tekniği oranları görülebilir. İşletmelerin %52.70'i sıırıkla hasadı tercih ederken %41.35'i makineli hasadı tercih

etmiştir. %5.95 oranında işletme ise elle hasadı tercih etmiştir. Tabakalara bakıldığında ise 1. ve 2.tabakadaki işletmeler en fazla sıırıkla sıırıma tercih ederken 3.tabakadaki işletmeler yoğun olarak makine ile hasadı tercih etmiştir.

Zeytinin genetiğinde periyodisite bulunmaktadır. Ancak periyodisitenin verime etki etme oranını büyük oranda uygulanan hasat tekniği belirler. Elle hasat yapılan bahçelerde zaman içinde periyodisiteden dolayı yaşanan ürün kaybının oranı ciddi miktarda azalırken makine ile hasatta bu oran artmış, sıırıkla hasatta ise en fazla olmuştur. Buna hasat sırasında gelecek yılın meyve gözlerine zarar verilmesi neden olur. Bununla beraber hasat yapma zamanının sınırlı oluşu ve işçilik maliyetleri elle hasat yapmayı çoğu işletme için imkansız kılmıştır. Bu nedenle işletmelerin çoğu sıırıkla sıırıarak hasat yaparken ekonomik olarak imkanı olan işletmeler işçilik masraflarından da kaçınmak amacıyla makineli hasada yönelmiştir.

Çizelge 5.41.İşletmelerde dane zeytin taşıma materyali durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Çuval | 180 | 81.45 | 79 | 79.00 | 30 | 61.22 | 289 | 78.11 |
| Kasa | 41 | 18.55 | 21 | 21.00 | 19 | 38.78 | 81 | 21.89 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerde hasat edilen yağlık dane zeytinler çuvalarla veya kasalarla taşınmıştır. Tüm üreticiler aynı dönemde hasat yapmasından dolayı sıkım alanlarında uzun kuyruklar oluşur ve mahsul bekler. Bu da ürünün kalitesinin bozulmasına ve asitlik oranının artmasına neden olur (Şimşek ve Yalçın, 2008). Kasalarla taşınmada ezilme, küflenme, kızıışma gibi durumlar daha az olduğundan dolayı ürün ve kalite kaybı en aza iner. Ancak bu durum kasa alım maliyeti gibi bir yük getirdiğinden işletmecilerin bir kısmı tarafından tercih edilmemiştir. Çizelge 5.41’de üreticilerin ürünlerini taşıırken kullandıkları materyallerle ilgili bilgiler yer almıştır.

Çizelge 5.41’de de görüleceği üzere işletmelerin %78.11’i mahsulünü çuval ile taşımayı tercih etmiştir. %21.89 oranında ise taşımada kasa kullanılmıştır. Tabakalarda ise kasa ile taşıma en fazla %38.78 ile 3.tabakada görülmüştür. İşletme büyüklüğü azaldıkça kasa ile taşıma oranı da düşmüştür. Bu da kasa alımının üreticilere getirdiği maliyetten

dolayı kaynaklandığı söylenebilir. Mahsulde meydana gelen kalite kaybı doğrudan üreticinin gelirine de yansımakta ve üretici mahsulünü daha düşük fiyattan satma durumunda kalabilmiştir. Bu nedenle üreticilerin ürün taşımada kasa kullanımını artırıcı faaliyetlerin olmasının faydalı olacağı söylenebilir.

İzmir ilinde 2014 yılında yapılan araştırmada ise üreticilerin %95.30'u taşımada çuval kullandıkları belirlenmiştir. Araştırma bölgesinin İzmir iline göre daha fazla kasa kullandığı bu verilere göre söylenebilir (Apaydın ve ark., 2014).

Çizelge 5.42.İşletmelerde zeytinyağı taşıma materyali durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Plastik Kap | 210 | 95.02 | 89 | 89.00 | 39 | 79.59 | 338 | 91.35 |
| Krom Saç Tank | 11 | 4.98 | 11 | 11.00 | 10 | 20.41 | 32 | 8.65 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Üreticiler sıkım tesislerindeki veya fabrikalardaki zeytinyağlarını işletmelerine %91.35 oranında plastik kaplarda taşırken %8.65'i zeytinyağını krom saç tanklarda taşımıştır (bkz. Çizelge 5.42). Yine burada da en yüksek oran %20.41 ile 3.tabakada bulunmuştur.

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin yağlık zeytin üretim faaliyetlerine ve yaşadıkları problemlere bakıldığında küçük işletmelerin yağlık zeytin üretiminden yeterince gelir elde edemediklerinden dolayı verime ve üretime etki eden ilaçlama, gübreleme vb. bakım faaliyetlerinden kaçınmayı tercih etmiştir. İşletme arazisinin büyümesine paralel olarak daha büyük işletmelerin optimum bakım faaliyetlerini yapmaya özen göstermişlerdir. Buna göre bölgedeki küçük işletmelere bakım faaliyetleriyle ilgili destekleme yapılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

Büyük işletmelerin ise yine girdi fiyatlarından şikayetçi olmasının yanında bazı konularda yeterli bilgiye sahip teknik eleman veya işgücü bulmakta zorluk çektikleri söylenebilir. Bunun için ise işletmelere ve çalışanlarına bu yönde mesleki eğitimlerin verilmesinin yararlı olacağı söylenebilir.

5.1.10.İncelenen işletmelerde pazarlama

Tarım işletmeleri için pazarlamanın üretim kadar önemli olduğu söylenebilir. İncelenen işletmeler üretilen ürünü hem dane zeytin hem de zeytinyağı olarak pazarlanması yapmıştır. Bu nedenle araştırma bölgesindeki üreticilerin pazarlama yapısı bu özellik dikkate alınarak ayrı ayrı incelenmiştir.

Çizelge 5.43.İşletmelerin yağlık zeytin üretim amacı*

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Öztüketim | 31 | 14.03 | 15 | 15.00 | 0 | 0.00 | 46 | 12.43 |
| Yağlık İç Pazar | 183 | 82.81 | 86 | 86.00 | 49 | 100.00 | 318 | 85.95 |
| Yağlık Dış Pazar | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 3 | 6.12 | 3 | 0.81 |
| Sofralık | 76 | 34.39 | 81 | 81.00 | 42 | 85.71 | 199 | 53.78 |

*Birden fazla işletmeden dolayı toplam işletme sayısını ve oran %100'ü geçmektedir.

Örneğe alınan işletmelerle yapılan anket çalışmasında üreticiler üretim amaçlarıyla ilgili soruya Çizelge 5.43'deki cevapları vermiştir. Buna göre genel ortalamada işletmelerin 318'i yağlık dane zeytini iç pazar için, 199'u sofralık yeşil zeytin için, 46'sı kendi öztüketimi için ve 3'ü de dış pazar yani ihracat için ürettiklerini belirtmişlerdir. Her işletmenin yağlık dane zeytin üretimi için birden çok amacı olmasından dolayı aynı işletme birden fazla amacının olduğunu beyan etmiştir. Kısaca belirtmek gerekirse araştırma bölgesindeki üreticilerin üretimde asıl hedeflerinin zeytinyağı iç pazarı olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.44.İşletmelerde üretilen zeytinyağı çeşidi

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Üretilen Zeytinyağı Cinsi | | | | | | | | |
| Naturel Birinci | 71 | 32.13 | 38 | 38.00 | 23 | 46.94 | 132 | 35.67 |
| Naturel Sızma | 135 | 61.08 | 57 | 57.00 | 25 | 51.02 | 217 | 58.65 |
| Riviera | 15 | 6.79 | 5 | 5.00 | 1 | 2.04 | 21 | 5.68 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Yağlık dane zeytini doğrudan satmak yerine sıkımdan sonra zeytinyağı satışı olarak değerlendiren işletmelerin ürettikleri zeytinyağı çeşidi oranları Çizelge 5.44'de görülebilir. İncelenen işletmelerde üretilen yağlık dane zeytinin %58.65'i naturel sızma

zeytinyağı, %35.67'si naturel birinci zeytinyağı ve %5.68'i riviera zeytinyağı olarak üretilmiştir. Üretilen zeytinyağının çeşidi üreticinin isteğinden çok üretim ve sıkım teknikleriyle de ilgili bir durum olmuştur.

Çizelge 5.45. İşletmelerde ürün değerlendirme durumu

| İşletme Tabakaları | | | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|----------------------|-------|-------------------|----------|-------------------|----------|-------------------|----------|-------------------|----------|
| | | | Ürün Miktarı (kg) | Oran (%) | Ürün Miktarı (kg) | Oran (%) | Ürün Miktarı (kg) | Oran (%) | Ürün Miktarı (kg) | Oran (%) |
| Dane Zeytin | Ailede Tüketilen | Yeşil | 73.16 | 0.94 | 73.09 | 0.26 | 164.98 | 0.19 | 85.30 | 0.36 |
| | | Siyah | 109.75 | 1.42 | 175.43 | 0.63 | 329.95 | 0.37 | 156.66 | 0.66 |
| | Satılan | Siyah | 4 788.74 | 61.78 | 7 173.76 | 25.69 | 11 613.55 | 13.12 | 6 337.17 | 26.52 |
| | Zeytinyağına Ayrılan | | 2 779.65 | 35.86 | 20 502.37 | 73.42 | 76 409.83 | 86.32 | 17 320.60 | 72.46 |
| | TOPLAM | | 7 751.30 | 100.00 | 27 924.65 | 100.00 | 88 518.31 | 100.00 | 23 899.73 | 100.00 |
| Zeytinyağı | Ailede Tüketilen | | 146.00 | 29.18 | 223.00 | 5.18 | 271.00 | 1.48 | 183.36 | 4.71 |
| | Sabuna Ayrılan | | 19.60 | 3.92 | 51.67 | 1.20 | 55.02 | 0.30 | 32.96 | 0.85 |
| | Satılan | | 334.74 | 66.90 | 4 030.83 | 93.62 | 18 012.34 | 98.22 | 3 674.77 | 94.44 |
| | TOPLAM | | 500.34 | 100.00 | 4 305.50 | 100.00 | 18 338.36 | 100.00 | 3 891.09 | 100.00 |
| Sabun | Ailede Tüketilen | | 3.27 | 100.00 | 8.61 | 100.00 | 9.17 | 100.00 | 5.49 | 100.00 |
| Pirina | Satılan | | 1 000.67 | 100.00 | 8 816.02 | 100.00 | 30 945.98 | 100.00 | 7 078.66 | 100.00 |

Çizelge 5.45'te üreticinin ürettiği ürünü değerlendirme durumu ve oranları görülebilir. İşletmeler ortalamasında üretilen dane zeytinin %72.46'sı zeytinyağı yapmak için ayrılırken %26.52'si siyah dane zeytin olarak satılmak için ayrılmıştır. Her ne kadar işletmeler ortalaması oranları bu şekilde ise de tabakalar arası önemli farklılıklar bulunmuştur. 3.tabakada zeytinyağı için ayrılan dane zeytin oranı %86.32 ve 2.tabakada %73.42 iken 1.tabakada bu oran %35.86 olmuştur. 1.tabakadaki işletmeler üretilen dane zeytinin %61.78'ini dane zeytin olarak satış için ayırmıştır. Bunun nedeni bölgedeki küçük üreticilerin nakit olarak büyük işletmelere göre daha sıkışık durumda olmaları nedeniyle bir an önce nakit elde etme ihtiyacından dolayı olduğu söylenebilir. 2. ve 3.tabakadaki işletmeler ise ürünlerini zeytinyağına çevirerek daha fazla gelir elde etmeyi tercih etmiştir.

Aile tüketimi için ise yağlık dane zeytinin %0.66'sı siyah ve %0.36'sı yeşil olarak ayrılmıştır. İşletmeler zeytinyağı olarak değerlendirilen mahsulün %94.44'ünü satarken bunun %4.71'ini aile tüketimine, %0.85'ini ise sabun yapımına ayırmıştır. Elde edilen

sabunun tamamını ise aile tüketiminde kullanmıştır. Ayrıca tüm bu işlemlerden geriye pirina adı verilen atıkların tamamını satarak değerlendirmiştir.

Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan bir araştırmada dane olarak satılan oran %69.05 olarak bulunurken (Seçer ve Emeksiz, 2012) İzmir ilinde 2014 yılında yapılan bir araştırmada %75.5 bulunmuştur (Apaydın ve ark., 2014). Araştırma bölgesindeki üreticilerin Doğu Akdeniz Bölgesindekilere göre daha fazla zeytinyağına mahsül ayırırken İzmir ilindeki üreticilere göre daha az mahsül ayırdıkları söylenebilir.

Çizelge 5.46.İşletmelerde dane zeytin satış alanı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İşletme İçi | 20 | 9.05 | 23 | 23.00 | 19 | 38.78 | 62 | 16.76 |
| İşletme Dışı | 201 | 90.95 | 77 | 77.00 | 30 | 61.22 | 308 | 83.24 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Üretim sezonu sonunda hasat işlemini bitiren üreticiler mahsullerini işletmede veya işletme dışında satmıştır. Araştırma bölgesindeki işletmelerin mahsullerinin satışını gerçekleştirdikleri yer bilgileri Çizelge 5.46'da görülebilir. İncelenen işletmelerin %83.24 gibi bir çoğunluğu mahsulünü işletme dışında satmıştır. Özellikle 1.tabakadaki işletmelerin %90.95'i mahsulünü işletme dışında satmıştır. Bu oran en düşük %61.22 ile 3.tabakada yer almıştır. 3.tabakadaki işletmelerin üretimlerinin fazla olması nedeniyle alıcılar işletmeye gelmeyi de tercih etmiştir.

İşletme içi satışta bir bilirkişi ya da tüccarın kendisi gelerek işletmedeki ağaçların durumuna bakarak o seneki rekolteyi tahmin etmekte ve anlaşılan miktar üzerinden üreticiye ödeme yapılarak ürün dalında satın alınmıştır.

Çizelge 5.47.İşletmelerde zeytinyağı satış alanı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İşletme İçi | 66 | 29.86 | 38 | 38.00 | 22 | 44.90 | 126 | 34.05 |
| İşletme Dışı | 155 | 70.14 | 62 | 62.00 | 27 | 55.10 | 244 | 65.95 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Üreticiler ürettikleri zeytinyağını ise %65.95 oranında işletme dışında satarlarken %34.05'i işletme içinde satış yapmıştır (bkz. Çizelge 5.47).

Çizelge 5.48.İşletmelerde dane zeytin hasat sonrası satış yapma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 179 | 81.00 | 80 | 80.00 | 43 | 87.76 | 302 | 81.62 |
| Hayır | 22 | 9.95 | 9 | 9.00 | 5 | 10.20 | 36 | 9.73 |
| İhtiyaca Göre | 20 | 9.05 | 11 | 11.00 | 1 | 2.04 | 32 | 8.65 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.48'de incelenen işletmelerin hasat sonrası dane zeytin satışı, Çizelge 5.49'da ise hasat sonrası zeytinyağı satışı yapma durumları görülebilir.

Çizelge 5.49.İşletmelerde zeytinyağı üretim sonrası satış yapma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 121 | 54.75 | 51 | 51.00 | 23 | 46.00 | 195 | 52.70 |
| Hayır | 82 | 37.10 | 40 | 40.00 | 20 | 41.00 | 142 | 38.38 |
| İhtiyaca Göre | 18 | 8.15 | 9 | 9.00 | 6 | 13.00 | 33 | 8.92 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İşletmelerin %81.62'si hasat sonrası dane zeytin satışı yapmayı tercih ederken zeytinyağını hasat sonrası satmayı tercih edenlerin oranı %52.70 olmuştur. Üretilen dane zeytinlerin teknik olarak verim ve kalite kaybına uğramaması için en kısa zamanda işlenmeye alınması gerekir. Zeytinyağı ise uygun şartlarda verim ve kalite kaybına uğramadan uzun süre bekletilebilir. Bu nedenle işletmeciler ürettikleri dane zeytini hemen ellerinden çıkarmayı tercih ederken zeytinyağını ise bekletmeyi tercih etmiştir.

Çizelge 5.50.İşletmelerde dane zeytin satışında kabul ettikleri ödeme şekli

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Peşin | 179 | 81.00 | 84 | 84.00 | 43 | 87.76 | 306 | 82.70 |
| Vadeli | 42 | 19.00 | 16 | 16.00 | 6 | 12.24 | 64 | 17.30 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370.00 | 100.00 |

İncelenen işletmeler ürettikleri yağlık dane zeytini satarken %82.70'i peşin satış yapmayı tercih ederken %17.30'u vadeli satış yapmıştır (bkz. Çizelge 5.50). İşletmecilerin %73.78'i ürettikleri zeytinyağını peşin satarken %26.22'si vadeli satış yapmıştır (bkz. Çizelge 5.51).

Çizelge 5.51. İşletmelerde zeytinyağı satışında kabul ettikleri ödeme şekli

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Peşin | 159 | 71.95 | 74 | 74.00 | 40 | 81.63 | 273 | 73.78 |
| Vadeli | 62 | 28.05 | 26 | 26.00 | 9 | 18.37 | 97 | 26.22 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerin %84.32'si dane zeytinde sınıflandırma yapmıştır (bkz. Çizelge 5.52). Sınıflandırma işlemi üreticinin yağlık dane zeytini satış yaptığı alıcıların bulunduğu yerlerde yapılmıştır.

Çizelge 5.52. İşletmelerde dane zeytinde sınıflandırma yapılması durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Sınıflandırma yapıyor | 179 | 81.00 | 89 | 89.00 | 44 | 89.80 | 312 | 84.32 |
| Sınıflandırma yapmıyor | 42 | 19.00 | 11 | 11.00 | 5 | 10.20 | 58 | 15.68 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Dane iriliğine göre ürüne fiyat belirlenerek üreticiye ödenmiştir. Bunun yanı sıra alıcılar tarafından zeytinlere toplama şekli dikkate alınarak dalında ve yere dökülmüş olarak sınıflandırma da yapılmıştır. Ayrıca üreticiler dane zeytini hasat zamanına göre yeşil ya da siyah olarak ta sınıflandırarak satışını gerçekleştirmiştir.

Çizelge 5.53. İşletmelerde zeytinyağında sınıflandırma yapılması durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Sınıflandırma yapıyor | 163 | 73.76 | 84 | 84.00 | 43 | 87.76 | 290 | 78.38 |
| Sınıflandırma yapmıyor | 58 | 26.24 | 16 | 16.00 | 6 | 12.24 | 80 | 21.62 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Zeytinyağında ise işletmelerin %78.38'i sınıflandırma yapmıştır (bkz. Çizelge 5.53). İşletmeler zeytinyağında sınıflandırmayı asitlik derecesine göre yapılmıştır. İşletmelerin %21.62'si ise zeytinyağında sınıflandırma işlemi yapmamıştır. Sınıflandırma oranı en fazla 3.tabakada bulunmuştur.

Çizelge 5.54.İşletmelerde dane zeytin satış yerleri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tüccar | 108 | 48.87 | 48 | 48.00 | 20 | 40.82 | 176 | 47.58 |
| Fabrika | 52 | 23.53 | 22 | 22.00 | 12 | 24.49 | 86 | 23.24 |
| Tüketici | 8 | 3.62 | 6 | 6.00 | 3 | 6.12 | 17 | 4.59 |
| Kooperatif | 53 | 23.98 | 24 | 24.00 | 14 | 28.57 | 91 | 24.59 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.54'de yağlık dane zeytin satış yeri oranları görülebilir. Dane zeytinde bekleme yapılması, ürün kalitesi ve fiyatında düşmelere neden olduğundan dolayı üreticiler tek alıcıya ürünlerini satarak değerlendirmeyi tercih etmiştir. Ürettikleri yağlık dane zeytini üreticilerin %47.58'i tüccara, %4.59'u doğrudan tüketiciye, %23.24'ü fabrikaya, %24.59'u ise kooperatife satmıştır. Bu oranlara bakıldığında dane zeytin piyasasına ağırlıklı olarak tüccarların hakim olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.55.İşletmelerde zeytinyağı satış yerleri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tüketici | 26 | 11.76 | 7 | 7.00 | 1 | 2.04 | 34 | 9.19 |
| Tüccar | 92 | 41.63 | 43 | 43.00 | 15 | 30.62 | 150 | 40.54 |
| Fabrika | 36 | 16.29 | 25 | 25.00 | 17 | 34.69 | 78 | 21.08 |
| Kooperatif | 67 | 30.32 | 25 | 25.00 | 16 | 32.65 | 108 | 29.19 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.55'te üretilen zeytinyağının satış yerleri ve oranları görülebilir. Üretilen zeytinyağları depolarda bekletme yapılarak fiyat uygun seviyelere geldiğinde satışı yapılmıştır. Bu nedenle Çizelge 5.55'te üreticilerin ürettikleri zeytinyağının ne kadarını hangi tüketiciye sattığı bilgisi görülebilir. Üreticiler ürettikleri zeytinyağının %40.54'ünü tüccara satarken %21.08'ini fabrikaya, %9.19'unu doğrudan tüketiciye ve %29.19'unu kooperatif-birliğe satış yapmıştır. Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan

araştırmada üreticilerin zeytinyağının %47.24'ünü tüccara satış yaparken %24.93'ünü tüketiciye ve %23.83'ünü fabrikalara satış yapmıştır (Seçer ve Emeksiz, 2012). Türkiye genelinde yapılan bir araştırmada ise üreticiler zeytinyağının %63.9'unu tüccara satış yaparken %20.3'ünü kooperatif-birliğe ve %15.8'ini doğrudan tüketiciye satış yapmıştır (Anonim, 2016b). Araştırma bölgesindeki üreticiler Doğu Akdeniz Bölgesi'ndekilere göre tüccara daha az satış yaparken kooperatif-birliklere daha fazla satış yapmıştır. Türkiye genelindeki üreticilere göre ise tüccara ve tüketiciye daha az satış yaparken kooperatif-birliklere daha fazla satış yapmıştır.

Çizelge 5.56.İşletmelerde dane zeytinde fiyatı belirleyen faktörler

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Ödeme Zamanı | 9 | 4.08 | 5 | 5.00 | 3 | 6.12 | 17 | 4.59 |
| Ürün Miktarı | 18 | 8.14 | 9 | 9.00 | 5 | 10.20 | 32 | 8.65 |
| Ürün Kalitesi | 194 | 87.78 | 86 | 86.00 | 41 | 83.68 | 321 | 86.76 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerin %86.76'sı dane zeytinde fiyatı belirleyen faktörün ürün kalitesi olduğunu belirtirken %8.65'i ürün miktarını ve %4.59'u ödeme zamanını belirtmiştir (bkz. Çizelge 5.56).

Çizelge 5.57.İşletmelerde zeytinyağında fiyatı belirleyen faktörler

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Ödeme Zamanı | 11 | 4.98 | 4 | 4.00 | 3 | 6.12 | 18 | 4.86 |
| Ürün Miktarı | 31 | 14.02 | 15 | 15.00 | 11 | 22.45 | 57 | 15.41 |
| Ürün Kalitesi | 179 | 81.00 | 81 | 81.00 | 35 | 71.43 | 295 | 79.73 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Yine zeytinyağında da üreticiler %79.73'ü ürün kalitesini fiyatı belirleyen en önemli faktör olarak belirtmişken %15.41'i ürün miktarını ve %4.86'sı ödeme zamanını en önemli faktör olarak belirtmiştir (bkz. Çizelge 5.57). Ürün miktarı ve ödeme zamanını zeytinyağında fiyatı belirleyen faktör olarak gören işletmelerin oranı en fazla 3.tabakada bulunmuştur. Bunun nedeni olarak bu işletmelerin büyük miktarlarda üretim

yapmalarından dolayı üreticileri ürünü pazarlamada ellerinin alıcılara karşı daha güçlü olması olarak açıklanabilir.

Çizelge 5.58.İşletmelerde pazarlamada karşılaşılan en önemli sorun

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Pazarlamada Karşılaşılan Sorunlar | | | | | | | | |
| Fiyatların Düşüklüğü | 108 | 48.87 | 55 | 55.00 | 28 | 57.15 | 191 | 51.63 |
| Depolama Yetersizliği | 13 | 5.88 | 4 | 4.00 | 0 | 0.00 | 17 | 4.59 |
| Taşıma Masrafları Yüksekliği | 27 | 12.22 | 11 | 11.00 | 6 | 12.24 | 44 | 11.89 |
| Aracılarda Fazlalığı | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 |
| Borç Nedeniyle Hemen Satış Zorunluluğu | 73 | 33.03 | 30 | 30.00 | 15 | 30.61 | 118 | 31.89 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Çizelge 5.58’de işletmelerin yağlık dane zeytin ve zeytinyağında pazarlamada karşılaştıkları en önemli soruna ilişkin cevapları görülebilir. Üreticilerin %51.63’ü pazarlamada en önemli sorun olarak ürüne verilen fiyatların düşüklüğünü belirtmiştir. %31.89’u ise borçları nedeniyle mahsulü hemen satma zorunluluğunu belirtmiştir. %11.89’u taşıma masrafları yüksekliğini görürken %4.59’u depolama yetersizliğini en önemli pazarlama sorunu olarak ifade etmiştir. Fazla aracının bulunmasını ise hiçbir işletme en önemli sorun olarak değerlendirmemiştir.

5.1.11.İncelenen işletmelerde üreticilerin yaşadığı sorunlar ve geleceğe bakışları

Çizelge 5.59.Yağlık zeytin üretiminde en önemli sorun

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|---------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Üretimde Karşılaşılan Sorunlar | | | | | | | | |
| Girdi Maliyetlerinin Yüksekliği | 62 | 28.05 | 29 | 29.00 | 16 | 32.65 | 107 | 28.92 |
| Hasat Maliyetinin Yüksek Oluşu | 57 | 25.79 | 28 | 28.00 | 15 | 30.61 | 100 | 27.03 |
| Kalifiye İşçi Bulamama | 33 | 14.93 | 18 | 18.00 | 11 | 22.45 | 62 | 16.76 |
| Sulama Kaynakları Yetersizliği | 31 | 14.04 | 3 | 3.00 | 2 | 4.09 | 36 | 9.73 |
| Desteklerin Az Oluşu | 38 | 17.19 | 22 | 22.00 | 5 | 10.20 | 65 | 17.56 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

İncelenen işletmelerdeki üreticilerin yağlık zeytin üretiminde yaşadıkları en önemli soruna ilişkin cevapları Çizelge 5.59’da görülebilir. Üreticiler yağlık zeytin üretiminde yaşadıkları en önemli sorun olarak %28.92 ile girdi maliyetlerinin yüksekliğini

belirtmiştir. Bunu %27.03 ile hasat maliyetlerinin yüksekliği takip etmiştir. Maliyet ve girdi fiyatları yüksekliği haricinde üreticilerin önemli bulduğu iki sorun %17.56 ile desteklerin az oluşu ve %16.76 ile kalifiye işçi bulunamaması olmuştur. En son sırada ise %9.73 ile sulama kaynaklarının yetersizliği gelmiştir. Üreticiler yağlık zeytin üretimine karşılık devletten fark ödemesi, gübre desteği ve mazot desteği aldıklarını ve üretim maliyetlerine göre bunun çok düşük olduğunu, ayrıca bunların genel destekler olduğunu zeytin üretimini teşvik edici özel desteklerin olmadığını belirtmişlerdir. Araştırma bölgesindeki üreticilerin gördüğü en önemli sorunlar bunlar iken Tekirdağ ili Şarköy ilçesindeki üreticiler en fazla %33.00 ile zeytin sineğini ve %19.00 ile girdi fiyatlarının yüksekliğini belirtmiştir (Başaran, 2011). Hatay ilindeki üreticiler ise en önemli sorun olarak %33.85 ile sulama ve %33.85 ile hasadı belirtmiştir (Özgürsoy, 2006). Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsayan bir araştırmada ise üreticiler en önemli sorun olarak %32.60 ile yeterli gelir elde edememeyi belirtmiştir (Başaran ve Yılmaz, 2016). Bu veriler değerlendirildiğinde her bölgenin kendine göre üretim sorunları olmakla beraber yağlık zeytin üretiminde yaşanan ana sorunun girdi maliyetleri yüksekliği ve dolayısıyla gelir düşüklüğü olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.60. İşletmelerin üretime devam etme durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Devam Etme Durumu | | | | | | | | |
| Evet | 209 | 94.57 | 84 | 84.00 | 42 | 85.71 | 335 | 90.54 |
| Hayır | 12 | 5.43 | 16 | 16.00 | 7 | 14.29 | 35 | 9.46 |
| Toplam | 221 | 100.00 | 100 | 100.00 | 49 | 100.00 | 370 | 100.00 |

Yağlık zeytin üreticileri yaptıkları üretim ve yaşadıkları sorunlarla geleceğe yönelik sektöre bakışları ve üretime devam edip etmeyecekleriyle ilgili görüşleri Çizelge 5.60'da gösterilmiştir. İşletmeler genel ortalamasında üreticilerin %90.54'ü üretime devam edeceklerini ifade etmiştir. Üretime devam etmeyi düşünenlerin oranının en fazla olduğu tabaka %94.57 ile 1.tabaka olmuştur. Bu tabakada gelirlerin düşük olmasına ve üretim yapmada zorlanmalarına rağmen devam etmelerinin sebebi olarak aile mesleği olması, ek gelir imkanı olması, gelir memnuniyeti ve bölgede yaşanan iş bulma zorluğu belirtilmiştir. Devam etmeyi düşünmeyen %5.43 oranında işletme ise gelir memnuniyetsizliği, sektörün geleceğiyle ilgili düşük beklenti ve başka sektörlere geçme

durumunu belirtmiştir. 2.tabakada devam etmeyi düşünenler ise bunun sebebi olarak aile mesleği olması, gelirinin tatmin edici olması ve gayrimenkul olarak zeytinlikleri değerlendirme olarak belirtmişlerdir. Devam etmeyi düşünmeyenlerin oranı bu tabakada %16.00'ya yükselmiştir. Bunun sebebi olarak ise masrafların fazlalığı, sektör değiştirme ve sektörün geleceğine duyulan kaygı olarak belirtmişlerdir. 3.tabakadaki işletmeler ise devam etme sebepleri olarak meslek aşinalığını, devam etmek istemeyenler bunun sebebini ise sektördeki haksız kazanç ve rekabet ortamı ile sektörün geleceğiyle ilgili duydukları kaygı olarak belirtmişlerdir. Diğer tabakalarda bu nedenler belirtilmezken 3.tabakada bu etkenin önemi vurgulanmıştır. İncelenen işletmeler arasında en fazla üretimi yapan bu işletmeler diğer sorunları göz ardı etmelerine rağmen sektördeki haksız rekabeti üretimi bırakma nedeni olarak görmeleri için bu durumdan ciddi manada zarar gördükleri söylenebilir. İncelenen işletmelerle üretime ve kaliteye etki eden faktörler ve sektörde yaşanan sorunlarla ilgili likert tipi anket çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışma sonucu elde edilen bilgiler aşağıdaki çizelgelere çıkarılmıştır.

Çizelge 5.61.Yağlık zeytin üretimi yapmada etkili olan faktörler

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|---|-----|-----|-----|-------|
| Bölgenin iklimi ve toprak yapısı müsait | 3.7 | 3.9 | 4.4 | 3.87 |
| Aile geleneği | 3.9 | 3.6 | 3.7 | 3.79 |
| Sevdiği bir iş olması | 3.5 | 3.9 | 3.6 | 3.60 |
| Bölgede üretimin geçmişi çok uzun yıllara dayanması | 3.4 | 4.0 | 3.6 | 3.59 |
| Bölgenin ana tarımsal üretiminin zeytinyağı olması | 3.5 | 3.7 | 3.6 | 3.58 |
| Üretim tekniğini ve bölgenin zeytinyağı piyasasının bilinmesi | 3.5 | 3.6 | 3.8 | 3.58 |
| Bölgede üreticilerin çoğunun bu işi yapması | 3.6 | 3.5 | 3.3 | 3.52 |
| Bölgedeki başka iş imkânlarının az oluşu | 3.4 | 3.3 | 3.5 | 3.36 |
| Pazarlamasının kolay olması | 3.4 | 3.3 | 2.7 | 3.27 |
| Kendisinin ve yakınlarının ihtiyacını karşılamak | 3.2 | 3.7 | 2.5 | 3.27 |
| Bölgede sektörün piyasası oturmuş olması | 3.1 | 3.2 | 3.6 | 3.22 |
| Karlı bir iş kolu olması | 3.2 | 3.2 | 3.0 | 3.20 |
| Bölgenin zeytinyağı üretimi konusunda tanınmışlığının olması | 3.1 | 2.9 | 3.4 | 3.11 |
| Bölgede yağlık zeytin sanayisi gelişmiş olması | 3.1 | 3.1 | 3.2 | 3.08 |
| Devlet teşviği olması | 2.9 | 2.5 | 2.1 | 2.69 |
| Büyük birliklerin bölgede bulunması | 2.4 | 2.9 | 2.9 | 2.63 |
| Kooperatifleşmenin gelişmiş olması | 2.4 | 2.8 | 2.4 | 2.53 |
| Geleceği parlak bir sektör olması | 2.5 | 2.2 | 2.9 | 2.51 |
| İhracatının kolay olması | 2.6 | 2.1 | 2.3 | 2.44 |
| Üretim maliyetlerinin düşük olması | 2.0 | 1.9 | 2.1 | 1.96 |

Ölçekler: 1.Kesinlikle katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle katılıyorum

Çizelge 5.61’de işletmelerin yağlık zeytin üretimi yapmada etkili olan faktörlerle ilgili görüşlere katılıp katılmama durumları yer almıştır. İşletmeler bölgede yağlık zeytin üretimi yapmaya etki eden faktörlerden sırayla; bölgenin iklim ve coğrafyasının müsait olmasını (3.87), aile geleneği olmasını (3.79), bu işin sevilerek yapılmasını (3.6), yağlık zeytin üretiminin bölgede çok eskiye dayanması nedeniyle sektörün oturmuş olmasını (3.59), bölgenin ana gelir kaynağının bu sektör olmasını (3.58), sektörün ve üretimin bölgede bilinmesini ve uzmanlaşmanın olmasını (3.58) ve bölgede en fazla yapılan tarımsal üretim olmasını (5.2) en önemli faktörler olarak belirtmiştir.

Çizelge 5.62.Yağlık zeytin üretim miktarına ve kalitesine etki eden faktörler

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|---|------|------|------|-------|
| Periyodisite üretimimi olumsuz etkiler | 3.60 | 4.55 | 9.24 | 4.61 |
| Düzenli bakım işleri üretimimi olumlu etkiler | 4.25 | 4.51 | 4.57 | 4.36 |
| Üretimle ilgili eğitim çalışmaları üretimimi olumlu etkiler | 3.91 | 3.89 | 4.00 | 3.92 |
| Coğrafi şartlar üretimimi olumsuz etkiler | 3.63 | 3.97 | 4.63 | 3.85 |
| Tecrübe. üretimi olumlu etkiler | 3.68 | 3.98 | 4.12 | 3.82 |
| Zeytinyağı ithalatından olumsuz etkilenme | 3.48 | 3.83 | 4.35 | 3.69 |
| Daha fazla tarımsal bilgi üretimimi artırır | 3.51 | 3.86 | 4.12 | 3.68 |
| Kalifiye işçi üretimimi olumlu etkiler | 3.17 | 4.10 | 4.59 | 3.61 |
| Toplu ve etkin zirai mücadele üretimimi olumlu etkiler | 3.25 | 4.05 | 4.33 | 3.61 |
| Yoğun işçilik gerektirmesi üretimimi olumsuz etkiler | 3.43 | 3.43 | 4.06 | 3.51 |
| Kasa ile taşımak hasat kayıplarını azaltır | 3.17 | 3.69 | 4.14 | 3.44 |
| Devlet desteği üretimimi artırmama olumlu etki eder | 3.16 | 3.31 | 4.35 | 3.36 |
| Sertifikalı fidan kullanımı üretimi olumlu etkiler | 3.24 | 3.27 | 3.94 | 3.34 |
| Üretim maliyetlerinin düşmesi üretimin artmasına sağlar | 3.33 | 3.00 | 3.29 | 3.24 |
| Makineleşmenin üretime olumlu katkısı vardır | 3.15 | 2.93 | 4.14 | 3.22 |
| Makine ile hasat üretimimi olumlu etkiler | 2.83 | 3.52 | 3.94 | 3.16 |
| Elle hasat üretim için en uygun hasat şeklidir | 3.00 | 3.06 | 2.82 | 2.99 |
| Zeytinyağı fiyatları üretimi etkiler | 2.84 | 2.88 | 2.37 | 2.79 |
| Çuval ile taşımamanın ürüne bir zararı yoktur | 2.75 | 2.59 | 2.47 | 2.67 |
| Bölge için alınan coğrafi işaretin faydasının görülmesi | 2.62 | 2.68 | 2.53 | 2.62 |
| Bölgedeki turizm üretimin azalmasına sebep olur | 2.25 | 2.43 | 2.29 | 2.31 |

Ölçekler: 1.Kesinlikle katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle katılıyorum

Çizelge 5.62’de ise üreticilerin yağlık zeytin üretim miktarına ve kalitesine etki eden üretim teknikleriyle ilgili görüşlere katılıp katılmama durumları görülebilir. Üreticiler

periyodisitenin üretimi olumsuz olarak en fazla etkileyen faktör olduğunu (4.61) ifade etmiştir.

Periyodisiteden sonra ise sırayla düzenli bakım faaliyetlerinin (gübreleme-budama-sulama) üretimi olumlu etkilediği (4.36), üretim teknikleriyle ilgili eğitimlerin üretimi olumlu etkilediği (3.92), coğrafi şartların üretimi olumsuz etkilediği (3.85), üreticinin tecrübesinin üretimi olumlu etkilediği (3.82), zeytinyağı ithalatının üretime olumsuz yönde etkilediğini (3.69), toplu-etkin zirai mücadelenin (3.61) ve kalifiye işçi çalıştırmanın (3.61) üretimi olumlu etkilediği ve yoğun işçilik gerektirmesinin üretimini üretimi olumsuz etkilediği (3.51) görüşlerine katılmıştır.

Ayrıca bölgedeki turizmin üretimi olumsuz etkilediği görüşüne katılmamıştır (2.31). Bölge için alınan coğrafi işaretin faydasının olduğu (2.62), çuval ile mahsulü taşımının zararlı olmadığı (2.67), zeytinyağı fiyatlarının üretimi etkilediği (2.79) ve TARİŞ'in olumlu katkı yaptığı (2.79) görüşlerine katılmamıştır. Tabakalar bazında ise 3.tabakadaki işletmeler makineleşmenin üretime olumlu katkısı olduğunu düşünürken (4.14) 1. ve 2.tabakadaki üreticiler bu konuda kararsız kalmıştır. Kasa ile mahsulü taşıma konusunda da 3.tabakadaki işletmeler üretime olumlu katkısı olduğunu düşünürken (4.14) 1. ve 2.tabakadaki üreticiler bu konuda kararsız kalmıştır. Devlet desteğinin sektöre artmasının üretimi artıracığı görüşüne 3.tabakadaki işletmeler katılırken (4.35) yine 1. ve 2.tabakadaki işletmeler bu konuda da kararsız kalmıştır.

Çizelge 5.63'de ise incelenen işletmelerin zeytin ve zeytinyağı üretiminin sorunlarıyla ilgili görüşlere katılıp katılmama durumları görülebilir. Çizelge 5.63 incelendiğinde işletmelerin en fazla katıldıkları görüş kontrol ve denetimlerin yetersizliği (4.20) olmuştur. Bunu sırasıyla girdi maliyetlerinin yüksekliği (4.17), yağlık zeytin üretim sektörünün tam olarak kayıt altına alınamaması (4.11), TARİŞ'in üreticiyi yeterince desteklememesi (4.15), işçilik maliyetlerinin yüksekliği (4.03), zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması (4.02), taklit-tağşiş (3.96), üreticilerin zeytin dışı tarımsal üretiminin desteklenmemesi (3.58) görüşlerine katılmaları takip etmiştir.

Çizelge 5.63.Yağlık zeytin ve zeytinyağı üreticiliğinin sorunları

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | Genel |
|--|------|------|------|-------|
| Kontrol ve denetimlerin yetersizliği | 4.11 | 4.06 | 4.92 | 4.20 |
| Girdi maliyetlerinin yüksekliği | 4.05 | 4.15 | 4.80 | 4.17 |
| TARİŞ' in üreticiyi yeterince desteklememesi | 4.02 | 4.05 | 4.40 | 4.15 |
| Zeytin ve zeytinyağı üretiminin kayıt altına alınamaması | 3.95 | 4.11 | 4.86 | 4.11 |
| İşçilik maliyetlerinin yüksekliği | 4.00 | 3.76 | 4.73 | 4.03 |
| Zeytinyağına verilen desteğin yetersiz olması | 3.85 | 4.10 | 4.63 | 4.02 |
| Taklit ve tağşiş (zeytinyağına diğer yağların karıştırılması) | 3.65 | 4.25 | 4.80 | 3.96 |
| Kayıtdışılık (Merdiven altı üretim ve izinsiz çalışan firmalar) | 3.62 | 3.65 | 4.80 | 3.78 |
| Üreticinin zeytin dışında tarımsal üretiminin desteklenmemesi | 3.52 | 3.63 | 3.59 | 3.58 |
| Yağlık zeytin arazilerinin engebeli oluşu | 3.32 | 3.85 | 4.18 | 3.58 |
| Bakım işlerinin yeterince yapılmaması | 3.57 | 3.26 | 3.49 | 3.48 |
| Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi | 3.34 | 3.44 | 4.00 | 3.45 |
| Zeytinyağında tüketimin artırılmaması ve yaygınlaştırılmaması | 3.31 | 3.15 | 4.31 | 3.40 |
| Zirai mücadelenin tekniğine uygun ve yeterince yapılmaması | 3.44 | 3.39 | 3.22 | 3.40 |
| Piyasada teknik konularda ehil olmayan kişilerin hakimiyeti | 3.18 | 3.55 | 3.29 | 3.29 |
| Zeytin işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı olması. meyilli arazilerde yer alması nedeniyle mekanizasyon uygulanamaması | 3.17 | 3.14 | 3.71 | 3.24 |
| İç pazardaki aracı hâkimiyeti | 3.26 | 3.14 | 3.14 | 3.21 |
| Kooperatiflerin yeterince etkin çalışmaması | 3.11 | 2.89 | 3.63 | 3.12 |
| Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenen düzeye ulaşamaması | 3.03 | 3.04 | 3.43 | 3.09 |
| İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi | 3.02 | 3.15 | 3.33 | 3.09 |
| Hasatta genellikle sırık kullanılması | 3.07 | 3.01 | 3.16 | 3.07 |
| İç ve dış pazarın taleplerine göre çeşitliliğin ve üretimin olmaması | 2.89 | 3.21 | 3.29 | 3.03 |
| Dış pazar ve ihracat yapma bilgisi eksikliği | 2.99 | 2.98 | 3.18 | 3.01 |
| Karasuyun çözüme kavuşturulamaması | 3.02 | 2.91 | 3.12 | 3.00 |
| Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması | 2.92 | 3.08 | 3.10 | 2.99 |
| İhracata dönük üretimin yapılmaması | 2.90 | 2.99 | 3.37 | 2.98 |
| Yanlış budama tekniklerinden dolayı verim ve kalite düşüşleri | 2.95 | 2.92 | 3.08 | 2.96 |
| Zeytin üreticilerini bilgilendirecek teknik eleman yetersizliği | 2.99 | 2.83 | 2.94 | 2.94 |
| Ürünün genellikle çuvallarla taşınması | 2.94 | 2.88 | 2.90 | 2.92 |
| Üreticilerin kalite konusunda farkındalıklarının olmaması | 2.86 | 2.73 | 3.53 | 2.92 |
| Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği | 2.89 | 2.96 | 2.78 | 2.89 |
| Zeytin bahçesi tesisinde teknik konulara dikkat edilmemesi | 2.79 | 2.95 | 2.69 | 2.82 |
| Uçakla ilaçlamanın faydalı organizmaları da yok etmesi | 2.77 | 2.87 | 2.84 | 2.81 |
| UZZK'nın etkin biçimde çalışmaması | 2.77 | 2.82 | 2.90 | 2.80 |
| Yağlık zeytin işletmelerinin küçük aile tipi işletmelerden oluşması | 2.90 | 2.45 | 3.00 | 2.79 |
| Zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesi | 2.67 | 2.86 | 2.53 | 2.71 |
| Turizm sebebiyle arazilerin değerlenmesi ile üretimden vazgeçilmesi | 2.76 | 2.71 | 2.43 | 2.70 |

Ölçekler: 1.Kesinlikle katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle katılıyorum

Üreticiler turizm ve göç nedeniyle bölgedeki zeytinlik değerlerinin artması nedeniyle üretimden vazgeçildiği (2.70), zeytinlikleri koruma kanununun uygulanmaması nedeniyle zeytinliklerin imara açılması ve arazilerin bölünmesinin üretime olumsuz yansıdığı (2.71), yağlık zeytin işletmelerinin küçük aile tipi işletme yapısında olması nedeniyle üretimin olumsuz etkilendiği (2.79), UZZK'nın etkin çalışmadığı için üretimin olumsuz etkilendiği (2.80), uçakla zirai mücadele nedeniyle faydalı mikroorganizmaların ölmesinden dolayı üretimin ve verimin olumsuz etkilendiği (2.81), zeytin bahçesi tesisinde teknik konulara dikkat edilmemesinin üretime olumsuz yansıdığı (2.82) görüşlerine ise katılmamıştır.

3.tabakadaki işletmeler sektördeki kayıtdışılığın önemli bir sorun olduğu görüşüne katılırken (4.80) 1. ve 2.tabakadaki işletmeler kararsız kalmıştır. Yine 3.tabakadaki işletmeler zeytinyağı tüketiminin artırılıp yaygınlaştırılmamasının (4.31) ve kalite kayıplarının önüne geçilememesinin (4.00) önemli bir sorun olduğu görüşüne katılırken 1. ve 2.tabakadaki işletmeler kararsız kalmıştır.

Üreticilerin sektörde yaşanan sorunlarla ilgili katıldıkları önemli görüşlerden birisi de TARİŞ'in üreticileri yeterince desteklememesi olmuştur. Üreticiler TARİŞ'in daha önceleri sektörde daha belirleyici olduğunu, kriz durumlarında üreticilerin lehine pazara daha fazla müdahalede bulunduğunu, ancak son yıllarda bu konularda yetersiz kaldığını, tüccarların pazarda daha fazla hakim olduğunu ve bu durumu önlemeye ya da azaltmaya yönelik TARİŞ'in girişimlerinin yetersiz kaldığını belirtmişlerdir.

Üreticilerin yaşanan sorunlarla ilgili belirttikleri bir diğer konu ise bölgede daha önceden pamuk ve tütün üretiminin desteklenmesi nedeniyle bu ürünlerinde yetiştirildiğini, zeytin-zeytinyağı pazarında sorun yaşandığı yıllarda pamuk ve tütünden elde edilen gelirin zeytinyağı sektöründe yaşanan kaybı telafi ettiğini, ancak bu ürünlerin üretiminin artık teşvik edilmemesi ve bu ürünlerin yetiştirildiği alanların da zeytinliğe dönüştürülmesi nedeniyle üretiminin yapılmadığını belirtmişlerdir. Bu durumun da üreticiyi sadece zeytin-zeytinyağı sektörüne bağımlı kıldığını, üreticinin tüccara daha fazla muhtaç olduğunu belirtmişlerdir.

5.2.Yağlık Zeytin İşleyen İşletmelere Ait Bulgular

Araştırma bölgesinde yağlık dane zeytin işleyerek zeytinyağı elde etme faaliyetinde bulunan birçok işletme vardır. Bu işletmelerden sadece yağlık dane zeytin sıkım hizmeti sonucu hizmet geliri alan işletmeler olduğu gibi hem sıkım hizmeti verip hem de kendi üretimi ve dışardan aldığı yağlık dane zeytinden zeytinyağı elde ederek kendi markası altında satan işletmelerde bulunmuştur.

5.2.1.İncelenen işletmelerde yöneticiye ait bulgular

Çizelge 5.64.İşletmecilerin işletmedeki konumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İşyeri Sahibi | 45 | 76.28 | 14 | 73.68 | 8 | 66.67 | 6 | 60.00 | 73 | 73.00 |
| Ortak | 5 | 8.47 | 1 | 5.26 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 6 | 6.00 |
| Yönetici | 9 | 15.25 | 4 | 21.06 | 4 | 33.33 | 4 | 40.00 | 21 | 21.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.64’de işletmecilerin işletmedeki konumları görülebilir. İşletmecilerin %73.00’ü işletme sahibi, %6.00’sı ortak ve %21.00’i yönetici konumunda oldukları bulunmuştur. Bu verilere göre işletmelerin büyük çoğunluğunun işletmeyi kendilerinin yönetmeyi tercih ettiği söylenebilir. Yönetici çalıştırma olarak en fazla 3.tabakadaki işletmeler olurken işletme büyüklüğü azaldıkça yönetici çalıştırma oranı da azalmıştır.

Çizelge 5.65.İşletmecilerin yaş durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 20-30 yaş arası | 10 | 16.95 | 1 | 5.26 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 11 | 11.00 |
| 30-40 yaş arası | 11 | 18.64 | 5 | 26.32 | 3 | 25.00 | 1 | 10.00 | 20 | 20.00 |
| 40-50 yaş arası | 24 | 40.68 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 7 | 70.00 | 43 | 43.00 |
| 50-... yaş üstü | 14 | 23.73 | 6 | 31.58 | 4 | 33.33 | 2 | 20.00 | 26 | 26.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.65’de işletmecilerin yaş bilgileri görülebilir. İşletmecilerin yaşının %43.00 ile en fazla 40-50 yaş aralığında olduğu bulunmuştur. Bunu %26.00 ile 50 yaş üstü aralığı

takip etmiştir. 20-30 yaş aralığında ise işletmecilerin %11.00'i bulunmuştur. 100 ton/yıl üstü kapasitesi olan işletmelerde ise 20-30 yaş aralığında işletmeciye rastlanmamıştır.

Türkiye geneli yapılan bir araştırmada işletmecilerin yaş ortalaması 44.8 olarak bulunurken Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde yapılan araştırmada 40 yaş üstü oranı %53.50 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Gaziantep'teki işletmelerde yapılan bir çalışmada ise işletmecilerin %70.00'inin 28-37 yaş arasında olduğu bulunmuştur (Sakar, 2015). Türkiye geneli yapılan başka bir araştırmada ise işletmecilerin yaş ortalaması 49.5 olarak bulunmuştur (Özdoğan, 2018). Araştırma bölgesindeki işletmecilerin 40 yaş üstü oranının %64.41 olarak bulunduğu göz önüne alındığında diğer bölgelere ve Türkiye geneline göre daha yaşlı oldukları söylenebilir.

Çizelge 5.66.İşletmecilerin cinsiyet durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Erkek | 56 | 94.92 | 18 | 94.74 | 12 | 100.00 | 9 | 90.00 | 95 | 95.00 |
| Kadın | 3 | 5.08 | 1 | 5.26 | 0 | 0.00 | 1 | 10.00 | 5 | 5.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.66'da işletmecilerin cinsiyet bilgileri yer almıştır. İşletmecilerin %5.00'i kadınlardan oluşmuştur. 3.tabakada kadın işletmeciye rastlanmazken %5.26 ile en fazla 2.tabakada kadın işletmeciye rastlanmıştır.

Çizelge 5.67.İşletmecilerin eğitim durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İlk-Ortaokul | 15 | 25.42 | 5 | 26.32 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 20 | 20.00 |
| Lise | 20 | 33.90 | 5 | 26.32 | 6 | 50.00 | 2 | 20.00 | 33 | 33.00 |
| Lisans | 24 | 40.68 | 9 | 47.36 | 6 | 50.00 | 8 | 80.00 | 47 | 47.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.67'te ise işletmecilerin eğitim durumu görülebilir. İşletmecilerin %47.00'si lisans mezunu, %33.00'ü lise mezunu ve %20.00'si ise ilk-ortaokul mezunu bulunmuştur. En fazla lisans mezunu işletmeci %80.00 ile 4.tabakada yer alırken lisans mezunlarının oranı işletme büyüklüğü azaldıkça düşmüştür. Hatay ilinde yapılan araştırmada işletmeciler arasında lisans ve lise mezununa hiç rastlanmazken ortaokul

mezunlarının oranı %28.60 olmuştur (Özgürsoy, 2006). Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde yapılan araştırmada ise lisans ve üstü mezunların oranı %19.70 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Türkiye genelinde yapılan araştırmada ise lisans ve üstü mezunlarının oranı %37.00 olarak bulunmuştur (Anonim, 2016b). Gaziantep’te yapılan bir araştırmada ise bu oran %20.00 bulunmuştur (Sakar, 2015). Türkiye’de butik işletmeler özelinde yapılan başka bir araştırmada ise işletmecilerin lisans ve üstü mezun olanların oranı %66.60 olarak bulunmuştur (Özdoğan, 2018). Yapılan bu araştırmalara göre bölgedeki işletmecilerin butik işletmelerle yapılan çalışma hariç Türkiye ortalamasının üstünde eğitim seviyesine sahip olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.68.İşletmecilerin sektörel deneyim durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 1-5 yıl | 12 | 20.34 | 3 | 15.79 | 1 | 8.33 | 0 | 0.00 | 16 | 16.00 |
| 5-10 yıl | 20 | 33.90 | 3 | 15.79 | 2 | 16.67 | 3 | 30.00 | 28 | 28.00 |
| 10-15 yıl | 15 | 25.42 | 6 | 31.58 | 4 | 33.33 | 3 | 30.00 | 28 | 28.00 |
| 15 yıl üstü | 12 | 20.34 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 4 | 40.00 | 28 | 28.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmecilerin yağlık zeytin sektöründeki deneyim ve tecrübeleriyle ilgili bilgiler Çizelge 5.68’de görülebilir. İşletmecilerin sadece %16.00’sının 5 yıl altı tecrübesi olduğu bulunmuştur. Diğer işletmecilerin tamamının 5 yıl üstü tecrübeye sahip olduğu bulunmuştur. 4.tabakadaki işletmelerde 5 yıl altı tecrübe sahibi işletmeci bulunmazken fabrikalarda en fazla 15 yıl üstü deneyime sahip işletmeci bulunmuştur.

Yağhanelerde ise en fazla 5-10 yıl arası tecrübesi olan işletmeci bulunmuştur. Hatay ilinde yapılan araştırmada sektör deneyimi 5 yıl olanların oranı %85.70’si 15 yıl üstü deneyime sahipken (Özgürsoy, 2006) Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde yapılan araştırmada %38.00 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). Araştırma bölgesindeki işletmecilerin diğer bölgelere göre daha genç yaşa sahip oldukları bu verilere göre söylenebilir.

Çizelge 5.69.İşletmecilerin işletmedeki çalışma süresi durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 1-5 yıl | 21 | 35.59 | 4 | 21.05 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 25 | 25.00 |
| 5-10 yıl | 19 | 32.20 | 8 | 42.11 | 4 | 33.33 | 2 | 20.00 | 33 | 33.00 |
| 10-15 yıl | 12 | 20.35 | 5 | 26.32 | 3 | 25.00 | 3 | 30.00 | 23 | 23.00 |
| 15 yıl üstü | 7 | 11.86 | 2 | 10.52 | 5 | 41.67 | 5 | 50.00 | 19 | 19.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.01 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmecilerin işletmedeki çalışma süreleri Çizelge 5.69'da görülebilir. İşletmecilerin %33.00'ü 5-10 yıl arası işletmede çalışırken %25.00'i 1-5 yıl arası ve %23.00'ü 10-15 yıl arası işletmede çalışmıştır. 15 yıl üstü işletmede çalışanların sayısı ise %19.00 olmuştur. 1-5 yıl arası tecrübeye sahip olanların en fazla olduğu tabaka yağhanelerin bulunduğu 1.tabaka iken 15 yıl üstü tecrübeye sahip olanların en fazla olduğu tabaka 4.tabaka olmuştur. Bu durum yağhanelerde işletmecilerin iş veya sektör değiştirmeleri daha fazlayken 4.tabakadaki işletmecilerde bu oranın daha az olduğu söylenebilir.

İşletmecilerin yabancı dil bilgisi ve yurtdışı çıkış tecrübeleri hem yeni teknik ve teknolojilerle tanışmaları hem de farklı ülkelerdeki üretim tekniklerini görerek farklı bakış açıları geliştirmeleri açısından önemlidir. Ayrıca işletmenin ihracat yapma potansiyelini artırdığı söylenebilir. İncelenen işletmelerde işletmecilerin %36.00'sının yabancı dil bilgisi varlığı bulunurken %64.00'ünün yabancı dil bilgisi bulunamamıştır. İşletmecilerin %35.00'inin yurtdışına çıkışı varken %65.00'inin yurtdışı tecrübesi bulunamamıştır. Genelde tüm işyerlerini kapsayan ancak özelde gıda firmalarıyla birebir ilişkili olan hijyen eğitimi tüm çalışanlara verilen en önemli eğitimlerden biridir. Gıda üretim işletmelerinde çalışan personelin gıda güvenliği ile ilgili hijyen eğitimlerini almaları hem mevzuat açısından hem de tüketici sağlığı açısından çok önemlidir. İncelenen işletmelerde işletmecilerin hijyen eğitimi alma durumları Çizelge 5.70'te görülebilir.

Çizelge 5.70.İşletmecilerin hijyen eğitimi alma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 50 | 84.75 | 17 | 89.47 | 9 | 75.00 | 8 | 80.00 | 84 | 84.00 |
| Yok | 9 | 15.25 | 2 | 10.53 | 3 | 25.00 | 2 | 20.00 | 16 | 16.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelgeye bakıldığında işletmecilerin %84.00'ünün hijyen eğitimi almamıştır. Hijyen eğitimi almayanların oranı %10.53 ile en az 2.tabakadaki işletmelerde görülürken en fazla %25.00 ile 3.tabakadaki işletmecilerde bulunmuştur.

Çizelge 5.71.İşletmecilerin zeytinyağı kodeksi bilgisi varlığı

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 48 | 81.36 | 15 | 78.95 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 85 | 85.00 |
| Yok | 11 | 18.64 | 4 | 21.05 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 15 | 15.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşlenmiş gıda ürünlerinde kullanılabilecek izin verilmiş kimyasalları tarif etmek için kullanılan ve Türkiye’de Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından hazırlanan kodekslerle ilgili bilgi sahibi olmak yasalara ve standartlara uygun üretim yapmak ve pazarlama açısından oldukça önemlidir. İncelenen işletmelerde işletmecilerin zeytinyağı kodeksi bilgisi olup olmadığıyla ilgili bilgiler Çizelge 5.71’de görülebilir. İşletmecilerin genel ortalama %85.00’inin, 4. ve 3.tabakadaki işletmecilerin ise tamamının bu konu hakkında bilgisi olduğu bulunmuştur. Türkiye genelinde yapılan araştırmada ise bilgisi olmayanların oranı %6.90 olarak bulunmuştur (Anonim, 2016b). Buna bakıldığında bölgedeki işletmecilerin kodeks bilgisinin Türkiye geneline göre daha az olduğu ve bu yönde bölgede bir çalışma yapılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

5.2.2.İncelenen işletmelerde işletme yapısı durumu

Araştırma bölgesinde yağlık zeytin üretiminin geçmişi çok eskilere dayanır. Bölgede ilk olarak yağhaneler kurulmaya başlamıştır. Bugün araştırma bölgesinde yerleşim yerleri içerisinde kalmış ve çoğu tarihi eser statüsü kazanmış birçok yağhane ve fabrika bulunduğu belirtilebilir. Bununla beraber bölgede yağlık zeytin işleyen işletmeler zaman içinde çoğalmış ve gelişme göstermiştir. Çizelge 5.72’de bölgede incelenen yağlık zeytin işleyen işletmelerin kuruluş tarihleri yer almıştır.

Çizelge 5.72.İşletmelerin kuruluş yılı

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|-------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 2000 yılı öncesi | 21 | 35.59 | 10 | 52.63 | 8 | 66.67 | 6 | 60.00 | 45 | 45.00 |
| 2000-2010 yılları arası | 29 | 49.15 | 7 | 36.84 | 4 | 33.33 | 4 | 40.00 | 44 | 44.00 |
| 2010 yılı sonrası | 9 | 15.26 | 2 | 10.53 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 11 | 11.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Zaman içinde bölgedeki işletmelerin bazıları kapanırken bazıları da gelişen teknolojiye bağlı olarak yenilenmeye gitmiş, kuruluş yeri değişmiş, isim veya el değişikliği olmuştur. Bunun dışında sektörün gelişimine göre yeni işletmelerde kurulmuştur. Bölgede yağlık zeytin işleyen işletmelerin geçmişi 100 yılı aşması nedeniyle 2000 yılı öncesi kurulan işletmelerin tamamı tek bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Ayrıca incelenen işletmelerde resmi kuruluş tarihleri dikkate alınmış ve Çizelge 5.72'deki bilgilere ulaşılmıştır.

İncelenen işletmelerin %11.00'i son 10 yıl içinde kurulmuştur. İşletmelerin %44.00'ünün kuruluşu ise 20 yıla yakın bulunmuştur. Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin %45.00'inin kuruluş tarihi 20 yılın üzerinde bulunmuştur. Halen tarihi binasında faaliyetine devam eden işletmelerde olduğu belirlenmiştir. Yağhanelerin %49.15'inin geçmişinin 20 yıla yakın olduğu bulunmuştur. Özellikle 2000 yılından itibaren yağ sıkım işletmelerinin sayısının bölgede arttığı söylenebilir. Yağlık zeytin işleyen fabrikaların tabakalar ortalamasında görüleceği üzere büyük çoğunluğu 2000 yılı öncesinde kurulmuştur.

Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsayan bir araştırmada 2000 yılı öncesi kurulan işletme oranı %79.70 bulunmuştur (Başaran, 2011). Gaziantep ilinde yapılan bir araştırmada ise faaliyet süresi 20 yılın üzerinde olan işletmelerin oranı %40.00 olarak bulunmuştur (Sakar, 2015). Bu açıdan araştırma bölgesindeki işletmelerin faaliyet yılı olarak Türkiye'nin diğer bölgeleriyle aynı ortalamalarda olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.73.İşletmelerin mülkiyet durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Kira | 19 | 32.20 | 2 | 10.53 | 2 | 16.67 | 1 | 10.00 | 24 | 24.00 |
| Öz mülk | 40 | 67.80 | 17 | 89.47 | 10 | 83.33 | 9 | 90.00 | 76 | 76.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.73'te incelenen işletmelerin mülkiyet durumları görülebilir. İşletmelerin %76.00'sı kendi öz mülklerinde faaliyette bulunmuştur. Kiralık olarak faaliyette bulunan işletmelerin oranı ise %24.00 olmuştur. Tabakalara bakıldığında ise kiralık olarak faaliyette bulunma oranı en fazla %32.20 ile yağhanelerde bulunmuştur.

Çizelge 5.74.İşletmelerin hukuki yapı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Lmt.Şti. | 18 | 30.51 | 6 | 31.58 | 5 | 41.67 | 5 | 50.00 | 34 | 34.00 |
| Anonim Şti. | 0 | 0.00 | 2 | 10.53 | 4 | 33.33 | 5 | 50.00 | 11 | 11.00 |
| Şahıs | 41 | 69.49 | 11 | 57.89 | 3 | 25.00 | 0 | 0.00 | 55 | 55.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Kuruluş geçmişlerinin az olması ve öz mülk oranının azlığı ile birlikte değerlendirildiğinde yağhanelerin fabrikalara göre daha fazla konjonktüre bağlı olarak yapılan girişimler sonucu faaliyete geçtiği söylenebilir. Fabrikaların ise daha uzun vadeli yatırım amacıyla kurulup işletildiği söylenebilir. Araştırma bölgesindeki işletmelerin %55.00'i şahıs işletmesi iken %34.00'ü limited ve %11.00'i de anonim şirket kategorisinde yer almıştır (bkz. Çizelge 5.74). Bölgedeki işletmelerin ağırlıklı olarak şahıs işletmesi olduğu belirlenmiştir.

Gaziantep ilinde yapılan bir araştırmada şahıs işletmelerinin oranı %6.70 bulunurken (Sakar, 2015) Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerinde yapılan araştırmada limited şirketlerin oranı %73.00 olarak bulunmuştur (Başaran, 2011). Bu açıdan bölgedeki işletmelerde genellikle şahıs şirketi olarak kurumsallaşmanın diğer bölgelere göre daha fazla olduğu ve bunun nedeni olarak ta bölgedeki zeytinyağı üretiminin çok eskilere dayanması nedeniyle aile işletmeciliği geleneğinin devam ettirilmesi amacı güdüldüğü olarak açıklanabilir.

Çizelge 5.75.İşletmelerin konumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|---------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Sanayi Bölgesi İçi | 9 | 15.25 | 13 | 68.42 | 8 | 66.67 | 7 | 70.00 | 37 | 37.00 |
| Sanayi Bölgesi Dışı | 50 | 84.75 | 6 | 31.58 | 4 | 33.33 | 3 | 30.00 | 63 | 63.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde zeytinlikler bölgede büyük bir alanı kaplar. Bu yönüyle üretim yerlerine yakınlık yağlık zeytin işleyen işletmeler için hammadde temini ve tercih edilebilirlik açısından önemli olduğu söylenebilir. Çünkü üretici bölgede genel olarak kendine daha yakın işletmeleri tercih etmiştir. Bundan dolayı da sanayi bölgelerinin ve yerleşim yerlerinin çok dışında zeytinlikler içinde birçok işletmeye rastlanmıştır. Çizelge 5.75'te işletmelerin konum bilgileri görülebilir. Bölgedeki işletmelerin %37.00'si sanayi bölgesi içinde yer almaktayken %63.00'ü sanayi bölgesi dışında yer almıştır. Bu veriye bakılarak işletmelerin çoğunlukla sanayi bölgesi dışını tercih ettikleri söylenebilir. Türkiye genelinde yapılan bir araştırmada ise zeytinyağı işletmelerinin sadece %35.60'sının sanayi bölgelerinde olduğu belirlenmiştir (Anonim, 2016b). Araştırma bölgesindeki işletmelerin Türkiye geneliyle örtüşür şekilde sanayi bölgesinde kurulma oranlarının olduğu söylenebilir.

5.2.3.İncelenen işletmelerde üretim tekniği ve kapasite durumu

Çizelge 5.76.İşletmelerin kapasite ve üretim durumu

| | | 1 | 2 | 3 | 4 | Genel |
|----------------------------------|-------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Kapasite | | 2 331.25 | 4 512.41 | 6 512.69 | 8 311.77 | 3 845.49 |
| Kapasite Kullanım Oranı (%) | Var Yılı | 65.30 | 67.66 | 68.92 | 70.84 | 67.76 |
| | Yok Yılı | 40.47 | 39.97 | 40.43 | 46.99 | 41.76 |
| | 2 Yıllık Ortalama | 52.89 | 53.81 | 54.68 | 58.91 | 54.76 |
| Dane Zeytin İşleme (ton/yıl) | Var Yılı | 1 522.22 | 3 053.08 | 4 488.78 | 5 887.69 | 2 605.61 |
| | Yok Yılı | 943.56 | 1 803.46 | 2 632.98 | 3 905.41 | 1 605.85 |
| | 2 Yıllık Ortalama | 1 232.89 | 2 428.27 | 3 560.88 | 4 896.55 | 2 105.73 |
| Elde Edilen Zeytinyağı (ton/yıl) | Var Yılı | 228.33 | 549.55 | 807.98 | 1 118.66 | 447.95 |
| | Yok Yılı | 141.53 | 324.62 | 473.94 | 742.03 | 276.25 |
| | 2 Yıllık Ortalama | 184.93 | 437.09 | 640.96 | 930.34 | 362.10 |
| Pirina Odunu (ton/yıl) | Var Yılı | 380.56 | 763.27 | 1 122.20 | 1 471.92 | 651.40 |
| | Yok Yılı | 235.89 | 450.87 | 658.25 | 976.35 | 401.64 |
| | 2 Yıllık Ortalama | 308.22 | 607.07 | 890.22 | 1 224.14 | 526.52 |

Araştırma bölgesinde ve sektörde genel olarak yaşanan önemli bir sorun da işletmenin kapasitesinin çok altında kullanılmasıdır. Bunun nedeni ise zeytinde oluşan periyodisitenin yıllar arasında üretimi büyük miktarda değiştirmesi ve zeytinyağı fabrikalarının sezonluk üretim yapmaları olarak açıklanabilir. Sektör genelindeki kapasite kullanım oranı %61.76 ile %67.76 arasında değişmiştir (Genç, 2004). Araştırma bölgesindeki işletmelerin kapasite, üretim ve kapasite kullanım durumları Çizelge 5.76'da görülebilir.

1.tabakada yer alan yağhaneler 25-50 ton/gün makine kapasitesi olan işletmelerdir. Fabrikalar ise 50-120 ton/gün arası makine kapasitesine sahiptir. Bölgede ortalama çalışma dönemi Eylül-Aralık ayları olup işletmeden işletmeye geçmekle beraber yıllık 60-75 gün üretim olmuştur. Araştırma bölgesindeki işletmeler var yıllarında %67.76 randımanla çalışırken yok yıllarında bu oran %41.76'ya düşmüştür. Yıllar ortalaması olarak bölgedeki işletmelerin %54.76 olan kapasite kullanım oranı Çizelge 5.76'da görülebilir.

Türkiye genelinde atıl kapasite oranı ise %75.00 civarında olduğu yapılan bir araştırmada tespit edilmiştir (Anonim, 2016b). Bir başka araştırmada ise bu oran yine Türkiye genelinde %79.00 olarak bulunmuştur (Hocaoğlu ve ark, 2017). İzmir ilindeki yağhanelerde yapılan bir araştırmada ise yok yıllarında %14.75 olan kapasite kullanım oranı var yıllarında %68.06 olarak bulunmuştur (Işın ve Koçak, 2003). Doğu Akdeniz Bölgesi'nde yapılan bir araştırmada ise işletmelerin kapasite kullanım oranları %46.97 olarak bulunmuştur (Seçer ve Emeksiz, 2012).

Araştırma bölgesi işletmelerinde Türkiye geneli ve diğer bölgelerin üzerinde kapasite kullanım oranı olduğu söylenebilir. Bununla beraber kullanılmayan atıl kapasite yağlık zeytin işleyen işletmeler ve Türkiye için potansiyel ekonomik kayıp olduğu ve bunun değerlendirilmesiyle ilgili çalışma yapılmasının faydalı olacağı söylenebilir.

İşletmeler ortalamasında yıllık işlenen dane zeytin ortalaması işletme başına var yılında 2 605.61 ton, yok yılında 1 605.85 ton ve yıllık ortalama 2 105.73 ton olduğu bulunmuştur. Elde edilen zeytinyağı miktarı ise var yılında 447.95 ton olurken yok

yılında 276.25 ton ve 2 yıllık ortalama 362.10 ton olmuştur. Hatay ilinde yapılan bir araştırmada ise işletmelerin 347.00 ton/yıl yağlık dane zeytin işledikleri belirlenmiştir (Özgürsoy, 2006). Araştırma bölgesindeki işletmelerin Hatay bölgesindekilere göre daha fazla ürün işledikleri söylenebilir.

Zeytinyağı üretiminde klasik ve modern sistemler kullanılmıştır. Klasik sistemi mengenerler, kuru sistem (süper presler) ve sulu sistem (torbalı, hidrolik presler) olarak gruplandırılabilir (Kayahan ve Tekin, 2006). Modern (kontinü santrifüjlüme) sistemler ise 2 fazlı ve 3 fazlı kontinü, perkolasyon, kombine perkolasyon ve santrifüjleme (sinoleo) sistemi olarak sınıflandırılabilir. 3 fazlı sistemde karasu, yağ ve pirina çıkarken 2 fazlı sistemde zeytinyağı ve yoğun nemli pirina çıkar. Böylece 2 fazlı sistemde pirina ile birlikte karasu da atılarak atık yönetimi masraflarından kaçınılabilir.

Çizelge 5.77.İşletmelerin üretim teknolojisi durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| İki Fazlı Kontinü | 8 | 13.56 | 4 | 21.05 | 5 | 41.67 | 4 | 40.00 | 21 | 21.00 |
| Üç Fazlı Kontinü | 22 | 37.29 | 5 | 26.32 | 3 | 25.00 | 2 | 20.00 | 32 | 32.00 |
| Klasik | 29 | 49.15 | 10 | 52.63 | 4 | 33.33 | 4 | 40.00 | 47 | 47.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.77’de işletmelerde kullanılan üretim teknolojilerinin oranları görülebilir. Araştırma bölgesinde işletmelerin %32.00’si üç fazlı sistemi tercih ederken %21.00’i iki fazlı sistemi ve %47.00’si ise klasik sistemi tercih etmiştir. Gelişen tekniklere rağmen bölgede halen klasik sistemin yoğun olarak kullanıldığı söylenebilir. 3 fazlı sistemi tercih eden işletmelerin oranı 1.tabakadan son tabakaya doğru azalırken 2 fazlı sistemi tercih edenlerin oranı ise artmıştır. Bunun nedeni olarak büyük işletmelerin pirina fabrikalarına yakın olmasından dolayı depolama-taşıma masraflarının fazla olmaması ve bununla beraber karasudan da ilave bir emek sarfetmeden kurtulmuş olmanın avantajını kullanmak olduğu söylenebilir.

Türkiye genelinde ise işletmelerin %55.90’u 3 fazlı sistemi kullanırken Marmara Bölgesi’nde %66.70 ve Gediz Bölgesi’nde %68.60 oranında 3 fazlı sistemi kullanılmıştır (Anonim. 2016b). Türkiye genelinde yapılan bir araştırmada ise 3 faz

kullanıcıların oranı %71.00 olarak bulunmuştur (Hocaoğlu ve ark, 2017). Gaziantep ilinde 2015 yılında yapılan bir araştırmada işletmelerin tamamının 2 fazlı sistemi kullandığı belirlenirken (Sakar, 2015) Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsayan başka bir araştırmada 2 faz sistem kullanan işletmelerin oranı %42.10, 3 faz kullananların oranı %39.50 olarak bulunmuştur (Başaran ve Yılmaz, 2016). İzmir ilinde 2003 yılında yapılan bir araştırmada ise yağhanelerin %60.89’u kontinü, %39.02’sinde ise klasik sistemlerin kullanıldığı belirlenmiştir (Işın ve Koçak, 2003). Bu bilgilere göre araştırma bölgesinde yağhanelerde klasik sistemin diğer bölgelere göre daha fazla kullanıldığı söylenbilir.

Zeytinyağı kalitesine, üretiminde kullanılan üretim sistemi kadar bazı üretim koşulları da etki eder. Üretim sırasında zeytinyağının kalitesine en fazla etki eden şartlar malaksiyon işlemi sırasında oluşur. Malaksiyon kırılıp parçalanan zeytinin hamur haline getirilerek yoğurulması işlemidir. Bu işlem sırasında yağın daha fazla çıkması için zeytin hamuru sıcak su ile ısıtılmakta, hatta bu su bazen hamurun içerisine verilir. Ancak daha fazla yağ elde etmek amacıyla bu sıcaklık 40-45 C’lere kadar çıkarılır. Kalua ve ark. (2006), hamur ısısının belli bir sıcaklığın üzerine çıkmasının elde edilen zeytinyağı kalitesini bozduğunu belirtmiştir (Erinç ve ark., 2018). Bu nedenle sıcaklığın 28-32 C’yi geçmemesi gerekir. Malaksiyon işlemi sırasında kaliteyi etkileyen bir diğer faktör ise taze zeytinyağında fenolik bileşiklerin fazla olması nedeniyle acımsı bir tadın olmasındır.

Tüketiciler tarafından pek tercih edilmemesi nedeniyle zeytinyağının içerisinde bulunan fenolik bileşiklerin uçurularak acımsı tadın giderilmesi amacıyla malaksiyon makinesinin kapakları yoğurma işlemi sırasında açılır. Kapak açıldığında zeytin hamuru hava ile temas ettiğinden dolayısı zeytinyağı kalitesi de düşer. Bu nedenlerle incelenen işletmelere uyguladıkları zeytin hamuru sıcaklığı ve malaksiyon makinesinin kapağının açılmasıyla ilgili sorular yneltiymiş ve elde edilen sonuçlar izelge 5.78 ve izelge 5.79’da gösterilmiştir.

Çizelge 5.78.İşletmelerde uygulanan zeytin hamuru sıcaklığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| max 32 °C | 6 | 10.17 | 8 | 42.11 | 10 | 83.33 | 7 | 70.00 | 31 | 31.00 |
| 32-40 °C | 26 | 44.07 | 7 | 36.84 | 2 | 16.67 | 3 | 30.00 | 38 | 38.00 |
| 40-45 °C | 27 | 45.76 | 4 | 21.05 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 31 | 31.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.78'den işletmelerin %31.00'i zeytin hamuru sıcaklığını 32 °C altında olmasına dikkat etmiş, %31.00'i ise 40-45 °C arası hamur sıcaklığı uygulamıştır. İşletmelerin %23.00'ü ise yoğurma esnasında malaksiyon makinesinin kapağını açarak zeytinyağının acılığını gidermeye çalıştıklarını beyan etmişlerdir (bkz. Çizelge 5.79).

Çizelge 5.79.İşletmelerde malaksiyon makinesinin kapağının açılması durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 18 | 30.51 | 4 | 21.05 | 1 | 8.33 | 0 | 0.00 | 23 | 23.00 |
| Hayır | 41 | 69.49 | 15 | 78.95 | 11 | 91.67 | 10 | 100.00 | 77 | 77.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Dünyada önemli kaliteli zeytinyağı üretim alanlarından biri olan bölgede zeytinyağı üreten işletmelerin bu uygulamalarının kalite ve gelir kaybına neden olduğu söylenebilir. Bu uygulamaların ortadan kaldırılmasına yönelik gerekli eğitim çalışmalarının yapılması, zeytinyağı üretimlerinin denetlenmesi yönünde önlemler alınmasının bölgede üretilen zeytinyağı kalitesine olumlu yansıtacağı söylenebilir.

Çizelge 5.80.İşletmelerin kendi zeytin varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 42 | 71.19 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 83 | 83.00 |
| Yok | 17 | 28.81 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 17 | 17.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmelerin ekonomik durumları etkileyen en önemli etkenlerden birisi de girdi maliyetleridir. Bunların içinde özellikle tarım sektöründe hammadde alımı ciddi miktarlar tutar. İşletmelerin kendi hammaddesini kendisinin üretmesinin, işletme

maliyetlerinin düşürülmesinde önemli faydalar sağladığı söylenebilir. Araştırma bölgesindeki işletmelerin hammadde temini için kendisinin zeytinlik varlığıyla ilgili oranlar Çizelge 5.80’de görülebilir. Çizelge 5.80’e bakıldığında incelenen işletmelerin %83.00’ünün kendi zeytin varlığının olduğu bulunmuştur. Fabrikalarla ilgili yapılan görüşmelerde tamamının kendi zeytinlik varlığı olduğu belirlenirken yağhane işletmelerinin olduğu 1.tabakada ise %71.19’unun zeytinlik varlığı olduğu bulunmuştur. Araştırma bölgesinde üretim, işleme ve aracılık hizmetlerinin iç içe geçtiği söylenebilir. Bir üretici aynı zamanda zeytin sıkım işletmecisi olabildiği gibi bir fabrika işletmecisi hem üretici hem de aracı olabilir. Çizelge 5.80’deki veriler de bu durumu destekler nitelikte bilgiler sunmuştur.

5.2.4.İncelenen işletmelerde personel ve çalışılan üretici sayısı durumu

Çizelge 5.81.İşletmelerin personel durumu

| Sezon Durumu | İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------|--------------------|-------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|
| | | İşçi Sayısı | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans |
| Sezon İçi | 5 | 24 | 40.68 | 6 | 31.58 | 5 | 41.67 | 2 | 20.00 | 37 | 37.00 |
| | 6--15 | 22 | 37.29 | 9 | 47.37 | 4 | 33.33 | 5 | 50.00 | 40 | 40.00 |
| | 16+ | 13 | 22.03 | 4 | 21.05 | 3 | 25.00 | 3 | 30.00 | 23 | 23.00 |
| | Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |
| Sezon Dışı | 2 | 41 | 69.49 | 10 | 52.63 | 3 | 25.00 | 1 | 10.00 | 55 | 55.00 |
| | 3--5 | 16 | 27.12 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 5 | 50.00 | 33 | 33.00 |
| | 6+ | 2 | 3.39 | 2 | 10.53 | 4 | 33.33 | 4 | 40.00 | 12 | 12.00 |
| | Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İncelenen işletmelerde çalışan personel sayısı, bölgedeki istihdam durumunun belirlenmesi yanında işletmelerdeki önemli gider kalemlerinden biri olması açısından da önemlidir. İncelenen işletmelerde çalışan personel sayısı sezona göre değişmiştir. Sezonda çalışılan personel sayısı artarken sezon dışı azalmıştır. İşletmelerin personel durumları Çizelge 5.81’de görülebilir.

Çizelge 5.81 incelendiğinde 6’dan fazla personel çalıştıran işletmelerin oranı sezon içi %63.00 olurken sezon dışında bu oran %12.00’ye düşmüştür. Araştırma bölgesinde bir üretim sezonu ortalama 3-4 ay sürmüştür. Yılın geriye kalan zaman diliminde işletmelerin %55.00’i 2’den az personel çalıştırırken %33.00’ü 3-5 arası ve %12.00’si

6'dan fazla personel çalıştırmıştır. İşletme büyüklüğü arttıkça sezon içi çalıştırılan personel sayısı da buna paralel olarak artmıştır.

Türkiye genelinde yapılan bir araştırmaya göre %33.50'si sezon içi 7'den az personelle çalışırken %31.80'i 8-15 arası personelle çalışmıştır (Anonim, 2016b). Sezon dışı ise %31.80'i 1 personel ile çalışırken %35.30'u 2-5 arası ve %32.90'u 6'dan fazla personel ile çalışılmıştır. Bu oranlarla karşılaştırıldığında araştırma bölgesindeki işletmelerin Türkiye geneline göre daha fazla istihdam oluşturduğu söylenebilir. İşletmeler üreticiden yağlık dane zeytini alarak karşılığında üreticiye ücretini veya zeytinyağı olarak çıkan ürün miktarını vermektedir. İşletmelerin sezonda çalıştığı üretici sayısı, işletmenin bulunduğu konumu, kapasitesi ve ekonomik gücü ile ilgiliyken aynı zamanda bölgenin üretici işletme yapısıyla da doğrudan ilgili olmuştur. Çok parçalı ve küçük üretici işletmelerinin bulunduğu bölgelerde hasat sonrası yağlık zeytin işleyen işletmelerin önlerinde uzun kuyruklar oluşur.

Çizelge 5.82. İşletmelerde üretim sezonunda çalışılan üretici sayısı

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 100'den az | 9 | 15.25 | 3 | 15.79 | 1 | 8.33 | 3 | 30.00 | 16 | 16.00 |
| 100-1.000 arası | 32 | 54.24 | 11 | 57.89 | 8 | 66.67 | 4 | 40.00 | 55 | 55.00 |
| 1.000'den fazla | 18 | 30.51 | 5 | 26.32 | 3 | 25.00 | 3 | 30.00 | 29 | 29.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde daha önce belirtildiği gibi üretici işletmelerin çok parçalı ve küçük işletmeler olduğu söylenebilir. Bu nedenle yağlık zeytin işleyen işletmelerin sezonda çalıştıkları üretici sayısı da fazla olmuştur. İşletmelerin %55.00'i 100-1 000 arası üreticiyle çalışırken %29.00'u 1 000'den fazla üreticiyle çalışmıştır. %16.00'si ise 100'den az üreticiyle çalışmıştır (bkz. Çizelge 5.82). Türkiye geneli yapılan bir araştırmada 100-1.000 arası üreticiyle çalışan işletmelerin oranı %52.90 iken 1 000'den fazla üreticiyle çalışan işletmelerin oranı %38.20 bulunmuştur (Anonim, 2016b). Araştırma bölgesindeki işletmelerin Türkiye ortalamasının biraz üzerinde üreticiyle çalıştığı söylenebilir.

Daha önceden de belirtildiği gibi yağlık zeytin işleyen işletmecilerin yaşadığı sorunlardan biri üretim sonucu oluşan atıkların imha edilmesinde yaşanan sıkıntılar olmuştur. Yağlık dane zeytini işleme sonucu pirina ve karasu adı verilen atıklar meydana çıkar. Pirinanın ekonomik değeri olması nedeniyle elden çıkartmakta herhangi bir olumsuzluk yaşanmazken asıl sorun karasuyun imhasında veya arıtılmasında ortaya çıkar. Zeytin karasuyu, zeytinyağı işletmelerinde zeytini yağa işleme sonrasında açığa çıkan birçok çözünmüş ve askıda madde içeren bir sıvıdır. Zeytin karasuyunun kimyasal bileşimi, zeytin türüne, ağaç varlığına, toplam dane yetiştirme koşullarına, meyvenin olgunluk derecesine ve yağ ekstraksiyon yöntemine göre farklılıklar gösterir.

İşleme yöntemlerinin tümünde zeytinin kendi bünyesinde bulunan suya ilave olarak preslemeden önceki yıkama ve daha sonra hamur halinde iken verilen su nedeniyle sistemden karasu çıkışı olur. Üç fazlı sürekli sistemde bir ton zeytin işlemek için yaklaşık 600-700 litre su kullanıldığından sistemden 1 000-1 200 litre su çıkmakta, iki fazlı sürekli sistemde ise 200-250 litre su kullanıldığından çıkan karasu miktarı daha az olur (Oktav ve Özer, 2002; Uşaklı, 2010).

2 fazlı sistemi kullanan işletmelerin sektörde yeterli seviyede olmaması ve atık arıtma ile imhada yaşanan problemler bölgede çevreyi de olumsuz etkilemiştir. Bölge halkının, üreticilerin ve işletmecilerin çevre hassasiyeti ve saygısı olduğu söylenebilirse de arıtma ve imhanın ekonomik olarak bir yükü olmasından dolayı atıklar işletmeciler tarafından çevreye bırakılmıştır. Ayrıca araştırma bölgesinde karasu arıtmada daha çok bekletme havuzları kullanılmakta, bu havuzlarda bekletilen karasuyun buharlaşarak yok olması beklenmiştir. Yağışların olduğu dönemlerde bu havuzlar taşmış ve çevresini kirletmiştir. Bundan dolayı bu çalışmada bölgedeki havuzlar arıtma sistemi olarak kabul edilmemiştir.

5.2.5.İncelenen işletmelerde marka, arıtma ve kalite sistemi varlığı durumu

Çizelge 5.83.İşletmelerde arıtma sistemi varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 7 | 11.86 | 4 | 21.05 | 4 | 33.33 | 7 | 70.00 | 22 | 22.00 |
| Yok | 52 | 88.14 | 15 | 78.95 | 8 | 66.67 | 3 | 30.00 | 78 | 78.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesindeki işletmelerin arıtma sistemi varlığı Çizelge 5.83’de görülebilir. Çizelgeye bakıldığında incelenen işletmelerin %78.00’inin arıtma sistemi olmadığı bulunmuştur. Bu oran araştırma bölgesinde karasudan kaynaklı ciddi manada bir çevre kirliliği sorunu yaşandığını ve bu sorunun ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar yapılmasının gerekliliğini gösterdiği söylenebilir. Zeytin sıkıldıktan sonra geriye kalan posaya pirina adı verilir. Pirina, zeytinin çekirdeği ve etinden oluşur. 100 kg zeytinden ortalama 15-22 kg zeytinyağı; 35-45 kg pirina; 100 kg pirinadan ortalama 6-7.5 kg pirina yağı, 60-70 kg kuru pirina elde edilir. Pirina yağı sabun yapımında sanayide kullanılır. Yağı alınan zeytin pirina çekirdeği ve et kısmı olarak ikiye ayrılır. Çekirdek kısmı doğrudan kalorifer yakıtı olarak kullanılır. Et kısmı ise sigara kalınlığında 2 cm uzunluğunda pelet yapılır ve bu kısımda çekirdek gibi otomatik yüklemeli kaloriferlerde, mandıralarda ve fırın gibi ısı ihtiyacı olan yerlerde kullanılır.

Çizelge 5.84.İşletmelerde pirina değerlendirme durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Pirina Fabrikasına | 41 | 69.49 | 11 | 57.90 | 9 | 75.00 | 9 | 90.00 | 70 | 70.00 |
| Yakıt Olarak | 10 | 16.95 | 4 | 21.05 | 1 | 8.33 | 0 | 0.00 | 15 | 15.00 |
| Her İkisi | 8 | 13.56 | 4 | 21.05 | 2 | 16.67 | 1 | 10.00 | 15 | 15.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmeler yağlık dane zeytine yapılan işlem sonucu ortaya çıkan pirinayı verilen hizmet ücreti olarak kabul edip üreticiye geri vermedikleri belirlenmiştir. Elde edilen pirinayı yakıt olarak değerlendirmiş veya pirina fabrikalarına satmıştır. Araştırma bölgesinde işletmelerin %70.00’i pirinayı pirina fabrikalarına gönderirken %15.00’i yakıt olarak kullanmış ve %15.00’i de hem yakıt olarak kullanıp hem de fabrikalara göndermiştir.

Doğrudan fabrikaya gönderme oranı %90.00 ile en yüksek 4.tabakada yer alırken yakıt kullanımı olarak en fazla %21.05 ile 2.tabakadaki işletmelerde görülmüştür. (bkz. Çizelge 5.84).

Bir işletmenin marka sahibi olması o işletmeye kendi ürününü pazardaki diğer ürünlerden ayırma imkânı verir. Tüketicilere ise aldıkları üründe her zaman aynı standartları bulabileceklerinden dolayı güven verir. Bunun sonucunda markası olan işletme pazarlama konusunda markası olmayan işletmelerin önüne geçer. Üretilen ürünün pazarlanması için önemli olan marka varlığı durumu araştırma bölgesinde incelenen işletmelerde Çizelge 5.85'deki gibi bulunmuştur.

Çizelge 5.85.İşletmelerde marka varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 34 | 57.63 | 17 | 89.47 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 73 | 73.00 |
| Yok | 25 | 42.37 | 2 | 10.53 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 27 | 27.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde işletmelerin %73.00'ünün markası varken %27.00'sinin markası bulunamamıştır. 3. ve 4.tabakadaki işletmelerin tamamının markası bulunurken marka varlığı en az olan işletmeler ise %57.63 ile 1.tabakada yer almıştır. Bu durum araştırma bölgesinde bulunan yağhanelerin daha çok sıkım hizmeti vermelerinden ve bunun karşılığında aldıkları zeytinyağlarını dökme olarak ellerinden çıkarmalarından dolayı marka ihtiyacı duymamaları olarak açıklanabilir. Türkiye genelindeki işletmelerin %70.70'sinin marka varlığı olduğu bulunmuştur (Anonim, 2016b). Bu açıdan bölgedeki işletmelerin Türkiye geneline göre daha fazla markalaşma faaliyeti içinde olduğu söylenebilir. Kalite yönetim sistemleri tanım olarak; ürünün kalite güvenliğini sağlamak için bir plan doğrultusundaki tüm etkinliklerin sistematik uygulamasıdır. Gıda sanayinde bu sistematik uygulamalar satın alma aşamasından başlayarak üretim, pazarlama, tasarım, kalite kontrol ve satış sonrası hizmetlere kadar tüm süreçleri kapsar. Gıda üretimi yapan işletmeler ön koşul şartlarını yerine getirmeleri sonrasında kalite yönetim sistemleri ile yapılandırıldıkları zaman ürettikleri ürünün arkasında durabilecek şartlara kavuşmuş olurlar. Bu nedenle ticari imajın korunması, yasal sorumluluklarının

yerine getirilmesi ve satışta bir avantaj sağlanması açısından kalite yönetim sistemleri önemlidir.

Çizelge 5.86.İşletmelerde kalite sistemi durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 14 | 23.73 | 10 | 52.63 | 8 | 66.67 | 10 | 100.00 | 42 | 42.00 |
| Yok | 45 | 76.27 | 9 | 47.37 | 4 | 33.33 | 0 | 0.00 | 58 | 58.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.86’da bölgedeki işletmelerin kalite güvenlik sistemi varlığı durumları görülebilir. Bölgedeki işletmelerin %42.00’sinin kalite yönetim sistemi bulunmuş, %58.00’inin bulunmamıştır. 4.tabakadaki işletmelerin tamamının kalite güvenlik sistemi bulunurken işletme büyüklüğü azaldıkça kalite yönetim sistemi olan işletmelerin oranı da düşmüştür. En az kalite yönetim sistemi varlığı olan işletmeler %23.73 ile 1.tabakada bulunan yağhanelerde yer almıştır. Bu oranın yağhanelerde profesyonel ve sistematik üretim yapılmadığını gösterdiği söylenebilir.

5.2.6.İncelenen işletmelerde pazarlama durumu

Tarımsal pazarlama, tarım ürününün üreticiden tüketiciye ulaştırılmasına kadar olan aşamaların tümünü içine alan bir sistem olarak adlandırılabilir. Bu sistem içerisinde toplama, işleme, dağıtım, hasat, dereceleme, paketleme ve depolama gibi birçok işlem bulunur. Bu bölümde yağlık dane zeytin işleyerek zeytinyağı elde eden işletmelerin pazarlama yapısı incelenmiştir. Araştırma bölgesindeki işletmeler zeytinyağı üretimi için üreticiden yağlık dane zeytin aldıkları gibi zeytinyağı da almıştır. Bu nedenle hem yağlık dane zeytin hem de zeytinyağı ayrı ayrı değerlendirilmiştir. İşletmeler üreticiden hammadde temin ettikleri gibi hammaddenin bir kısmını kendi üretiminden de elde etmiştir.

Çizelge 5.87 ve 5.88’de işletmelerin zeytin ve zeytinyağını temin durumları görülebilir. Çizelge 5.87’e bakıldığında işletmelerin %21.00’i hammadde olarak yağlık dane zeytini %25.00 oranında kendi bahçesinden elde etmiştir.

Çizelge 5.87.İşletmelerin yağlık dane zeytin temin yerleri durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tamamı Üreticiden | 45 | 76.27 | 15 | 78.95 | 9 | 75.00 | 10 | 100.00 | 79 | 79.00 |
| %25 Kendi Zeytini | 14 | 23.73 | 4 | 21.05 | 3 | 25.00 | 0 | 0.00 | 21 | 21.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.88’de ise işletmelerin dışarıdan zeytinyağı temini yapma durumları görülebilir.

Çizelge 5.88.İşletmelerin zeytinyağı temin yerleri durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|----------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tamamı Üreticiden | 55 | 93.22 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 55 | 55.00 |
| %25 Kendi Zeytini | 4 | 6.78 | 2 | 10.53 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 10 | 10.00 |
| %50 Kendi Zeytini | 0 | 0.00 | 3 | 15.79 | 3 | 25.00 | 3 | 30.00 | 9 | 9.00 |
| %75 Kendi Zeytini | 0 | 0.00 | 10 | 52.63 | 5 | 41.66 | 5 | 50.00 | 20 | 20.00 |
| Tamamı Kendi Zeytini | 0 | 0.00 | 4 | 21.05 | 2 | 16.67 | 0 | 0.00 | 6 | 6.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

TR22 Bölgesi’nde üretici işletmeler ürettikleri yağlık dane zeytini dane veya zeytinyağı olarak satışını gerçekleştirmiştir. Zeytinyağı pazarlamasında doğrudan tüketiciye ulaşamayan üretici işletmeler ellerindeki zeytinyağını perakende fiyatlarından daha düşük fiyatlara işleyen işletmelere satmıştır. İşleyen işletmeler ise analizler sonucunda üreticilerden aldıkları zeytinyağlarını kendi markaları altında satışını gerçekleştirmiştir. İşletmelerin %55.00’i zeytinyağını tamamen üreticiden temin ederken %6.00’si tamamen kendi zeytinyağını kullanmıştır. İşletmelerin %10’u üreticiden almakla beraber %25.00 oranında, %9.00’u %50.00 oranında ve %20.00’si %75.00 oranında kendi zeytinyağını kullanmıştır. Doğu Akdeniz Bölgesi işletmelerinde ise işletmelerin %14.33’ü tamamen kendi üretimleri olan zeytinyağlarını kullanmıştır (Seçer ve Emeksiz, 2012). Araştırma bölgesindeki işletmelerin Doğu Akdeniz Bölgesi’ndekilere göre daha az kendi zeytinyağlarını kullandıkları söylenebilir. Tamamında üreticinin zeytinyağını kullanan işletmelerin en fazla olduğu oran %93.22 ile 1.tabakadaki yağhaneler olmuştur. Yağhaneler hakyag adı altında üreticiden sıkım karşılığı %7.00 oranında zeytinyağı aldıkları için bu oranın fazla çıktığı söylenebilir.

Fabrikalara bakıldığında ise tamamını üreticiden alan işletme bulunmamıştır. 2., 3. ve 4.tabakadaki işletmelerde en fazla oran %75.00 ile kendi zeytinyağını kullanan işletmelerde bulunmuştur. İşletme dışından temin edilen zeytinyağlarında her zaman istenilen kalite yakalanamayabilir. Bu da işletmenin her zaman aynı standartlarda pazara ürün sunamamasına neden olabilir. Kaliteden ve marka imajından ödün vermek istemeyen bazı işletmeler pazara sunulan ürün miktarından ziyade ürün kalitesine önem vermiştir. Bundan dolayı bu işletmeler dışardan zeytinyağı temini yapmamıştır. Yine her ne kadar diğer işletmeler dışardan alım yapsa da mümkün olduğu kadar kendi zeytinyağlarını kullanma eğiliminde oldukları Çizelge 5.88'e bakılarak söylenebilir.

Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerde üretim dönemi 2017-18 yılları dikkate alınarak değerlendirilmiştir. 2017 yılı içerisinde üretim hazırlığı yapılan yağlık dane zeytin 2017 yılı sonu 2018 yılı başlarında hasadı yapılmıştır. Bu nedenle hammadde fiyatı olarak 2018 yılı baz alınmıştır. 2018 yılı içerisinde yağlık dane zeytinin kilosu üreticiden 3 TL'den satın alınırken zeytinyağının kilosu 11 TL'den alınmıştır.

Araştırma bölgesinde işletmeler üreticiden sıkım hizmeti karşılığında nakit veya bölgede yaygın olarak uygulanan hakyag adı verilen elde edilen zeytinyağının bir kısmının alınması şeklinde olmuştur. Türkiye'de diğer bölgelerde de sıkça rastlanılan bu uygulamanın oranı; bölgelere, ürün miktarına ve kalitesine göre değişebilir. Bununla beraber araştırma bölgesinde ortalama hakyag oranı %7.00 olarak uygulanmıştır. Araştırma bölgesindeki işletmeler yağlık dane zeytin alımında ilk kriter olarak dane iriliğini, 2.sırada ise danelerin diriliği değerlendirmiştir. En son ise dane rengini değerlendirmede kullanmıştır. Bu sıralama incelenen işletmelerin tamamında aynı bulunmuştur. İşletmeciler, işletmeye veya işletmelerin ürün alım noktalarına getirilen yağlık dane zeytinleri sınıflandırma eleklerinde boylarına göre ayırmış ve iriliğine göre ayrılan daneleri daha sonra tartarak değer tespiti yapmıştır.

Yağlık dane zeytinler hasatta dalından toplandığı gibi herhangi bir müdahale olmadan kendi kendine olgunlaşıp düşen danelerde olur. Bunlara bölgede dip zeytini adı verilir. Bu zeytinlerin kalitesi dalından toplanan danelere göre daha düşük olur. Arazide kalan bu zeytinler hasat sonrası yine üreticiler tarafından veya üreticisi tarafından

toplanmayan zeytinler gelir elde etmek isteyen kişilerce toplanarak işletmelere getirilir. Buna bölgede başak toplama adı verilir. İşletmeler başak toplama sonucu elde edilen dip zeytinlerin değer tespitinde herhangi bir sınıflandırma yapmayıp tek bir fiyat üzerinden değerlendirmiştir.

İşletmelerin yağlık dane zeytin değerlendirmesinde kullandığı diğer bir kriter ise dane rengi olmuştur. Tüketici tarafından bilinirliği ve talebi artan soğuk sıkım veya erken hasat zeytinyağı üretimi için yağlık dane zeytinler tam olgunlaşmadan tamamen yeşil renkte toplanarak işletmelere satış için getirilmiş ve değerlendirmesinde çoğunlukla renk kriteri kullanılmıştır.

İşletmelerin zeytinyağı alımında baktığı ilk özellik ise zeytinyağının asitlik derecesi olmuştur. Zeytinyağının satışında da en çok dikkat edilen özellik olan asitlik derecesi incelenen işletmelerde de ilk sırada gelmiştir. Zeytinyağı Türk Gıda Kodeksi'nde de asitlik derecesine göre sınıflandırılır (Türk Gıda Kodeksi, 2017). İşletmeler zeytinyağının değerlendirilmesinde dikkate aldığı 2.kriter ise zeytinyağının tadı olmuştur. Bunun belirlenmesine yönelik değişik kuruluşlarca zeytinyağı tadım kursları düzenlenerek uzman yetiştirilir. Böylece zeytinyağının kalitesinde belli standartlar tespit edilmeye çalışılır. İşletmeler çalışanlarının bu kurslara katılımını sağlayarak zeytinyağının değerlendirilmesinde duyuşal kriterlerle tespiti de kullanmıştır. Son olarak ise zeytinyağının değerlendirilmesinde 3.sırada koku ve 4.sırada renk dikkate alınmıştır. İncelenen işletmeler çoğunlukla hammaddeyi üreticiden aldıklarından dolayı bazı sorunlar yaşamıştır. İşletmelerin yaşadığı bu sorunlar Çizelge 5.89'da görülebilir.

Çizelge 5.89.İşletmelerde hammadde temininde yaşanan sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Hasat Şekli | 12 | 20.34 | 6 | 31.58 | 4 | 33.33 | 2 | 20.00 | 24 | 24.00 |
| Bekletme | 24 | 40.68 | 2 | 10.53 | 1 | 8.33 | 1 | 10.00 | 28 | 28.00 |
| Yetersiz Bakım | 6 | 10.17 | 4 | 21.05 | 2 | 16.67 | 4 | 40.00 | 16 | 16.00 |
| Dip Zeytinlerin Karıştırılması | 17 | 28.81 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 3 | 30.00 | 32 | 32.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesindeki işletmeler hammadde temininde %32.00 ile en fazla dip zeytinlerin dalında hasat edilen zeytinlerle karıştırılarak getirilmesinden dolayı sorun yaşamıştır. 2.sırada ise hasat edilen ürünlerin işleninceye kadar çuval gibi uygunsuz şartlarda bekletme yapılmasından dolayı oluşan kalite kaybı nedeniyle sorun yaşamıştır. 3. ve 4.sırada ise bölgedeki hasat şekli ve yetersiz bakım şartları nedeniyle üründe oluşan kalite kaybından dolayı sorun yaşamıştır. Zeytinyağı alımında yaşanan en büyük ve en önemli sorun işletmeye satış için getirilen zeytinyağlarında taklit ve tağşiş yapılması olmuştur. İşletmeler bundan dolayı gelen zeytinyağlarını analiz etmekte ve bunun sonucuna göre değerlendirme yapmıştır.

Tarım ürünleri piyasalarının en önemli sorunlarından birisi hasat sezonu ile ürün arzında yaşanan artış ve bu dönemde ürün fiyatlarının gerileyerek üreticilerin gelir kaybı yaşamasıdır. Tarım ürünlerinin istenilen pazar fiyatı oluşuncaya veya bulununcaya kadar bekletilebilmesi için depolanması işletmeler için önemli bir konudur. Bu durum zeytinyağı işletmeleri için de geçerlidir.

Çizelge 5.90.İşletmelerde depo varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Depo Varlığı | | | | | | | | | | |
| Var | 55 | 93.22 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 96 | 96.00 |
| Yok | 4 | 6.78 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 4 | 4.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Zeytinyağında özellikle bir sonraki senenin hasadı öncesinde zeytinyağı fiyatları en üst seviyelere gelir. Bu nedenle araştırma bölgesinde işletmelerin çoğunluğunda depo mevcudu bulunmuş ve tesislerin kapladığı alanın çoğunu depo bölümü oluşturmuştur. İncelenen işletmelerin %96.00'sinin depo mevcudu bulunurken %4.00 oranında işletmenin depo mevcudu bulunamamıştır (bkz. Çizelge 5.90). Fabrikaların olduğu 2., 3. ve 4.tabakadaki işletmelerin tamamında depo mevcudu bulunurken yağhanelerin %6.78'inde depo mevcudu bulunamamıştır. Bazı yağhaneler sıkım sonrası hemen yağı üreticiye teslim etmiştir. Sıkım için hakyag olarak alınan yağı ise bekletme yapmadan satmıştır. Bu nedenle depoya ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir.

İşletmelerde depo mevcudu kadar depo kapasitesi de önemli bir konudur. Depo büyüklüğünün işletmenin ihtiyacını karşılayabilmesi gerekir. Yoksa üretilen ürünler uygun olmayan koşullarda bekletilerek üründe kalite kaybına yol açabilir. İncelenen işletmelerin depo kapasiteleri Çizelge 5.91’de görülebilir.

Çizelge 5.91.İşletmelerde depo kapasitesi durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| 40 ton altı | 44 | 74.58 | 13 | 68.42 | 5 | 41.67 | 5 | 50.00 | 67 | 67.00 |
| 41-100 ton arası | 15 | 25.42 | 6 | 31.58 | 4 | 33.33 | 2 | 20.00 | 27 | 27.00 |
| 100 ton üzeri | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 3 | 25.00 | 3 | 30.00 | 6 | 6.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.91 incelendiğinde depo varlığı olan işletmelerin %67.00’sinin 40 ton altı, %27.00’sinin 41-100 ton arası ve %6.00’sinin 100 ton üzeri depolama kapasitesi olduğu bulunmuştur. 100 ton ve üzeri depolama kapasitesine sadece 3. ve 4.tabakada rastlanmıştır. 40 ton altı depo varlığı ise %74.58 ile en az yağhanelerde bulunmuştur. Türkiye genelinde yapılan bir araştırmaya göre işletmelerin %97.60’sının depo varlığı tespit edilirken bu işletmelerin %34.10’i 40 ton altı, %24.70’si 40-100 ton arası ve %41.20’sinin 100 ton üstü depo varlığı olduğu belirlenmiştir (Anonim, 2016b). Türkiye geneline göre araştırma bölgesindeki işletmelerin depolama kapasitesinin düşük olduğu söylenebilir. İşletmelerin zeytinyağında kullandıkları depolama materyali çeşitleri Çizelge 5.92’de görülebilir.

Çizelge 5.92.Zeytinyağı depolama materyali durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Plastik Bidon | 49 | 83.05 | 3 | 15.79 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 52 | 52.00 |
| Krom Tank | 10 | 16.95 | 11 | 57.89 | 4 | 33.33 | 2 | 20.00 | 27 | 27.00 |
| Çelik Tank | 0 | 0.00 | 5 | 26.32 | 6 | 50.00 | 5 | 50.00 | 16 | 16.00 |
| Beton Tank | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 16.67 | 3 | 30.00 | 5 | 5.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmelerin %52.00’si zeytinyağını plastik gıda bidonlarında saklarken %27.00’si krom tankları, %16.00’si çelik tankları, %5.00’i ise beton tankları kullanmıştır. Bu

materyallerden zeytinyağı saklanması için en uygun olanların çelik ve beton tanklar olduğu konu uzmanlarınca belirtilmiştir (Keçeli, 2008). İşletmeler genelinde en fazla plastik bidon kullanılmakla beraber tabakalara bakıldığında plastik bidonların en fazla %83.05 ile yağhanelerde kullanıldığı belirlenmiştir. İşletmelerin büyüklüğü arttıkça çelik ve beton tankların kullanılma oranları da artmıştır. 4.tabakadaki işletmelerde %50.00 oranında çelik tank kullanılırken %30.00 oranında beton tanklar kullanılmıştır. Bu açıdan bölgedeki yağhanelere ve küçük işletmelere çelik ve beton tank kullanmalarına yönelik destek verilmesinin üretilen zeytinyağı kalitesine olumlu yansıtacağı söylenebilir.

Çizelge 5.93.İşletmelerde üretilen zeytinyağı çeşidi durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Naturel Sızma | 47 | 79.66 | 16 | 84.21 | 10 | 83.33 | 8 | 80.00 | 81 | 81.00 |
| Naturel Birinci | 8 | 13.56 | 2 | 10.53 | 2 | 16.67 | 1 | 10.00 | 13 | 13.00 |
| Rafine | 4 | 6.78 | 1 | 5.26 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 5 | 5.00 |
| Riviera | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 10.00 | 1 | 1.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Naturel zeytinyağı hem besin değerleri hem de pazar payı nedeniyle araştırma bölgesindeki işletmeler tarafından da üretim tercihinde ilk sırada gelmiştir. Ancak üretim amacını işletmeye gelen hammaddenin kalitesi etkilemekte ve bu nedenle naturel harici diğer yağlarda işletmeler tarafından üretilmiştir. Çizelge 5.93’de görüleceği üzere işletmelerin ürettiği zeytinyağının %81.00’ini naturel sızma çeşit zeytinyağı oluştururken %13.00’ünü naturel birinci çeşit zeytinyağı, %5.00’ini rafine ve %1.00’ini riviera çeşit zeytinyağı oluşturmuştur. Riviera çeşit zeytinyağı rafine ile naturel zeytinyağının karıştırılmasıyla elde edilir. Yağhanelerde ve küçük işletmelerde naturel sonrası kalan rafine zeytinyağları daha çok bu haliyle büyük işletmelere satılmasından dolayı riviera tipi zeytinyağına rastlanılmadığı söylenebilir. İşletmeler ürettikleri ürünleri doğrudan tüketiciye veya araçlar vasıtasıyla pazara sunar. İşletmelerin ürettikleri zeytinyağını doğrudan tüketiciye ulaştırabilmelerinin pazarlama ve rekabet gücünü artırdığı söylenebilir.

Çizelge 5.94.İşletmelerde zeytinyağı satış yeri durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tüketici | 14 | 23.73 | 7 | 36.84 | 5 | 41.66 | 5 | 50.00 | 31 | 31.00 |
| İhracatçı | 3 | 5.08 | 2 | 10.53 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 9 | 9.00 |
| Perakendeci | 18 | 30.51 | 4 | 21.05 | 2 | 16.67 | 1 | 10.00 | 25 | 25.00 |
| Toptancı | 24 | 40.68 | 6 | 31.58 | 3 | 25.00 | 2 | 20.00 | 35 | 35.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Araştırma bölgesindeki işletmeler ürettikleri zeytinyağının %31.00'ini doğrudan tüketicilere, %35.00'ini toptancılara, %25.00'ini perakendecilere ve %9.00'unu ihracatçılara satmıştır (bkz. Çizelge 5.94).

Küçük işletmelerin ve yağhanelerin doğrudan tüketiciye satışları büyük işletmelere göre daha az olmuştur. Yağhanelerin tüketiciye satışları %23.73 oranındayken 2.tabakadaki işletmelerde bu oran %36.84 bulunmuştur. Yağhanelerin toptancıya satışları %40.68 olarak bulunmuştur. 4.tabakadaki işletmelerin doğrudan tüketiciye satışları %50.00 oranındayken toptancılara satışları %20.00 olmuştur. Bu durumun büyük işletmelerin doğrudan tüketiciye ulaşacak satış ağları kurarak toptancıya olan bağımlılığını minimum seviyelere düşürmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Büyük işletmelerin küçük işletmelere ve yağhanelere göre pazarlama ve rekabet gücünün daha fazla olduğunu Çizelge 5.94'deki bilgilere göre söylemek mümkündür.

Çizelge 5.95.İşletmelerin pazar araştırması yaptırma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 0 | 0.00 | 3 | 15.79 | 5 | 41.67 | 5 | 50.00 | 13 | 13.00 |
| Hayır | 59 | 100.00 | 16 | 84.21 | 7 | 58.33 | 5 | 50.00 | 87 | 87.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İncelenen işletmelerin ürettikleri zeytinyağının satışıyla ilgili pazar araştırması yaptırma durumu Çizelge 5.95'te görülebilir. İşletmelerin %13.00'ü pazar araştırması yaptırırken %87.00'si pazar araştırması yaptırmamıştır. Yağhanelerde pazar araştırması yaptıran işletmeye rastlanmazken işletme büyüklüğü arttıkça pazar araştırması yapan işletme oranı da artmıştır.

Çizelge 5.96.İşletmelerin satış fiyatı belirleme kriterleri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Maliyet | 19 | 32.20 | 6 | 31.58 | 3 | 25.00 | 2 | 20.00 | 30 | 30.00 |
| Rekabet | 0 | 0.00 | 3 | 15.79 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 7 | 7.00 |
| Piyasa Fiyatı | 40 | 67.80 | 10 | 52.63 | 5 | 41.66 | 2 | 20.00 | 57 | 57.00 |
| Prestij | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 16.67 | 4 | 40.00 | 6 | 6.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmeler ürettikleri zeytinyağının pazara sunacakları fiyatını belirlemede değişik faktörlere göre karar vermiştir. Bazen piyasa fiyatı ürünün fiyatını belirlemede etkili olurken bazen işletmenin marka imajı gibi nedenler etkili olmuştur. İncelenen işletmelerin fiyat politikalarını etkileyen etkenler Çizelge 5.96’da gösterilmiştir.

İncelenen işletmelerin %57.00’si ürün fiyatını piyasa fiyatına göre belirlerken %30.00’u üretim maliyetini dikkate almış, %7.00’si pazardaki rekabet ortamına göre fiyatı belirlemiş ve %6.00’si işletmenin marka imajını dikkate alarak fiyat belirlemiştir. Piyasa fiyatı ve maliyet işletme büyüklüğü arttıkça azalırken rekabet ve prestije göre ürün fiyatı belirleme oranı işletme büyüklüğüyle beraber artmıştır.

Çizelge 5.97.İşletmelerin bölge dışına yapılan zeytinyağı satış durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Zeytinyağı Satış Oranı | | | | | | | | | | |
| 0% | 18 | 30.51 | 2 | 10.53 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 20 | 20.00 |
| 25% | 19 | 32.20 | 6 | 31.57 | 1 | 8.33 | 0 | 0.00 | 26 | 26.00 |
| 50% | 8 | 13.57 | 5 | 26.32 | 4 | 33.34 | 4 | 40.00 | 21 | 21.00 |
| 75% | 7 | 11.86 | 3 | 15.79 | 6 | 50.00 | 4 | 40.00 | 20 | 20.00 |
| 100% | 7 | 11.86 | 3 | 15.79 | 1 | 8.33 | 2 | 20.00 | 13 | 13.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Tarım işletmeleri için önemli konulardan birinin kendi buldukları bölge dışına satış yapabilme becerileri olduğu söylenebilir. Bu becerinin işletmelerin pazarlama gücünün değerlendirilmesi açısından da önemli olduğu söylenebilir. Üretilen ürünlerin üretildiği bölgede fiyatları üretim fazlalığından dolayı düşük olurken üretim bölgesinden uzaklaştıkça ürün fiyatları da artabilir. Ayrıca bölge dışına satış yapabilen işletmelerin pazarda zaman zaman meydana gelen fiyat dalgalanmalarından daha az etkilendikleri

söylenbilir. İncelenen işletmelerin kendi bölgeleri dışına satış yapma oranları Çizelge 5.97’de gösterilmiştir. Çizelge 5.97 incelendiğinde işletmelerin %20.00’sinin kendi bölgesi dışına satışı olmamışken üretilen zeytinyağının tamamını bölge dışına satanların oranı %13.00 olmuştur. Ürününün tamamını kendi bölgesi dışına en fazla satan işletme oranı 4.tabakada bulunmuştur.

Çizelge 5.98.İşletmelerin pazarlamada yaşadıkları en önemli sorun

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|---|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Zeytinyağı Fiyatı Düşüklüğü | 30 | 50.85 | 5 | 26.31 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 39 | 39.00 |
| Maliyet Yükseliği Nedeniyle Rekabet Edememe | 11 | 18.65 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 3 | 30.00 | 26 | 26.00 |
| Taklit-Tağşiş | 9 | 15.25 | 5 | 26.32 | 4 | 33.33 | 3 | 30.00 | 21 | 21.00 |
| Zeytinyağının Yeterince Tanıtılmaması | 9 | 15.25 | 2 | 10.53 | 1 | 8.33 | 1 | 10.00 | 13 | 13.00 |
| Zeytinyağı Kullanma Kültürü Azlığı | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 10.00 | 1 | 1.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Zeytinyağı üreten işletmeler ürettikleri ürünü pazarlama sırasında bazı sorunlar yaşamıştır. İşletmelerin yaşadıkları sorunlar Çizelge 5.98’de gösterilmiştir. Araştırma bölgesindeki işletmeler en fazla %39.00 ile zeytinyağının pazar fiyatı düşüklüğünden dolayı sorun yaşarken işletmelerin %26.00’sı üretim maliyetleri yüksekliği nedeniyle rekabe gücünün zayıf olmasından sorun yaşamıştır. İşletmelerin %21.00’i taklit-tağşiş sonucu pazardaki kalitesiz zeytinyağından sorun yaşadığını belirtirken işletmelerin %13.00’ü zeytinyağının yeterince tanıtılmamasının en önemli sorun olduğunu belirtmiştir.

İşletmelerin yaşadıkları sorunlar tabakalar arasında da farklılıklar göstermiştir. Yağhaneler için en önemli sorun %50.85 ile fiyat düşüklüğü bulunurken 2. ve 3.tabakada maliyet yüksekliği, 4.tabakada ise maliyet yüksekliği ve taklit-tağşiş en önemli sorun olarak bulunmuştur.

5.2.7.İncelenen işletmelerde ihracat durumu

İşletmeler satışını ve karını artırmak, iç pazara bağımlılığını azaltmak, pazardaki fiyat dalgalanmalarının etkisini azaltmak ve rekabet gücünü artırmak gibi nedenlerle ihracata

yönelir. Türkiye dünyada önemli zeytinyağı üreticilerinden biriyken bunu yeterince ihracata yansıtamadığı söylenebilir. Bu açıdan işletmelerin ihracat yapısının incelenerek eksikliklerin ortaya konulmasının zeytinyağı ihracatının gelişmesine de katkı sunacağı söylenebilir.

Çizelge 5.99.İşletmelerin ihracat yapma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yapıyor | 9 | 15.25 | 4 | 21.05 | 3 | 25.00 | 4 | 40.00 | 20 | 20.00 |
| Yapmıyor | 46 | 77.97 | 14 | 73.69 | 7 | 58.33 | 4 | 40.00 | 71 | 71.00 |
| Bırakmış | 4 | 6.78 | 1 | 5.26 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 9 | 9.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Bu bölümde zeytinyağı üreten işletmelerin ihracat yapma durumları incelenmiştir. Çizelge 5.99’da incelenen işletmelerin ihracat yapma durumları görülebilir. Çizelge 5.99’a bakıldığında işletmelerin %20.00’sinin ihracat yaptığı, %71.00’inin yapmadığı ve %9.00’unun ise daha önce ihracat yaparken bıraktığı bulunmuştur.

Gaziantep ilinde yapılan araştırmada ihracat yapan işletmeye rastlanmazken (Sakar, 2015) Doğu Akdeniz Bölgesi’nde yapılan araştırmada işletmelerin %31.65’inin ihracat yaptığı belirlenmiştir (Seçer ve Emeksiz, 2012). Araştırma bölgesinde yağhanelerde ihracat yapma oranının düşüklüğü bölgenin genelinin de ihracat yapma oranlarını düşürdüğü söylenebilir.

Çizelge 5.100.İhracat yapmayan işletmelerin ihracat yapmama nedenleri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|---|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Gerekli Organizasyona Sahip Olmama | 16 | 34.78 | 3 | 21.43 | 1 | 14.29 | 0 | 0.00 | 20 | 28.16 |
| İhracat Yapabilecek Miktar, Kalite ve Fiyatta Ürün Üretmemeye/Tedarik Edememe | 6 | 13.04 | 4 | 28.57 | 2 | 28.57 | 1 | 25.00 | 13 | 18.31 |
| Teknik İmkanların Yetersizliği | 7 | 15.22 | 2 | 14.29 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 9 | 12.68 |
| Dış Piyasalar ve İhracat Konusunda Bilgi Sahibi Olmama | 11 | 23.91 | 3 | 21.43 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 14 | 19.72 |
| Maliyet Yüksekliği Nedeniyle Rekabet Gücünün Düşüklüğü | 4 | 8.70 | 1 | 7.14 | 4 | 57.14 | 3 | 75.00 | 12 | 16.90 |
| Satış Bağlantısı Kuramama | 2 | 4.35 | 1 | 7.14 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 3 | 4.23 |
| Toplam | 46 | 100.00 | 14 | 100.00 | 7 | 100.00 | 4 | 100.00 | 71 | 100.00 |

İhracat yapmayanların ihracat yapmama nedenleri Çizelge 5.100’de gösterilmiştir. Çizelgeye bakıldığında ihracat yapmayanların ihracat yapmama nedenlerinin başında %28.16 ile gerekli organizasyona sahip olmama gelmiştir. Bunu %19.72 ile dış piyasalar ve ihracat konusunda bilgi sahibi olunmaması takip etmiştir. İhracat yapmayan işletmelerin %18.31’i ihracat yapabilecek kalitede ve miktarda ürün tedarik edemediğinden ihracat yapmazken %16.90’u ise maliyet yüksekliği nedeniyle rekabet gücünün az olmasından dolayı ihracat yapmamıştır.

Tabakalar incelendiğinde ise ihracat yapmama nedenlerinde farklılıklar olduğu bulunmuştur. Yağhane işletmelerinde ihracat yapılmamasının en önemli nedeni %34.78 ile gerekli organizasyona sahip olmama gelirken 2.tabakada %28.57 ihracat yapabilecek miktar, kalite ve fiyatta ürün üretmemeye/tedarik edememe gelmiştir. 3.tabakada en önemli neden %57.14 ile 4.tabakada %75.00 ile maliyet yüksekliğinden dolayı rekabet gücünün düşük olması gelmiştir.

Pazarda büyük işletmeler sınıfında yer alan 3. ve 4.tabakadaki işletmelerin ihracat yapmama nedenlerinin Türkiye zeytinyağı ihracatı seviyesinin artırılmasına ışık tuttuğu söylenebilir. Bu işletmelere ihracata teşvik edici destek verilmesi veya şartlarının düzelmesine yardımcı olunmasının Türkiye’nin zeytinyağı ihracatına olumlu yansıtacağı söylenebilir.

Çizelge 5.101.İhracatı bırakan işletmelerin bırakma nedenleri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|------------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Bürokratik Engeller | 1 | 25.00 | 1 | 100.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 22.22 |
| Rekabet Gücünün Zayıf Olması | 2 | 50.00 | 0 | 0.00 | 1 | 50.00 | 1 | 50.00 | 4 | 44.45 |
| Teşvik ve Desteklerin Yetersizliği | 1 | 25.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 11.11 |
| AB Kotaları | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 50.00 | 1 | 50.00 | 2 | 22.22 |
| Toplam | 4 | 100.00 | 1 | 100.00 | 2 | 100.00 | 2 | 100.00 | 9 | 100.00 |

Çizelge 5.101’de ihracat yaparken bırakan işletmelerin bırakma nedenleri görülebilir. İhracat yapıyorken bırakan işletmelerin bırakma nedeni olarak ilk sırada %44.45 ile rekabet gücünün zayıf olması bulunmuştur. Bunu %22.22 ile AB kotaları ve bürokratik engeller takip etmiştir. Halihazırda ihracat yapan işletmelerin veya yeni ihracat

yapmaya başlayacak işletmelere ihracatı devam ettirebilmelerinin sağlanması için ihracattan vazgeçme nedenlerinin dikkate alınmasının ve bu yönde desteklenmelerinin önemli olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.102.İhracat yapmayan işletmelerin uygun şartlarda yapma istekleri durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 21 | 45.65 | 9 | 64.29 | 5 | 71.43 | 3 | 75.00 | 38 | 53.52 |
| Hayır | 25 | 54.35 | 5 | 35.71 | 2 | 28.57 | 1 | 25.00 | 33 | 46.48 |
| Toplam | 46 | 100.00 | 14 | 100.00 | 7 | 100.00 | 4 | 100.00 | 71 | 100.00 |

Şartlar uygun olsa ihracat yapıp yapmayacaklarıyla ilgili soruya işletmecilerin verdiği cevaplar ise Çizelge 5.102’de görülebilir. Çizelge 5.102 incelendiğinde ihracat yapmayan işletmelerden şartlar uygun olduğunda ihracat yapmayı düşünenlerin oranı %53.52 iken düşünmeyenlerin oranı %46.48 bulunmuştur. Buna göre işletmelerin yarısından fazlası şartlar uygun olduğunda ihracat yapmayı düşündüğü söylenebilir.

Çizelge 5.103.İhracat yapan işletmelerin ihracata başlama şekli

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Kendi Çabasıyla Pazar Bularak | 2 | 22.22 | 0 | 0.00 | 2 | 66.67 | 3 | 75.00 | 7 | 35.00 |
| Yurtdışı Firmalarından Gelen Talep Üzerine | 7 | 77.78 | 4 | 100.00 | 1 | 33.33 | 1 | 25.00 | 13 | 65.00 |
| Toplam | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 3 | 100.00 | 4 | 100.00 | 20 | 100.00 |

İhracat yapan işletmelerin ihracata başlama şekilleri Çizelge 5.103’te görülebilir. Bu işletmelerin %35.00’i kendi çabasıyla pazar bularak ihracata başlarken %65.00’i yurtdışından gelen talep üzerine ihracata başlamıştır. Kendi çabasıyla ihracata başlayan işletmelerin oranı 3.tabakada %66.67 iken 4.tabakada %75.00 bulunmuştur. Bu durum büyük işletmelerin ihracat yapmaya istekli olduklarını gösterdiği söylenebilir.

Çizelge 5.104.İhracat yapan işletmelerin ihracat yapma şekli

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Doğrudan | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 66.67 | 3 | 75.00 | 5 | 25.00 |
| Dolaylı | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 1 | 33.33 | 1 | 25.00 | 15 | 75.00 |
| Toplam | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 3 | 100.00 | 4 | 100.00 | 20 | 100.00 |

Zeytinyağı ihracatı doğrudan işletmenin kendi tarafından yapılabildiği gibi başka bir firma aracılığıyla da yapılabilir. Araştırma bölgesinde ihracat yapan firmaların ihracat yapma yöntemleri Çizelge 5.104'te gösterilmiştir. İşletmelerin %25.00'i doğrudan kendileri ihracat yaparken %75.00'i başka firmalar aracılığıyla ihracat yapmıştır. 1. ve 2.tabakadaki işletmelerin tamamı dolaylı olarak ihracat yaparken 3.tabakadaki işletmelerin %66.67'si ve 4.tabakadaki işletmelerin %75.00'i doğrudan kendisi ihracat yapmıştır. İşletme büyüklüğü arttıkça herhangi bir aracı olmadan doğrudan kendisi ihracat yapan işletmelerin oranı da artmıştır.

Çizelge 5.105.İhracat yapan işletmelerin ihracat yapma sıklığı

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Düzenli | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 66.67 | 3 | 75.00 | 5 | 25.00 |
| Talep Halinde | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 1 | 33.33 | 1 | 25.00 | 15 | 75.00 |
| Toplam | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 3 | 100.00 | 4 | 100.00 | 20 | 100.00 |

İhracat yapan işletmeler belli bir plan dahilinde düzenli ihracat yapabildikleri gibi dış pazardan gelen talebe göre de ihracat yapabilir. İhracat yapan işletmelerin %25.00'i düzenli ihracat yaparken %75.00'i yurtdışından gelen talebe göre ihracat yapmıştır (bkz. Çizelge 5.105). 1. ve 2.tabakadaki işletmelerin tamamı talep gelmesi halinde ihracat yaparken 3.tabakadaki işletmelerin %66.67'si ve 4.tabakadaki işletmelerin %75.00'i düzenli aralıklarla ihracat yapmıştır.

Çizelge 5.106.İhracat yapan işletmelerin ürün satış şekli

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Tamamı Dökme | 9 | 100.00 | 3 | 75.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 12 | 60.00 |
| %80 Dökme, Kalanı Paletli | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 |
| %50-80 Dökme, Kalanı Paletli | 0 | 0.00 | 1 | 25.00 | 2 | 66.67 | 0 | 0.00 | 3 | 15.00 |
| %10-50 Dökme, Kalanı Paletli | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 25.00 | 1 | 5.00 |
| Tamamı Ambalajlı | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 1 | 33.33 | 3 | 75.00 | 4 | 20.00 |
| Toplam | 9 | 100.00 | 4 | 100.00 | 3 | 100.00 | 4 | 100.00 | 20 | 100.00 |

Zeytinyağı gerek yurt içine gerekse yurtdışına dökme veya ambalajlı olarak arzı yapılır. Yapılan bu arz çeşidine göre de ürünün fiyatı değişiklik gösterir. Ambalajlı ürünler daha yüksek fiyattan alıcı bulurken dökme ürünlerin daha düşük fiyatlara satışı olur.

Çizelge 5.106’da ihracat yapan firmaların ürünlerini satış şekilleri oranları verilmiştir. Çizelgeye bakıldığında işletmelerin %60.00’inin tamamı dökme şeklinde ve %20.00’sinin tamamı ambalajlı şekilde ihracat yapmıştır. Tabakalarda ise 1.tabakadaki yağhanelerin üretilen zeytinyağının tamamını dökme sattığı görülürken 3.tabakadaki işletmelerin ürünün %33.33’ünü ve 4.tabakadaki işletmelerin %75.00’ini tamamen ambalajlı şekilde ihracat yaptığı bulunmuştur. Küreselleşmeyle beraber her sektörde olduğu gibi zeytinyağı sektöründe de rekabet artmıştır. Uluslararası alanda rekabet edebilmenin gereklerinden biri de bilinirlik ve diğer markalardan kalite olarak ayrılmaktır. Sektördeki bu ihtiyacın karşılanmasına yönelik uluslararası alanda birçok yarışma düzenlenir. Türkiye’den de birçok firma zaman zaman bu yarışmalarda ödül almıştır. Alınan bu ödüller Türkiye’de üretilen zeytinyağlarının dünyadaki pazar payının ve işletmelerin rekabet gücünün artmasına katkı sunmuştur. Bu nedenle Çizelge 5.107’de işletmelerin uluslararası ödül varlığı incelenmiştir.

Çizelge 5.107.İşletmelerin uluslararası ödül varlığı durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Var | 0 | 0.00 | 4 | 21.05 | 5 | 41.67 | 8 | 80.00 | 17 | 17.00 |
| Yok | 59 | 100.00 | 15 | 78.95 | 7 | 58.33 | 2 | 20.00 | 83 | 83.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Çizelge 5.107’de görüleceği üzere işletmelerin %17.00’sinin uluslararası ödülü varken %83.00’ünün ödülü olmadığı bulunmuştur. Dünyanın en iyi yağlarının belirlendiği EVOOWR (Extra Virgin Olive Oils World Ranking) zeytinyağı yarışmaları kaliteli üretimi teşvik etmek ve kaliteli zeytinyağını tüketicilere tanıtmak için oluşturulmuştur. Dünyada bu alanda düzenlenen birçok yarışma vardır. Ancak en ünlü ve önemli olan 28 yarışma EWOOWR’da listelenmiştir. EVOOWR dünyanın en iyi zeytin çeşitlerinden elde edilen en iyi zeytinyağlarının öğrenilmesini sağlamıştır. EVOOWR En iyi Extra Virgin Zeytinyağı kalite kriterlerini hazırlayarak dünya ülkelerini de bilgilendirir (Özdoğan, 2018).

Türkiye 2017 yılında bu yarışmalarda 19 ödül alarak dünyada 17.sırada yer almıştır (Özdoğan, 2018). Bu rakamlara bakılarak Türkiye’nin üretimine göre aldığı ödül sayısında oldukça geride olduğu söylenebilir. Bu açıdan Türkiye’nin zeytin üretimi en

yoğun yapılan bölgelerinden biri olan TR22 Bölgesi'nde de ödül alan işletme varlığının %17.00 olması oldukça düşük bir oran olarak değerlendirilebilir.

İşletmelerin bu yarışmalara katılımının teşvik edilmesi, bu yarışmalara katılmak için istenen şartları işletmelerin sağlamasına destek verilerek eksikliklerinin giderilmesi Türkiye'de üretilen zeytinyağı kalitesine de zamanla olumlu etki yapacağı söylenebilir.

İncelenen işletmelerde zeytinyağı ihracatında yaşanan sorunlarla ilgili likert tipi anket çalışması yapılmıştır. Çizelge 5.108'de işletmelerin zeytinyağı ihracatındaki sorunlara ilişkin verdikleri cevapların sonuçları görülebilir.

Çizelge 5.108.Zeytinyağı ihracatının önündeki engeller

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | 4 | Genel |
|---|-----|-----|-----|-----|-------|
| Dış pazarlarla ilgili eleman eksikliği | 4.2 | 4.3 | 4.3 | 5.0 | 4.3 |
| Dış pazarların tanınmaması | 4.1 | 4.2 | 4.3 | 3.8 | 4.1 |
| Dış pazar bulunup bulunmama konusunda bilgisizlik | 4.4 | 3.8 | 3.3 | 3.1 | 4.0 |
| Rakiplerin tanınmaması | 3.9 | 4.1 | 4.2 | 4.4 | 4.0 |
| Finansman güçlüğü | 3.8 | 4.1 | 4.6 | 4.5 | 4.0 |
| Ucuz ve kaliteli hammadde temininin zorluğu | 3.8 | 4.1 | 4.2 | 4.5 | 4.0 |
| İhracat desteklerinin yetersizliği | 3.6 | 3.7 | 3.8 | 5.0 | 3.8 |
| Bürokrasi | 3.5 | 3.3 | 4.3 | 4.4 | 3.6 |
| İhracat siparişlerinin büyük oluşu dolayısıyla siparişleri karşılamada yetersizlik | 3.2 | 3.4 | 4.0 | 3.8 | 3.4 |
| Fiyatlama yanlışlıkları | 3.2 | 3.3 | 3.8 | 3.8 | 3.4 |
| Teknolojik yetersizlik | 3.4 | 3.7 | 2.5 | 2.6 | 3.3 |
| Dış ticaret organizasyonlarının yetersizliği | 3.1 | 3.3 | 3.5 | 3.6 | 3.2 |
| Ülke ekonomisindeki istikrarsızlık | 2.8 | 3.6 | 3.8 | 3.3 | 3.1 |
| Uygunsuz pazarlama stratejileri | 3.0 | 3.1 | 3.2 | 3.4 | 3.1 |
| İhracata yönelik üretim için kapasite yetersizliği | 3.1 | 2.7 | 2.3 | 2.4 | 2.9 |
| İhracat pazarlama maliyetlerinin yüksekliği | 3.1 | 2.4 | 2.5 | 2.4 | 2.8 |
| İhracatın riskli oluşu | 2.9 | 2.8 | 2.3 | 2.9 | 2.8 |
| İç piyasa şartlarının dış piyasaya göre daha cazip olması | 3.0 | 2.7 | 2.5 | 2.0 | 2.8 |
| Kalite düşüklüğü | 2.5 | 1.8 | 1.8 | 2.0 | 2.2 |
| İhracat pazar araştırması, satış geliştirme ve tanıtım maliyetlerinin külfetli olması | 3.1 | 2.7 | 3.2 | 2.3 | 3.0 |

Ölçekler: 1.Kesinlikle katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle katılıyorum

İşletmelerin ihracatla ilgili engel olarak gördükleri en önemli faktör dış pazarlarla ilgili bilgisi olan eleman bulma eksikliği olmuştur. 2.sırada dış pazarların tanınmaması gelirken 3.sırada dış pazar bulunup bulunmama konusunda bilgisizlik gelmiştir. 4.sırada ise rakiplerin tanınmaması gelmiştir. Bu verilerden işletmelerin dış pazarla ilgili bilgi sahibi olmamaları ve bu bilgi eksikliğini gidermekte zorluk çektikleri söylenebilir. Zeytinyağı ihracatıyla ilgili işletmeleri bilgilendirici ve yol gösterici faaliyetlerin olmasının işletmelerin ihracat yapmalarına faydalı olacağı söylenebilir. 5.sırada finansman güçlüğü, 6.sırada ise ucuz ve kaliteli hammadde temini zorluğu gelmiştir. İşletmeler, kalite düşüklüğü ve ihracatın riskli oluşu fikirlerine katılmamıştır. Bu sonuçlardan yola çıkılarak işletmelerin ihracat konusunda istekli olmakla beraber bilgi eksikliği ve finansman bulma sıkıntısı nedeniyle ihracattan kaçındıkları söylenebilir.

5.2.8.İncelenen işletmelerde desteklemelerden faydalanma durumu

Halihazırda zeytinyağı işleyen işletmelere devlet tarafından tarım ve kırsal kalkınmayı destekleme kapsamında yeni tesis kurma ve var olan tesis yenileme desteği verilir. Bunun haricinde ürün bazında herhangi bir destek verilmemiştir. Bu açıdan zeytinyağı işleyen işletmelerin zeytinyağına konulan AB kotaları da düşünüldüğünde yeterince desteklenmediği söylenebilir. Çizelge 5.109'da işletmelerin desteklemelerden faydalanma durumu görülebilir. İşletmelerin %32.00'si desteklemelerden faydalanırken %68.00'i faydalanmamıştır. Desteklerden faydalanma nedeni olarak 1. ve 2.tabakadaki işletmeler destekleme şartlarının cazip olmasını ve işletmeyi yenileme amacını belirtirken 3. ve 4.tabakadaki işletmeler işletmeyi ve kapasitesini büyütme amacını belirtmişlerdir.

Çizelge 5.109.İşletmelerin desteklerden faydalanma durumu

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Evet | 21 | 35.59 | 5 | 26.32 | 3 | 25.00 | 3 | 25.00 | 32 | 32.00 |
| Hayır | 38 | 64.41 | 14 | 73.68 | 9 | 75.00 | 7 | 75.00 | 68 | 68.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

Bu sonuçların nedeni olarak bölgedeki özellikle yağhaneler başta olmak üzere küçük işletmelerin teknolojilerinin ve binalarının eski olması nedeniyle yenilenme ihtiyacı hissetmeleri olarak söylenebilir.

Çizelge 5.110. Desteklemeden faydalanan işletmelerin yaşadığı sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|-----------------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Prosedür | 14 | 66.67 | 3 | 60.00 | 1 | 33.33 | 1 | 33.33 | 19 | 59.37 |
| Hibenin Harcama Sonrası Verilmesi | 7 | 33.33 | 2 | 40.00 | 2 | 66.67 | 2 | 66.67 | 13 | 40.63 |
| Toplam | 21 | 100.00 | 5 | 100.00 | 3 | 100.00 | 3 | 100.00 | 32 | 100.00 |

Desteklemeden faydalanan işletmelerin desteklemelerden faydalanırken yaşadıkları sorunlara ait veriler ise Çizelge 5.110'da gösterilmiştir. Çizelgeye bakıldığında işletmelerin %59.38'i destekleme prosedürleriyle ilgili sorun yaşarken %40.63'ü kırsal kalkınma desteği kapsamında verilen desteğin işletmeye yapılan harcama sonrası verilmesiyle ilgili sorun yaşamıştır.

İşletmelerin zeytinyağı üretimine ne tür destekler olması gerektiğiyle ilgili görüşleri Çizelge 5.111'de verilmiştir. İşletmeler en fazla %34.00 ile taklit-tağış yapmayan işletmelere yönelik destek beklentisi içindeyken %33.00'ü kaliteli üretim yapan işletmelerin desteklenmesini, %27.00'si üretim maliyetlerinin düşürülmesine yönelik destekleme yapılmasını ve %6.00'si ise üretimini yaptıkları zeytinyağına analiz yapan işletmelere yönelik destek beklentisi içindedir.

Çizelge 5.111. İşletmelerin destekleme beklentileri

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Kaliteli Üretimi Teşvik Edici | 21 | 35.59 | 5 | 26.32 | 4 | 33.33 | 3 | 30.00 | 33 | 33.00 |
| Taklit-Tağış Yapmayan İşletmeleri Teşvik Edici | 14 | 23.73 | 8 | 42.10 | 6 | 50.00 | 6 | 60.00 | 34 | 34.00 |
| Zeytinyağı Analiz Desteği | 0 | 0.00 | 3 | 15.79 | 2 | 16.67 | 1 | 10.00 | 6 | 6.00 |
| Üretim Maliyetlerini Azaltmaya Yönelik | 24 | 40.68 | 3 | 15.79 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 27 | 27.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

1.tabakada yer alan yağhanelerin %40.68'i daha çok üreticinin üretim maliyetlerinin düşürülmesine yönelik destek beklentisindeyken 2., 3. ve 4.tabakada yer alan fabrika

olarak faaliyet gösteren işletmelerin öncelikli destek beklentisi taklit-tağış yapmayan işletmelerin desteklenmesi olmuştur.

5.2.9.İncelenen işletmelerde zeytinyağı üretiminde yaşanan sorunlar

Çizelge 5.112.Zeytinyağı üretiminde yaşanan sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | |
|--------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Kaliteli Hammadde Temini | 15 | 25.42 | 6 | 31.58 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 21 | 21.00 |
| Taklit-Tağış | 20 | 33.90 | 7 | 36.84 | 5 | 41.67 | 4 | 40.00 | 36 | 36.00 |
| Zeytinyağı İthalatı | 16 | 27.12 | 0 | 0.00 | 4 | 33.33 | 3 | 30.00 | 23 | 23.00 |
| Bilinçsiz Üretici | 8 | 13.56 | 5 | 26.32 | 1 | 8.33 | 1 | 10.00 | 15 | 15.00 |
| Kayıtdışılık | 0 | 0.00 | 1 | 5.26 | 2 | 16.67 | 2 | 20.00 | 5 | 5.00 |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 100 | 100.00 |

İşletmelerin zeytinyağı üretimi yaparken yaşadığı birçok farklı sorun bulunmuştur. Yaşanan bu sorunların en önemlileri Çizelge 5.112’de gösterilmiştir. Çizelge 5.112’e bakıldığında işletmelerin yaşadığı en önemli sorun %36.00 ile pazarda yaşanan taklit-tağışın önüne geçilememesi olmuştur. Daha sonra %23.00 ile özellikle son yıllarda Suriye’den transit yurtdışına satılmak üzere getirilip piyasaya sürülen ithal zeytinyağı gelmiştir. Çok düşük fiyatlarla getirilen bu zeytinyağları pazardaki zeytinyağı fiyatını da iç piyasa özelliklerinden bağımsız olarak aşağı çekmiştir. %21.00 ile kaliteli hammadde temini en fazla yaşanan sorunlarda 3.sırada gelmiştir. Üreticilerin bilinçsizliği sonucu hammadde de yaşanan kalite düşüklüğü ise %15.00 ile 4.sırada gelmiştir. En son olarak %5.00 ile pazarda görülen kayıtdışı üretim gelmiştir.

İncelenen işletmelerle zeytinyağı sektöründe yaşanan sorunlarla ilgili likert tipi anket çalışması yapılmıştır. Yapılan bu çalışmanın sonuçları Çizelge 5.113’de görülebilir. İncelenen işletmelerin zeytinyağı sektöründe yaşanan sorunlarla ilgili görüşlerine göre 1.sırada kaliteli ve istenen özellikte hammadde temini sorunu gelirken periyodisite nedeniyle yaşanan üretim sorunları 2.sırada gelmiştir. Daha sonra sektörde yaşanan kayıtdışılık, taklit-tağışden dolayı oluşan haksız rekabet ortamı gelmiştir. Bunlardan sonra ise üretim maliyetlerinin yüksekliği ve üretim teknikleri nedeniyle yaşanan kalite kayıpları gelmiştir.

Çizelge 5.113.İşletmelerin zeytinyağı sektöründe yaşadığı sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | 2 | 3 | 4 | Genel |
|---|-----|-----|-----|-----|-------|
| Kaliteli ve istenen özellikteki hammaddenin sağlanamaması | 4.3 | 4.1 | 4.5 | 5.0 | 4.3 |
| Periyodisite sorununun azaltılamaması | 4.2 | 4.4 | 4.3 | 4.4 | 4.3 |
| Kayıt dışı üretim yapan firmaların bulunması | 4.2 | 4.2 | 4.4 | 4.4 | 4.2 |
| Taklit ve taşış | 3.9 | 4.4 | 4.4 | 4.6 | 4.1 |
| Türkiye’de zeytinyağının maliyetinin diğer ülkeler oranla yüksekliği | 3.8 | 4.2 | 4.5 | 5.0 | 4.1 |
| Zeytinyağında kalite kayıplarının önüne geçilememesi | 4.2 | 3.8 | 3.7 | 4.3 | 4.1 |
| Kişi başına zeytinyağı tüketim miktarının çok düşük olması | 3.7 | 3.9 | 4.4 | 4.5 | 3.9 |
| Zeytincilikle ilgili yasal mevzuatın uygulanamaması | 3.6 | 4.3 | 4.3 | 5.0 | 3.9 |
| Hastalık ve zararlılarla mücadelede istenilen düzeye ulaşamaması | 3.9 | 3.5 | 4.1 | 4.0 | 3.9 |
| Kültürel uygulamaların yetersizliği | 3.8 | 3.8 | 3.8 | 4.3 | 3.9 |
| AB nin diğer ülkelere tanıdığı tavizlerin bize tanınmaması | 3.7 | 4.1 | 4.0 | 4.5 | 3.9 |
| Kamusal desteklemelerin rakip ülkelere oranla yetersiz olması | 3.8 | 3.6 | 3.8 | 4.1 | 3.8 |
| Zeytinliklerin küçük ölçekli ve dağınık olmaları rekabet gücünü azaltmaktadır | 3.6 | 3.6 | 4.2 | 4.5 | 3.8 |
| Karasu ile ilgili sorunun çözümlenememesi | 3.6 | 3.4 | 4.0 | 3.9 | 3.6 |
| Hasatta zeytinciliğe özgü makinelerin kullanılmaması | 3.4 | 3.8 | 4.0 | 3.9 | 3.6 |
| Üreticilere teknik eğitimin yeterince verilememesi | 3.7 | 3.3 | 3.3 | 3.4 | 3.6 |
| Zeytinyağı bilinci ve kültürünün istenilen düzeye ulaşamaması | 3.4 | 3.3 | 3.9 | 3.7 | 3.5 |
| Zeytinciliğe yapılan desteklerin pazara yönelik gerçekleştirilmemesi | 3.3 | 3.2 | 3.5 | 4.0 | 3.4 |
| Uluslararası marka ve imaj yaratılamaması | 3.5 | 2.9 | 3.5 | 3.0 | 3.4 |
| Kurumsallaşmadaki yetersizlik | 3.3 | 3.2 | 3.0 | 3.9 | 3.3 |
| Türkiye zeytinyağı kalite sınıflandırmasının AB'ye uyumlu olmaması | 3.2 | 3.3 | 3.3 | 2.7 | 3.2 |
| İhracata yönelik zeytin üretiminin gerçekleştirilememesi | 2.9 | 3.3 | 3.7 | 3.5 | 3.1 |
| Sektörle ilgili istatistikler ve bilimsel verilerin yetersizliği | 3.0 | 2.8 | 2.9 | 3.0 | 3.0 |
| Depolama tesis ve koşullarının yetersizliği | 2.9 | 2.5 | 2.7 | 2.4 | 2.8 |
| Zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara oranla yüksekliği | 2.5 | 2.0 | 1.8 | 1.0 | 2.2 |

Ölçekler: 1.Kesinlikle katılmıyorum 2.Katılmıyorum 3.Kararsızım 4.Katılıyorum 5.Kesinlikle katılıyorum

İşletmeler depolama şartlarının yetersizliğini ve zeytinyağı fiyatlarının diğer yağlara göre fiyatının yüksek olmasını ise sorun olarak görmemiştir. Kısaca işletmelerin üretim tekniklerinden dolayı kaliteli ürün temin edememesi ve taklit-taşışından dolayı sektörde oluşan yapısal bozulmalardan dolayı önemli sorunlar yaşadıkları söylenebilir.

Çizelge 5.114.İşletmelerin yaşadığı kanuni-hukuki sorunlar

| İşletme Tabakaları | 1 | | 2 | | 3 | | 4 | | Genel | | Varsa Nedir |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | |
| Var | 23 | 38.98 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 100.00 | 64 | 64.00 | Tağış Engellenmiyor-Denetim Eksik-Destek Yetersiz |
| Yok | 36 | 61.02 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 36 | 36.00 | |
| Toplam | 59 | 100.00 | 19 | 100.00 | 12 | 100.00 | 10 | 10.00 | 100 | 100.00 | |

Zeytinyağı işleyen işletmelerin faaliyetlerini olumsuz etkileyen hukuki ya da kanuni durum olup olmadığıyla ilgili işletmelerin görüşleri Çizelge 5.114'te gösterilmiştir. İşletmelerin %64.00'ü zeytinyağı üretiminde hukuki veya kanuni nedenlerle yaşanan sorun olduğunu düşünürken %36.00'si ise böyle bir sorun olduğunu düşünmemiştir.

Diğer 3 tabakanın tamamı bu sorunların olduğunu düşünürken yağhanelerin %61.02'si olmadığını düşünmüştür. Hukuki-kanuni sorun yaşandığını düşünen işletmelerin tamamı yaşanan bu sorunun nedeni olarak pazardaki tağışın yeterince engellenmemesini, denetimlerin eksik-yetersiz olmasını ve zeytinyağı işleyen işletmelere desteğin yetersiz olmasını görmüştür.

5.3.Yağlık Dane Zeytin ve Zeytinyağında Aracılık Yapan İşletmelere Ait Bulgular

Araştırma bölgesinde incelenen yağlık dane zeytin üreten işletmelerin ürettikleri dane zeytinin %47.57'sini (bkz. Çizelge 5.54) ve zeytinyağının %40.54'ünü tüccar ve aracılara sattıkları daha önce belirtilmiştir (bkz. Çizelge 5.55). Bu yönüyle aracılardan araştırma bölgesindeki dane zeytin ve zeytinyağı pazarının neredeyse yarısına hakim oldukları ve pazara yön verdikleri söylenebilir. Bu nedenle bu bölümde bölgedeki aracı ve tüccarların özellikleri incelenmiştir. Tüccarlar üreticiden aldıkları ürünleri bazen doğrudan fabrikalara bazen daha büyük aracı ve toptancılara bazen de ihracatçılara satar. Yapıları karmaşık, sabit işletme yeri olmayan ve birçoğu kayıtdışı faaliyette bulduklarından dolayı sayıları belirsiz bu işletmelere ulaşmak oldukça zordur.

Yağlık dane zeytinde aracılık faaliyetinde bulunan işletmecilerin yaş ortalaması 46 iken zeytinyağında aracılık yapanların yaş ortalaması 42 bulunmuştur.

Çizelge 5.115.İşletmecilerin eğitim durumu

| Eğitim Durumu | İlk-Orta Okul | | Lise | | Lisans-Lisansüstü | | Toplam | | |
|--------------------|--------------------|---------|----------|---------|-------------------|---------|----------|---------|----------|
| | İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | | 19 | 46.34 | 13 | 31.71 | 9 | 21.95 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | | 0 | 0.00 | 6 | 66.67 | 3 | 33.33 | 9 | 100.00 |
| Genel | | 19 | 38.00 | 19 | 38.00 | 12 | 24.00 | 50 | 100.00 |

İşletmecilerin eğitim durumları yaptıkları işin kalitesine etki eden önemli faktörlerden biri olmuştur. İşletmecilerin eğitim durumları Çizelge 5.115'te görülebilir. İşletmecilerin genel toplamda %24.00'ü lisans ve üstü mezunu iken %38.00'i ilköğretim ve %38.00'i lise mezunu olduğu bulunmuştur. Yağlık dane zeytindeki araçlarda ilköğretim mezunu oranı %46.34 iken zeytinyağı araçlarında ilköğretim mezununa rastlanmamıştır. Ayrıca lisans ve üstü mezunların oranı yağlık dane zeytin araçlarında %21.95 iken zeytinyağı araçlarında bu oran %33.33 bulunmuştur. Bundan dolayı zeytinyağı araçlarının eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Çizelge 5.116.İşletmecilerin hijyen eğitimi alma durumu

| Hijyen Eğitimi Durumu | Var | | Yok | | Toplam | | |
|-----------------------|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | | 6 | 14.63 | 35 | 85.37 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | | 6 | 66.67 | 3 | 33.33 | 9 | 100.00 |
| Genel | | 12 | 24.00 | 38 | 76.00 | 50 | 100.00 |

İşletmecilerin faaliyette bulunduğu sektör gıda sektörü olduğu için hijyen eğitimi alıp almadıkları ve kodeks bilgisi olup olmaması yaptıkları faaliyetin kalitesine etki eden önemli etkenlerden biri olmuştur. İşletmecilerin hijyen eğitimi alma durumları Çizelge 5.116'da ve kodeks bilgisine sahip olup olmama durumları Çizelge 5.117'de gösterilmiştir. İşletmecilerin genel toplamda %24.00'ünün hijyen eğitimi bulunmaktayken %76.00'sinin bulunmamıştır. Zeytinyağında aracılık yapan işletmelerde hijyen eğitimi alanların oranı %66.67 iken yağlık dane zeytinde aracılık yapanlarda bu oran %14.63 bulunmuştur.

Çizelge 5.117.İşletmecilerin kodeks bilgisi durumu

| Kodeks Bilgisi | Var | | Yok | | Toplam | |
|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 9 | 21.95 | 32 | 78.05 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 7 | 77.78 | 2 | 22.22 | 9 | 100.00 |
| Genel | 16 | 32.00 | 34 | 68.00 | 50 | 100.00 |

İşletmecilerin %32.00'sinin kodeks bilgisi bulunurken %68.00'inin bulunamamıştır. Yağlık dane zeytinde aracılık yapanlarda bu oran %21.95 iken zeytinyağında aracılık yapan işletmelerde %77.78 bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.117). Her iki durum birlikte değerlendirildiğinde zeytinyağında aracılık yapan işletmelerin yağlık dane zeytinde aracılık yapanlara göre daha eğitimli oldukları söylenebilir.

Çizelge 5.118.İşletmecinin zeytin üretim faaliyetinde bulunma durumu

| Zeytin Üretim Faaliyeti | Var | | Yok | | Toplam | |
|-------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 35 | 85.37 | 6 | 14.63 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 7 | 77.78 | 2 | 22.22 | 9 | 100.00 |
| Genel | 42 | 84.00 | 8 | 16.00 | 50 | 100.00 |

İşletmecilerin faaliyette buldukları sektörde üretim yapmaları üretimle ilgili bilgi ve tecrübelerine olumlu etki yapmasının yanında farkındalıklarının da artmasına katkı sunduğu söylenebilir. Bu nedenle incelenen işletmelerin kendi zeytin ve zeytinyağı üretim faaliyetlerinin olup olmadığı Çizelge 5.118'de incelenmiştir. Çizelgede işletmelerin %84.00'ünün zeytin üretim faaliyetinde bulunduğu ve %16.00'sinin ise üretim faaliyetinin olmadığı bulunmuştur. Bu yönüyle aracılık faaliyetinde bulunan işletmelerin aynı zamanda çoğunlukla üretici oldukları da söylenebilir.

Çizelge 5.119.İşletmenin büro/işletme binası varlığı durumu

| İşletme Binası Varlığı | Var | | Yok | | Toplam | |
|------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 12 | 29.27 | 29 | 70.73 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 3 | 33.33 | 6 | 66.67 | 9 | 100.00 |
| Genel | 15 | 30.00 | 35 | 70.00 | 50 | 100.00 |

Aracılık faaliyetinde bulunan işletmelerin sürekli olarak kullandıkları büroları veya işletme binaları olabildiği gibi herhangi bir büro ya da işletme binası kullanmayan araçlarda bulunmuştur. Araştırma bölgesinde faaliyet gösteren araçların büro ya da işletme binası varlığı Çizelge 5.119’da görülebilir. Buna göre işletmelerin %30.00’u aracılık faaliyeti için işletme binası ya da büro kullanırken %70.00’i kullanmamıştır. İşletmeler üreticiden alacakları üründe değişik kriterlere göre ürüne değer belirlemiştir. Ürün alımında kullanılan kriterler ve değer takdirinde kullanılma oranları Çizelge 5.120’de verilmiştir.

Çizelge 5.120.Satın almada ürün kalitesi belirleme kriterleri

| Kalite Belirleme Kriteri | Rengi | | Tadı | | Kokusu | | Asitlik Oranı | | Dane İriliği | | Dane Yara-Bere Durumu | | Toplam | |
|--------------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------------|----------|--------------|----------|-----------------------|----------|---------|----------|
| | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 6 | 14.63 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 28 | 68.29 | 7 | 17.08 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 1 | 11.11 | 2 | 22.22 | 1 | 11.11 | 5 | 55.56 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 9 | 100.00 |
| Genel | 7 | 14.00 | 2 | 4.00 | 1 | 2.00 | 5 | 10.00 | 28 | 56.00 | 7 | 14.00 | 50 | 100.00 |

Aracı işletmeler yağlık dane zeytin alımında %68.29 oranında dane iriliğine göre değer tespiti yapmıştır. Aracı işletmeler ve ürün alımı yapan tüm işletmeler seleksiyon elekleri kullanarak danelerin irilik sınıfını belirlemiş ve buna göre değer tespiti yapmıştır. Yağlık dane zeytinde dane iriliğini %17.07 ile dane yara-bere durumu takip etmiştir.

Zeytinyağında ise alınacak ürünün değer tespitinde en önemli kriter %55.56 ile asitlik oranı bulunmuştur. Bunu %22.22 ile zeytinyağının tadı takip etmiştir. Daha sonra %11.11 ile renk ve koku gelmiştir. Zeytinyağında asit oranı ve taklit-tağış durumu analizlerle tespit edilirken zeytinyağı tadım uzmanlarınca veya bu konuda eğitim almış araçlarla da zeytinyağının tadı üzerinden değer tespiti yapılmıştır. Yağlık dane zeytin ve zeytinyağı pazarında aracılık yapan işletmeler 2017-18 üretim döneminde yağlık dane zeytinini iriliğine göre değişmekle beraber 3 TL’den üreticiden alırken satışını 3.05 TL olarak kg başına 5 Kr karla yaptığı bulunmuştur. Zeytinyağını ise asitlik oranına göre değişmekle beraber 11.00 TL’den alırken kg başına 2.75 TL karla 13.75 TL’den sattığı belirlenmiştir.

Çizelge 5.121.Ticari mal temin yeri

| Kalite Belirleme Kriteri | Üretici | | Tüccar | | Toplam | | |
|--------------------------|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | | 41 | 100.00 | 0 | 0.00 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | | 7 | 77.78 | 2 | 22.22 | 9 | 100.00 |
| Genel | | 48 | 96.00 | 2 | 4.00 | 50 | 100.00 |

Araştırma bölgesinde aracılık faaliyetinde bulunan işletmeler yağlık dane zeytinin tamamını üreticiden temin ederken zeytinyağında üreticiden alınan oran %77.78 olarak bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.121).

Çizelge 5.122.Satın alınan ürüne işlem yapma durumu

| Ürüne İşlem Yapma | Var | | Yok | | Toplam | | |
|--------------------|--------------------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|
| | İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | | 37 | 90.24 | 4 | 9.76 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | | 8 | 88.89 | 1 | 11.11 | 9 | 100.00 |
| Genel | | 45 | 90.00 | 5 | 10.00 | 50 | 100.00 |

Yağlık dane zeytinde aracı işletmelerin %90.24'ü satın aldıkları yağlık dane zeytinleri işleme tabi tutarken zeytinyağını işleme tabi tutanların oranı %88.89 bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.122).

Çizelge 5.123.Çizelge 5.122'e verilen cevap var ise yapılan işlem durumu*

| Yapılan İşlem | Temizleme | | Ayıklama | | Paketleme | | Sınıflandırma | | |
|--------------------|--------------------|---------|----------|---------|-----------|---------|---------------|---------|----------|
| | İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | | 10 | 24.39 | 41 | 100.00 | 0 | 0.00 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 9 | 100.00 | 9 | 100.00 |

* Birden fazla işaretleme olduğundan işletme sayısı toplam işletme sayısını ve oran %100'ü geçmektedir.

Yağlık dane zeytine işlem uygulayan işletmelerin %24.39'u temizleme işlemini uygularken işletmelerin tamamı ayıklama ve sınıflandırma işlemini uygulamıştır. Zeytinyağında ise işletmelerin tamamı paketleme ve sınıflandırma işlemini uygulamıştır (bkz. Çizelge 5.123). Bununla beraber yağlık dane zeytinde aracılık yapan işletmelerin tamamı satın aldıkları ürünün aynı gün satışını gerçekleştirirken zeytinyağı alımı yapan işletmelerin tamamı ise ürünü satılıncaya kadar 6 ay-1 yıl arası beklettiği belirlenmiştir.

Çizelge 5.124.Yağlık dane zeytin ve zeytinyağı satış şekli

| Ticaret Şekli | Dökme | | Ambalajlı | | Her İkisi | | Toplam | |
|--------------------|---------|----------|-----------|----------|-----------|----------|---------|----------|
| İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 41 | 100.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 2 | 22.22 | 2 | 22.22 | 5 | 55.56 | 9 | 100.00 |
| Genel | 43 | 86.00 | 2 | 4.00 | 5 | 10.00 | 50 | 100.00 |

Yağlık dane zeytin satışını işletmelerin tamamı dökme olarak yaparken zeytinyağında sadece dökme olarak satan işletmelerin oranı %22.22, sadece ambalajlı satış yapanların oranı %22.22 ve her iki şekilde de satanların oranı ise %55.56 bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.124).

Çizelge 5.125.Ticari mal satış yeri

| Satış Yeri | Toptancı | | Yağ Fabrikası | | Perakendeciler | | Toplam | |
|--------------------|----------|----------|---------------|----------|----------------|----------|---------|----------|
| İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 9 | 21.95 | 28 | 68.29 | 4 | 9.76 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 4 | 44.45 | 3 | 33.33 | 2 | 22.22 | 9 | 100.00 |
| Genel | 13 | 26.00 | 31 | 62.00 | 6 | 12.00 | 50 | 100.00 |

İşletmelerin üreticiden aldıkları ürünleri satış yerleri oranları Çizelge 5.125'te görülebilir. Çizelge 5.125 incelendiğinde yağlık dane zeytinde aracılık yapan işletmelerin %68.29'u satın aldıkları ürünü yağ fabrikalarına satarken %21.95'i daha büyük toptancılara ve %9.76'sı ise perakendecilere satmıştır. Zeytinyağında aracılık yapan işletmelerin ise %44.45'i büyük toptancılara satış yaparken %33.33'ü yağ fabrikalarına ve %22.22'si perakendecilere satış gerçekleştirmiştir. Genel toplama bakıldığında ise daha büyük toptancıların küçük araçlar üzerinde pazar payı %26.00 olarak bulunmuştur. Araştırma bölgesinde yağlık dane zeytinde ve zeytinyağında aracılık yapan işletmeler yağlık dane zeytinde ortalama 171.00 ton/yıl, zeytinyağında ise 57.00 ton/yıl ticaret gerçekleştirmiştir.

Çizelge 5.126.Ürün pazarlaması ile ilgili sorunlar

| Yaşanan Sorunlar | Nakliye | | Kalitesiz Ürün | | Fiyat Dalgalanmaları | | Taklit-Tağşiş | | İthalat | | Toplam | |
|--------------------|---------|----------|----------------|----------|----------------------|----------|---------------|----------|---------|----------|---------|----------|
| İşletme Tabakaları | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) | Frekans | Oran (%) |
| Yağlık Dane Zeytin | 29 | 70.73 | 12 | 29.27 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 41 | 100.00 |
| Zeytinyağı | 0 | 0.00 | 0 | 0.00 | 2 | 22.22 | 4 | 44.45 | 3 | 33.33 | 9 | 100.00 |
| Genel | 29 | 58.00 | 12 | 24.00 | 2 | 4.00 | 4 | 8.00 | 3 | 6.00 | 50 | 100.00 |

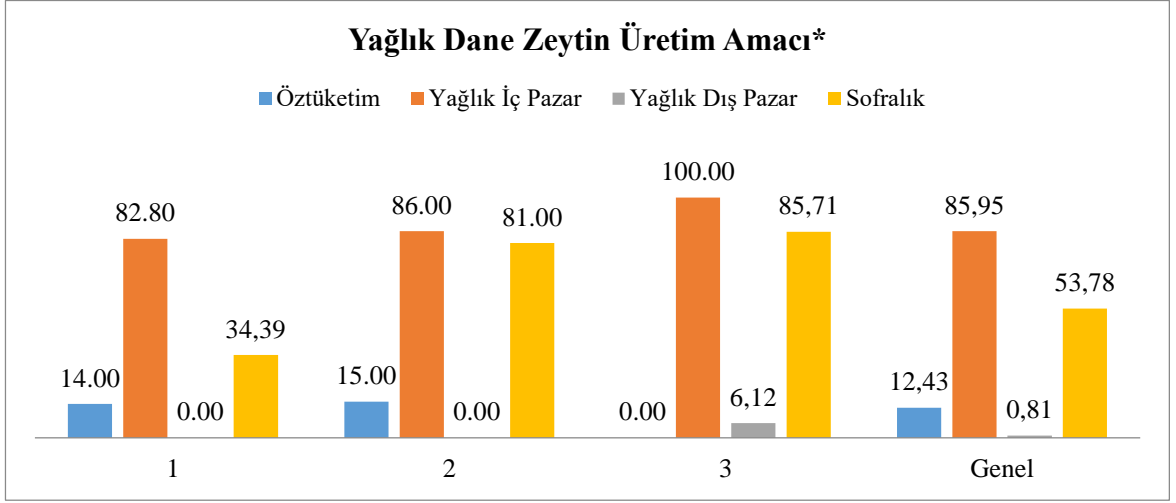
Pazarda önemli paya sahip olan aracilar üretimden çok üretim ve pazarlama zincirinin son halkası denebilecek ürünün fiyatıyla ilgilenmeleri sebebiyle pazarda yaşanan temel sorunlarla ilgili daha iyi bakış açısına sahip oldukları söylenebilir. Bu nedenle pazarda yaşanan ve kendilerinin yaşadığı sorunlara yönelik görüşleri Çizelge 5.26'da incelenmiştir. Çizelge 5.126'a bakıldığında yağlık dane zeytinde aracılık yapan işletmeler %70.73 ile en fazla nakliye sorunları yaşamakla beraber %29.27'si ise üreticiden gelen kalitesiz ürünlerden problem yaşamıştır. Zeytinyağında aracılık yapan işletmeler ise %44.45 ile en fazla taklit-tağışışten dolayı sorun yaşarken %33.33'ü özellikle son yıllarda kontrolsüz ve denetimsiz şekilde Suriye'den yapılan zeytinyağı ithalatıyla ilgili sorunlar yaşamış, %22.22'si ise pazarda sıkça görülen fiyat dalgalanmalarından sorun yaşamıştır.

5.4.TR22 Bölgesi'nde Pazarlama Organizasyonu

Tarımsal pazarlama; üreticinin hangi miktar ve kalitede ürün üreteceği ile başlayıp ürünün pazara hazırlanması, standardizasyonu, depolama, nakliyat ve sonunda tüketiciye ulaşıncaya kadar süreçteki faaliyetlerin tümünü kapsar (Anonim, 2003). Bu bölümde üreticilerin, aracılardan ve yağlık zeytin-zeytinyağı işleme sanayi sahiplerinin pazarlamayla ilgili durumları kendi sektörleri üzerinden incelenmiştir. Bu bölümde TR22 Bölgesi'ndeki yağlık dane zeytin ve zeytinyağı sektöründeki pazarlama organizasyonu bir bütün olarak ele alınmış ve ürünün üretilmesinden son tüketiciye ulaşıncaya kadar yapılan faaliyetlerin tamamı incelenmiştir.

5.4.1.Üretim ve değerlendirme

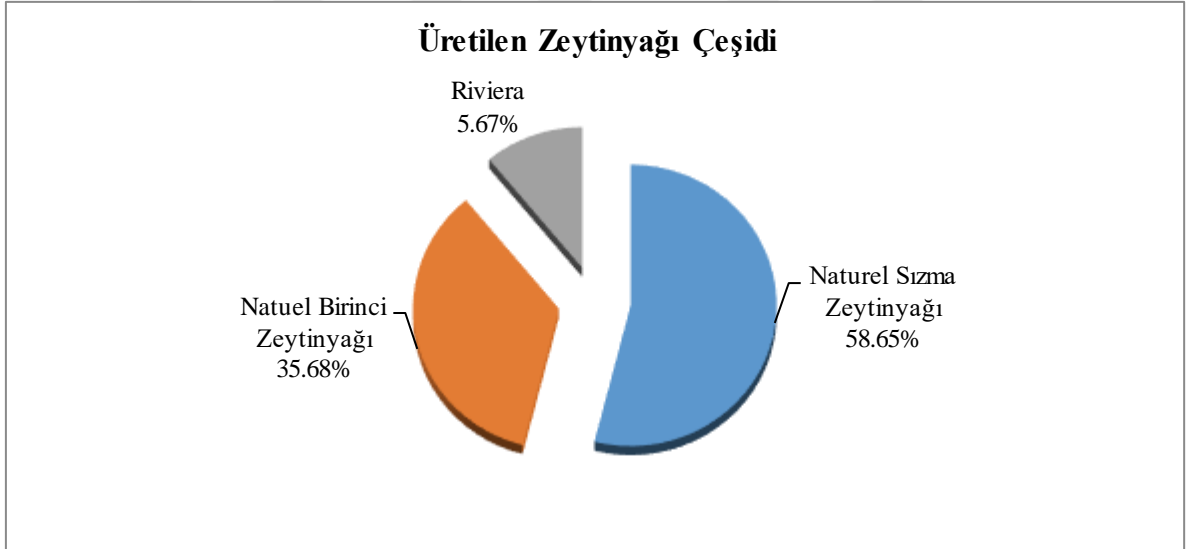
Yağlık dane zeytin üreten işletmeler %85.95 oranında yağlık iç pazar ve %53.78'i sofralık iç pazara sunmak amacıyla üretim yapmıştır (bkz. Şekil 5.1).



*Birden fazla işaretleme olduğundan toplam işletme sayısını ve oran %100'ü geçmektedir.

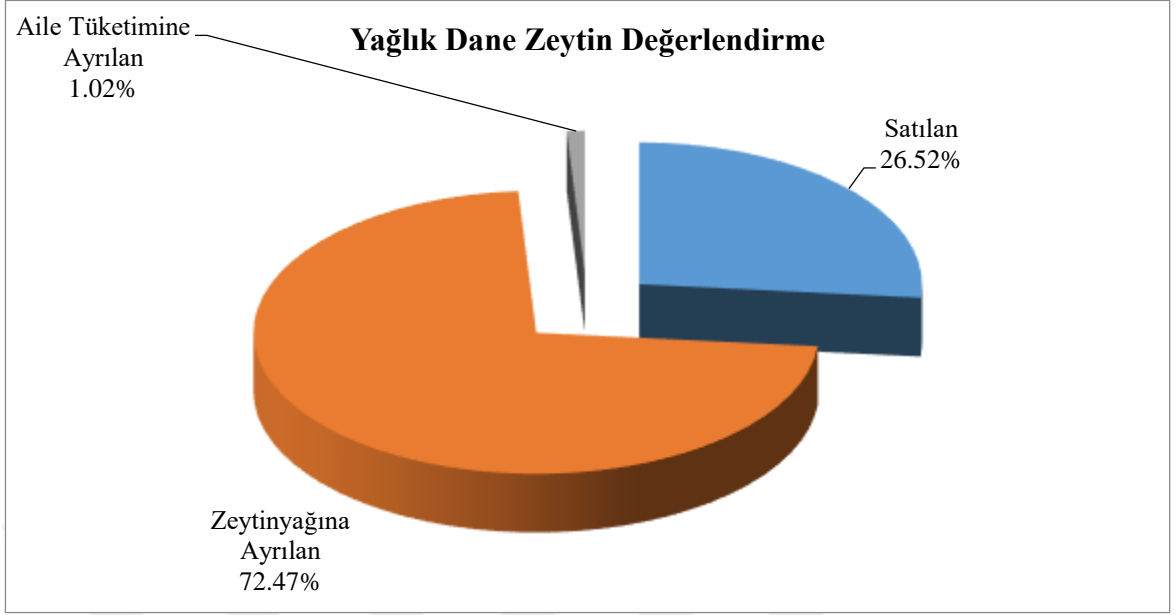
Şekil 5.1. Yağlık dane zeytin üretim amacı (%)

Yağlık dane zeytinden %58.65 oranında natürel sızma zeytinyağı %35.68 oranında da natürel birinci zeytinyağı üretilmiştir (bkz. Şekil 5.2).



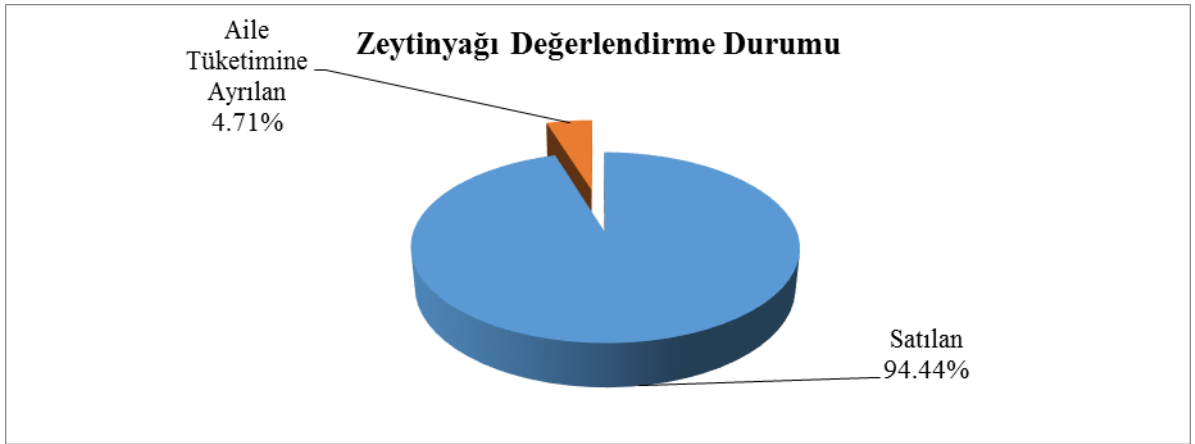
Şekil 5.2. Üretilen zeytinyağı çeşidi (%)

Üretilen yağlık dane zeytinin %72.47'si zeytinyağı yapımına ayrılırken %26.52'si satılmakta ve %1.02'si aile tüketimine ayrılmıştır (bkz. Şekil 5.3).



Şekil 5.3. Yağlık dane zeytin değerlendirme durumu (%)

Elde edilen zeytinyağının ise %94.44'ü satılırken aile tüketimine %4.71'i ayrılmıştır (bkz. Şekil 5.4).

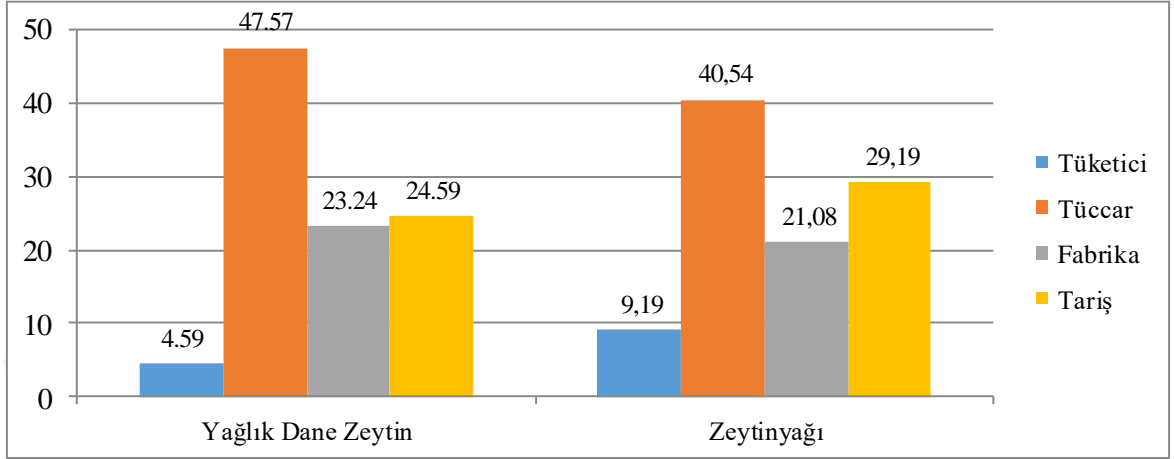


Şekil 5.4. Zeytinyağı değerlendirme durumu (%)

5.4.2. Pazarlama kanalları

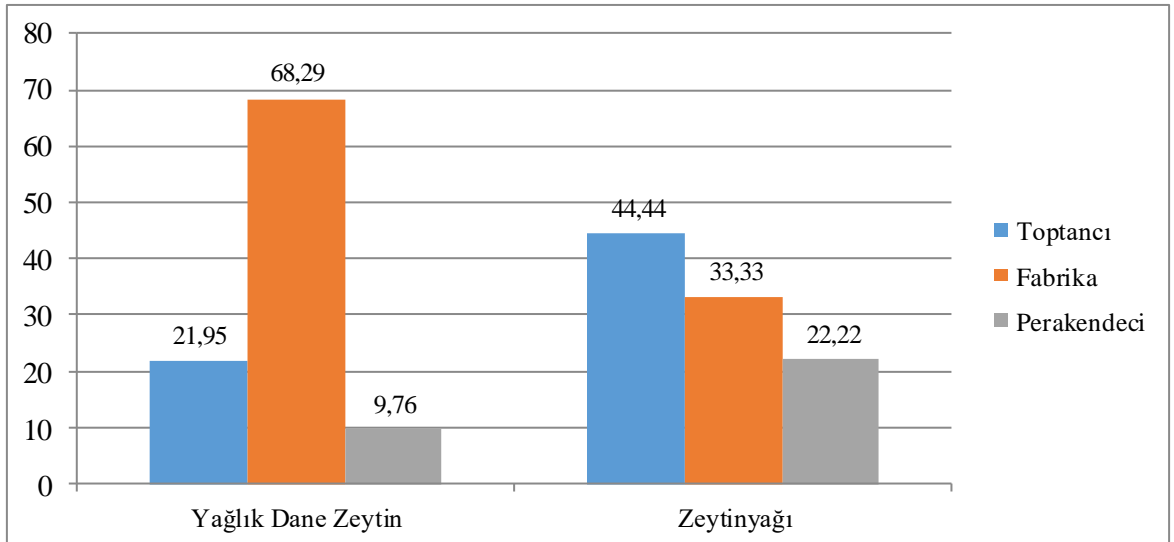
Araştırma bölgesinde yağlık dane zeytin ve zeytinyağında yağhaneler, zeytinyağı fabrikaları, tüccarlar, perakendeciler, TARIŞ ve nihai tüketiciler pazarlama kanallarını

oluşturmuştur. Şekil 5.5'te araştırma bölgesindeki üretici pazarlama kanalları gösterilmiştir.



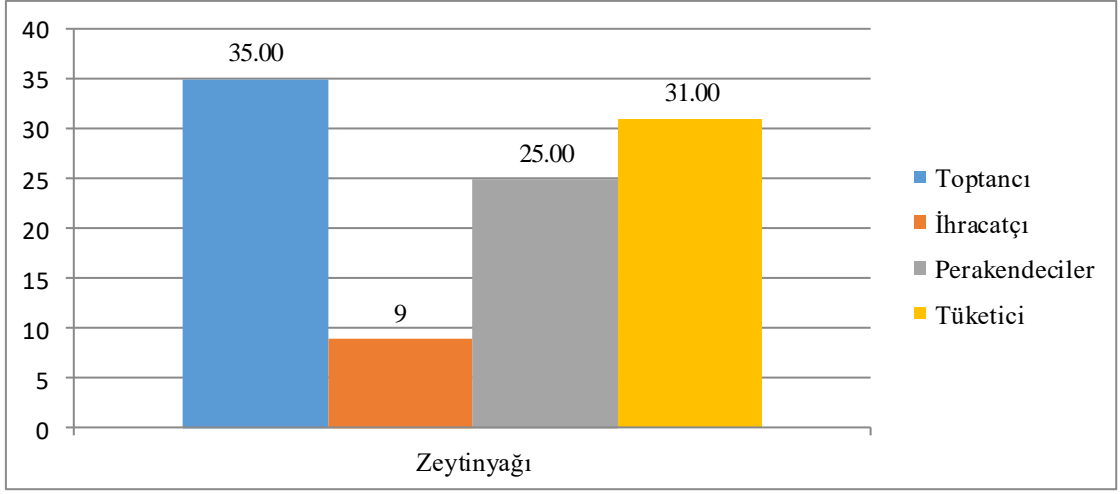
Şekil 5.5. Üretici pazarlama kanalları (%)

Üreticiler yağlık dane zeytin ve zeytinyağı pazarlamasında tüccar, fabrika, TARİŞ ve doğrudan tüketiciye satış kanallarını kullanmıştır (bkz. Şekil 5.5). Her iki üründe de tüccarların pazar hakimiyeti Şekil 5.5'te görülebilir. Yağlık dane zeytinde tüccarları yağhaneler ve fabrikalar takip ederken zeytinyağında ise TARİŞ 2.sırada gelmiştir.



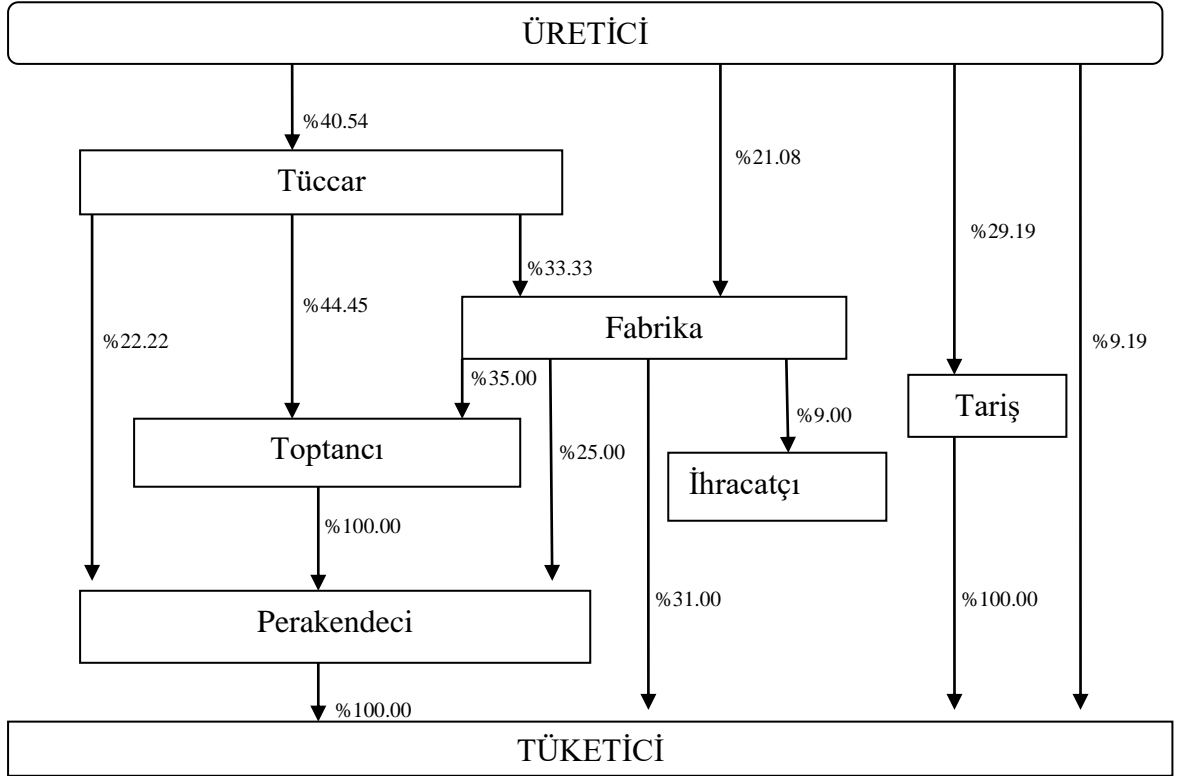
Şekil 5.6. Aracı pazarlama kanalları (%)

Aracılar ise yağlık dane zeytin ve zeytinyağı pazarlamasında toptancı, fabrika ve perakendeci kanallarını kullanmıştır (bkz. Şekil 5.6).



Şekil 5.7.Fabrika-yağhane zeytinyağı pazarlama kanalları (%)

Zeytinyağı fabrikaları ve yağhaneler tüketiciden önceki son pazarlama kanalı gibi gözükse de ürettikleri zeytinyağının tamamını doğrudan değil toptancılar, perakendeciler ve ihracatçılar aracılığıyla dolaylı olarak ta tüketiciye ulaştırabilir. Şekil 5.7’de fabrikaların ve yağhanelerin zeytinyağı için kullandıkları pazarlama kanalları gösterilmiştir.



Şekil 5.8. Pazarlama kanalları akış şeması

Şekil 5.8’de zeytinyağı pazarlama kanallarındaki akış üreticiden tüketiciye bir bütün halinde gösterilmiştir.

5.4.3.Pazarlama kanallarındaki araçlar

Tüccarlar yağlık dane zeytin ve zeytinyağında araştırma bölgesinde en büyük pazar payına sahip olmuştur. Bölgedeki tüccarlar 40-50 yaş arasında bulunukun eğitim seviyesi yağlık dane zeytin araçlarında ilk-ortaokul, zeytinyağı alıcılarında lise düzeyinde olduğu bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.115). Hijyen eğitimi (%24.00) ve kodeks bilgisi (%32.00) olanların oranı toplam araçların yarısından az bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.116 ve 5.117). Bölgedeki araçların %84.00’ü aynı zamanda zeytin üreticisi olduğu belirlenmiştir (bkz. Çizelge 5.118). %70.00’i sabit bir işyeri veya büro kullanmamıştır (bkz. Çizelge 5.118).

Yağlık dane zeytin alımında dane iriliğini (%68.29) öncelikli olarak önem verirken zeytinyağında (%55.56) asitlik oranına önem vermiştir (bkz. Çizelge 5.120). Yağlık dane zeytinin tamamını üreticilerden temin ederken zeytinyağında %22.22 oranında diğer tüccarlardan da temin etmişlerdir (bkz. Çizelge 5.121). %90.24’ü satın aldıkları yağlık dane zeytin ve zeytinyağına işlem uygulamıştır (bkz. Çizelge 5.122). Yağlık dane zeytinde tamamı ayıklama ve sınıflandırma yaparken zeytinyağında tamamı sınıflandırma ve paketleme işlemi uygulamıştır. Yağlık dane zeytinin aynı gün satışını gerçekleştirirken zeytinyağını 6 ay-1 yıl arasında bekletmiştir. Yağlık dane zeytinin tamamını dökme olarak satarken zeytinyağını hem dökme hem ambalajlı satışını yapmıştır (bkz. Çizelge 5.124). Yağlık dane zeytinde ortalama 170.00 ton/yıl ve zeytinyağında ortalama 57.00 ton ticaret hacmi gerçekleştirmiştir. Yağlık dane zeytinde 5 Kır/kg kar marjıyla çalışırken zeytinyağında 2.75 TL/kg kar marjıyla çalışmıştır (bkz. Çizelge 5.127).

Araştırma bölgesinde sadece zeytin sıkım hizmeti veren yağhaneler ve zeytinyağı üretimi yapan fabrikalar bulunmakta olup hem yağlık dane hem de zeytinyağı pazarlanmasında aracılık hizmeti yapmıştır. Bu işletmelerin %45.00’i 2000 yılı öncesinde kurulmuş ve halen faaliyetine devam etmiştir (bkz. Çizelge 5.72). %55.00’i

şahıs işletmesi olan bu işletmelerin %63.00'ü sanayi bölgesi dışında kurulu bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.74 ve 5.75). İşletmeler ortalama %54.76 kapasite ile çalışmakta ve 569.12 ton/yıl yağlık dane zeytin işlemiştir. Bu işletmelerin %47.00'si kuru ve sulu klasik sisteme sahipken %32.00'si 3 fazlı %21.00'i de 2 fazlı sisteme sahip olduğu bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.77). %83.00'ünün kendi zeytinlik varlığı bulunan işletmelerin %55.00'i bir üretim döneminde 100-1 000 arası üretici ile çalışmıştır (bkz. Çizelge 5.80 ve 5.82).

Bu işletmelerin %79.00'u hammaddenin tamamını üreticiden temin etmiştir. %21.00'i ise dörtte bir oranında hammaddeyi kendi zeytinliklerinden karşılamıştır (bkz. Çizelge 5.87). Yağhanelerde hakyag adı verilen %7.00 oranında sıkım ücreti karşılığı zeytinyağı alınmıştır. Yağlık dane zeytin alımında işletmelerin tamamı ilk sırada dane iriliğine bakarken zeytinyağında ise asitlik derecesine bakmıştır. İşletmelerin %96.00'sinin depo varlığı bulunmaktayken %67.00'sinin depo kapasitesi 40.00 ton altı bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.90 ve 5.91). %81.00 oranında naturel sızma zeytinyağı üretimi yapan bu işletmelerin %87.00'si pazar araştırması yaptırmamıştır (bkz. Çizelge 5.93 ve 5.95). Yağlık dane zeytini 3 TL/kg ve zeytinyağını 11 TL/kg fiyatından alım yapan işletmeler satış fiyatını ise %57.00 oranında piyasa fiyatına göre belirlemiştir (bkz. Çizelge 5.96).

İlk olarak 1915 yılında Aydın ilinde tarım satış kooperatifi olarak kurulan TARİŞ zamanla hızlı bir şekilde büyüyerek Ege Bölgesi'nin tamamına yayılmış ve önemli bir pazar payına sahip olmuştur. İncelenen işletmelerden %62.70'inin üyeliği bulunduğu TARİŞ üreticiden yağlık dane zeytinin %24.59'unun ve zeytinyağının %29.19'unun alıcısı konumunda olmuştur (bkz. Şekil 5.5). Araştırma bölgesinde Ayvalık, Gömeç, Burhaniye, Havran, Edremit, Altınoluk, Küçükkuyu ve Ezine olmak üzere toplam 9 işletmeyle faaliyet gösterdiği belirlenmiştir.

Büyük hacimde alımlar yapan tüccarlar olarak tanımlanabilecek bu araçlar tüccarlardan ve fabrikalardan aldıkları ürünleri tüketicilere herhangi bir işlem yapmadan ulaştırarak faaliyet göstermiştir. Fabrikalar ürettikleri zeytinyağlarını fabrika satış reyonlarında tüketiciye ulaştırdıkları gibi perakendeciler aracılığıyla da ulaştırmıştır.

5.4.4.Ürün fiyatının oluşumu

Araştırma bölgesinde üreticilerin ürünlerini satarken fiyatı etkileyen en önemli faktör %86.76 ile ürün kalitesi olmuştur (bkz. Çizelge 5.54). Bunu %8.65 ile ürün miktarı ve %4.59 ile ödeme zamanı takip etmiştir. Zeytinyağında ise %79.73 ile ilk sırada ürün kalitesi gelirken %15.42 ile ürün miktarı ve %4.86 ile ödeme zamanı gelmiştir (bkz. Çizelge 5.55). Fabrikalar için ise satış fiyatını belirleyen en önemli kriterin %57.00 ile pazarda ve Ege Bölgesi'nde oluşan fiyat olduğu bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.96). Bu fiyat UZZK tarafından oluşturulan resmi rekolte tahmin heyetinin her yıl hazırladığı rapor sonucu oluşmuştur. Bunu %30.00 ile maliyet, %7.00 ile rekabet ve %6.00 ile marka imajı ve prestij takip etmiştir.

5.4.5.Pazarlama organizasyonunun etkinliğinin değerlendirilmesi

Tarımsal pazarlamanın ana amacı, tüketicilerin talep ettikleri tarımsal ürünleri istenilen yer ve zamanda istenilen kalite ve fiyatla temin edebilmelerinin sağlanmasıdır. Yağlık zeytin ve zeytinyağı sektöründe bu amaca ne kadar ulaşılabildiğini belirlenmesi amacıyla işletmelerin pazarlama hizmetleri incelenmiştir.

Pazarlama hizmetleri

Tarımsal pazarlama hizmetleri; ana ve yardımcı hizmetler olarak iki başlıkta incelenebilir. Ana hizmetler; toplama, işleme ve dağıtım, yardımcı hizmetler ise derecelendirme, standardizasyon ve kalite kontrolü, paketleme ve ambalajlama, taşıma ve depolamadır.

Ana hizmetler

İşletmelerin %83.38'i yağlık dane zeytinde ve %65.95'i zeytinyağında işletme dışında satış gerçekleştirmiştir (bkz. Çizelge 5.46). Yağlık dane zeytinler üreticiler tarafından bölgedeki aracılardan oluşturduğu yağlık dane zeytin alım merkezlerine, fabrikalara ve TARİŞ'e getirilerek sıkım işlemi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen zeytinyağının %7.00

oranındaki kısmı sıkım ücreti olarak hakyağ adı altında bu merkezlere verilmiş, geriye kalan kısım ise işletmeye getirilerek satış için uygun fiyat bulunana kadar bekletilmiştir. Aracılar tarafından oluşturulan alım merkezlerinde biriken yağlık dane zeytinler ise toplu bir şekilde fabrikalara gönderilmiştir.

Toplama hizmetinin etkin olarak yerine getirilmesi başlıca 4 faktöre bağlıdır (Emeksiz, 1994). Bunlardan birincisi tarım işletmelerinin pazarla olan yol bağlantısıdır. İncelenen işletmelerin ulaşım durumları yeterli seviyede olup etkinliği azaltıcı bir durum bulunmamıştır. İkinci faktör pazara olan uzaklık olmuştur. Yağlık dane zeytin alımı yapan işletmelerin %63.00'ü sanayi bölgesi dışında ve üretim alanlarının içinde veya çok yakınında bulunmamıştır. Bu yönden üretime olumsuz etki eden bir durumla karşılaşılmamıştır.

Üçüncü faktör işletme başına arz miktarı olmuştur. İşletme başına 23 657.77 kg yağlık dane zeytin ve 3 674.77 kg zeytinyağı pazara arz edilmiştir. Yağlık dane zeytinde tüm üreticiler aynı anda hasada başladığı için toplama merkezlerinde yığılmalar olduğu belirlenmiştir. Bunun sonucu olarak işleme merkezine getirilen zeytinlerin bekletildiği bulunmuştur. Bu bekleme sonucunda özellikle ürün kalitesinde bozulmalar olduğu bulunmuştur. Nitekim yağ işleyen işletmelerin pazarlamada yaşadığı en önemli sorunlar içinde yağlık dane zeytinlerde bekletme yapılması sorunu %28.00 oranına sahip olmuştur (bkz. Çizelge 5.89). Bu durumda pazarlama miktarının etkinliği olumsuz etkileyen bir faktör olduğu yağlık dane zeytin için söylenebilir. Zeytinyağı ise kısa sürede bozulan bir gıda olmaması nedeniyle pazarlama miktarının etkinliği azaltıcı bir unsur olduğu söylenemez.

Son faktör ise nakliyede kullanılan araçların cinsi ve bulunabilirliğidir. Hasat edilen yağlık dane zeytinler %77.94 oranında çuvallarla ve %22.06 oranında kasalarla taşınmıştır (bkz. Çizelge 5.39). Üretim alanından çuvallarla getirilen yağlık dane zeytinler hasat mevsiminde yaşanan yoğunluk nedeniyle toplama merkezlerinde üst üste yığılarak bekletilmiştir. Üst üste yığılmalar sonucu çuvallarda bulunan yağlık dane zeytinler büyük yığınlar oluşturmuş ve yığın içinde kızışma sonucu üründe kalite ve miktar kaybı olduğu bulunmuştur. Bundan dolayı nakliyede yağlık dane zeytinde

kullanılan çuvalların etkinliğe olumsuz etki ettiği söylenebilir. Zeytinyağında ise nakliyede plastik bidonlar kullanılmış olup pazarlama etkinliğini olumsuz etkileyecek bir duruma rastlanılmamıştır.

Toplama hizmetinde bir diğer aksaklık ise işleme merkezlerine getirilen hammaddenin kalitesidir. Pazarlama sorunlarında zeytin işleyen işletmecilerin %36.00'sı dip zeytinlerin dalından koparılanlarla karıştırılmasını önemli bir sorun olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Dalından kendi kendine düşen dip zeytinler dalda kalan diğer zeytinler hasat edilinceye kadar yerde beklemesi bozulmalara, kalite ve ürün kayıplarına neden olmuştur. Daha sonra bu zeytinler dalından toplanan zeytinlerle karıştırılınca toplam üretilen ürünün kalitesini de bozduğu belirlenmiştir.

Toplama hizmetinde pazarlama organizasyonunun etkinliğini olumsuz etkileyen diğer bir faktör hasadın sııklarla yapılmasıdır. İncelenen işletmelerin %52.78'i sııklarla hasatı tercih etmiştir. Sııklarla hasatta gelecek senenin meyve gözleri zarar gördüğü ve periyodisitenin etkisinin arttığı bulunmuştur. Bu da pazarlama organizasyonunun etkinliğini olumsuz etkilemiştir.

Tarım ürünleri belli merkezlerde toplandıktan sonra işlemeye alınır. İşlemenin amacı gıda hammaddesini ürüne göre yenilebilir hale getirmek olabildiği gibi ürünün bozulmasını önleyerek ömrünü uzatmak, piyasanın ve fiyatların sabitliğini sağlamak ve ürünlerin pazara sunumunu yıl içine yayabilmektir. Yağlık dane zeytinlere ham olarak yenilemediği için ya sofralık zeytin haline ya da zeytinyağına dönüştürülmesi amacıyla işleme yapılır. İşlemeye getirilen yağlık dane zeytinler öncelikle yapraklardan ayrılarak yıkandığı, daha sonra kırma makinelerinde kırılarak hamur haline getirildiği ve malaksiyon makinasında yoğurularak karıştırıldığı belirlenmiştir.

Malaksör (yoğurucu); zeytin meyvelerinin kırıcıdan ve eleklerden geçirildikten sonra aktarıldığı zeytin hamuru karıştırma makinesidir. Yoğurma işlemi, sıcaklık kontrollü sistemde ve düşük hızda zeytin hamurunun karıştırılmasıdır. Bu işlemde mikroskobik yağ zerrecikleri birleşerek daha büyük yağ damlalarını oluşturur. Moreno ve ark.(1957)'na göre kırma işleminden sonra yağ damlacıklarının %45.00'inin çapı 30

mikrondan büyük iken yoğurma işleminden sonra bu oran %80.00'e yükselir. Yoğurma işlemi ile bir yandan hamurdaki yağ zerrecikleri irileşirken diğer yandan da hamura homojen bir yapı kazandırılarak yağ verimi artırılır (Yorulmaz ve Tekin, 2008).

Malaksörün dış ceketlerinde (iki tabaka) sıcak su dolaştırılarak zeytin hamuru ısıtılır. Bu ısıtmadan da kasıt hamurdan yağı ayırmaktır. Giovacchino ve ark (2002)'e göre kaliteli zeytinyağı elde etmek için işleme sırasında dikkat edilmesi gereken önemli faktörlerden birisinin zeytin hamurunun yoğrulma sıcaklığı olduğu birçok kaynakta ifade edilmiş ve yoğurma işlemi için en uygun sıcaklığın 28-35 °C olduğu belirtilmiştir (Türkoğlu ve ark., 2012). Zeytin hamuru sıcaklığını optimum seviyede tutan işletmelerin oranı araştırma bölgesinde sadece %31.00'dir. İncelenen zeytinyağı işleyen işletmelerin %31.00'i malaksiyon sıcaklığını daha fazla yağ elde etmek amacıyla 40 °C'nin üzerine çıkarmış, malaksör makinesinin sıcaklığının artırılmasında kullanılan sıcak suyu aynı zamanda zeytin hamurunun içine vermiştir (bkz. Çizelge 5.78). Bu hem karasu miktarını artırmış hem de zeytinyağının kalitesini düşürmüştür. İçeri verilen suyun ısıtılması için de ekstra enerji harcanmıştır. Ayrıca hamura verilen su karasu olarak işletmeye geri dönerek üretim maliyetlerini artırmıştır. Yapılan ısıtma işleminin en önemli etkisinin zeytinyağının kalitesini düşürmesi olduğu belirlenmiştir.

Ayrıca yoğurma esnasında malaksiyon makinesinin kapağının kapalı tutularak yağın hava ile temasından kaçınılması gerekir. Oysa malaksör işlemi esnasında zeytinyağının fenol bileşenlerden ve antioksidanlardan kaynaklanan acılık ve yakıcılıkları istenmediğinden malaksör kapakları ve tanklar açık tutularak uçucu bileşenlerin kaybolması ve yağın tatlanması sağlanır. Bu uygulama ise yağın hava ile temasını sağlayarak yine kalitesinin düşmesine neden olur (Anonim, 2019). Bu nedenlerle malaksiyon işlemi esnasında yapılan yanlış uygulamaların pazarlama organizasyonunun etkinliğine olumsuz etki ettiği söylenebilir. Araştırma bölgesinde incelenen işletmelerin %23.00'ü bu kapak açma işlemini uygulamıştır. Zeytin hamuru sıcaklığının optimum seviyelerin üstüne çıkarılması ve yoğurma sırasında malaksörün kapağının açılması pazarlama etkinliğini olumsuz etkileyen işleme teknikleri olarak belirtilebilir.

Zeytinyağı üretim teknolojisi klasik ve modern olmak üzere ikiye ayrılır. Klasik sistemde hamur haline getirilen zeytinler pres makinalarında sıkılarak yağ ile karasu, kuru madde olan pirinadan ayrılır. Santrifüjleme makinalarında ise karasu ve yağ birbirinden ayrılarak zeytinyağı elde edilir. Modern sistemler ise kendi arasında üç fazlı ve iki fazlı olarak ikiye ayrılır. İki fazlı sistemde elde edilen zeytin hamuru doğrudan santrifüjlemeye tutularak karasu kuru madde olan pirinanın içinde tutularak yağdan ayrılır.

Bu sistemde karasu kuru maddenin içinde tutulduğu için işletmelerin karasudan kaynaklanan çevre kirliliği ve karasu imha sorunları olmaz. Üç fazlı sistemde ise santrifüjleme sonrası yağ, pirina ve karasu ayrı ayrı elde edilmekte ve bu durumda karasuyun imhası işlemini ekstra olarak işletmeye yük olarak getirir. Bu imha işlemini işletmeler, karasuyu havuzlarda tutarak yapmaya çalıştıklarından çevreye zarar verebilirler. İncelenen işletmelerin %47.00'si klasik, %32.00'si üç fazlı ve %21.00'i iki fazlı sistem kullanmıştır (bkz. Çizelge 5.77). Klasik ve üç fazlı sistemin oranının incelenen işletmelerde fazla olması sebebiyle çevrede oluşan zarar ve işletmenin zeytinyağı üretimine artı maliyet getirdiğinden dolayı pazarlama organizasyonuna olumsuz etki ettiği söylenebilir. Yağlık dane zeytinlerin işlenmesi sonucu naturel, naturel sızma, naturel birinci, naturel ikinci, rafine ve riviera zeytinyağı çeşitleri elde edilir (Türk Gıda Kodeksi, 2017).

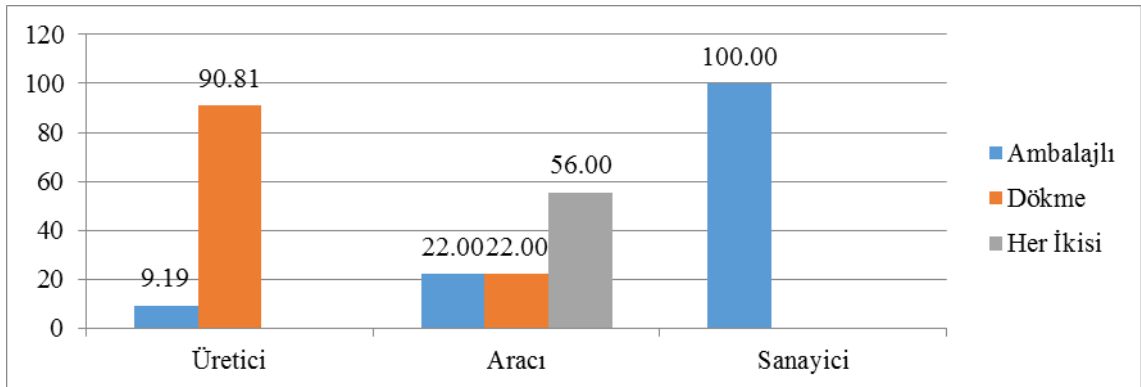
Dağıtım, elde edilen ürünlerin toplanıp tüketime hazır hale getirildikten sonra tüketicilerin satın alacağı yerlere sevk edilmesidir. Ürünlerin dağıtımını toptan ve perakende satış birimlerine ve tüketicilere dağıtımını içerir.

Zeytinyağının üreticiden alınıp bölge içinde ve dışında bulunan fabrikalara dağıtımını tüccarlar tarafından yapılmıştır. Fabrikalardan satışlar ise fabrikalar, toptancılar ve perakendeciler aracılığıyla yerine getirilmiştir. Araştırma bölgesinde bu konuyla ilgili pazarlama etkinliğini azaltıcı bir unsurla karşılaşılmamıştır.

Yardımcı hizmetler

Elde edilen yağların belirli kalite özelliklerine göre sınıflara ayrılması yağın kimyasal ve duyuşsal özelliklerinin korunması yönünden önemlidir. Değişik kaliteye sahip ve farklı özellikler gösteren yağların sınıflandırılması ve bu sınıfların birbirlerine karıştırılmadan depolanmaları gerekir. Aksi takdirde düşük kalitedeki yağların yüksek kaliteli yağlarla karıştırılması yüksek kaliteli yağlarda kalite kayıplarına neden olur (Kayahan ve Tekin, 2006). Zeytinyağında dereceleme ve standardizasyon; Türk Gıda Kodeksi'ne göre yapılır (Türk Gıda Kodeksi, 2017).

Araştırma bölgesinde yağlık dane zeytinde incelenen üretici işletmelerin %84.32'si zeytinyağında ise %78.38'i sınıflandırma yapmıştır (bkz. Çizelge 5.50). Aracıların ve yağlık dane zeytin işleyen işletmelerin ise tamamı yağlık dane zeytin ve zeytinyağında dereceleme ve standardizasyon yapmıştır. Yağlık dane zeytinde önem sırasına göre irilik, dirilik ve renk kriteri göz önüne alınırken zeytinyağında asitlik derecesi, tat, koku ve renk dikkate alınmakta ve sınıflandırma yapılmıştır. Bu yönüyle dereceleme ve standardizasyonda pazarlama etkinliğine etki edecek olumsuz bir duruma rastlanılmamıştır. Ürünün korunması, kolayca taşınabilmesi ve pazarlama gücünün artması amacıyla paketleme ve ambalajlama işlemi yapılır. Yağlık dane zeytin bekletilemeden yağa işlendiği için herhangi bir paketleme işlemine tabi tutulmamıştır. Zeytinyağı ise tenekte, cam ve plastik şişelerde paketleme yapılmıştır.



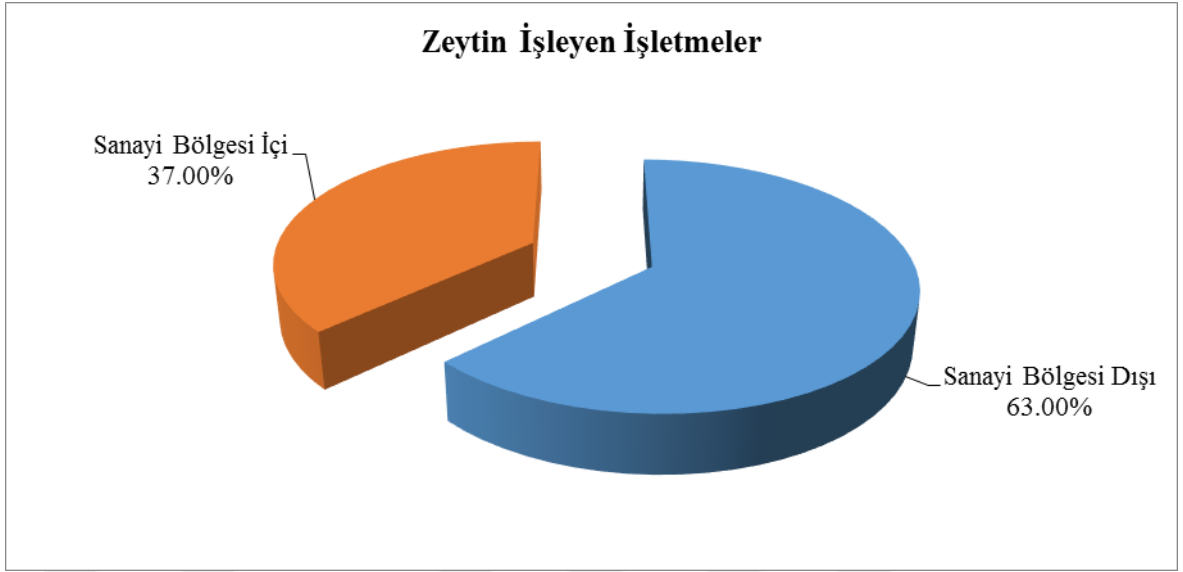
Şekil 5.9.İncelenen işletmelerde zeytinyağı ambalajlanma oranı (%)

Zeytinyağının ambalajlanması konusundaki kriterler Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'nin Ambalajlama – Etiketleme ve İşaretleme Bölümü'nde yer alır. Söz konusu yönetmelikte ambalajlamada kullanılacak materyalin gıda maddesiyle etkileşim göstermeyen ve bazı özel niteliklere sahip olması gerektiği belirtilmiştir.

Araştırma bölgesinde incelenen üretici işletmeler yağlık dane zeytinde paketleme yapmadan dökme şeklinde satış gerçekleştirmiştir. Zeytinyağında ise doğrudan tüketicilere satış yaptıkları için %9.19 oranında zeytinyağında paketleme yapmıştır. Aracı işletmeler ise satış yaparken dökme ve paketleme şeklinde satış yapmıştır. İşletmelerin %22.00'si paketli ürün satışı yapmıştır. Dökme satışlarda daha çok mavi büyük kalın plastik kaplarda kullanılırken paketlemede plastik pet şişeler ve teneke kutular kullanılmıştır. Fabrikalarda ise teneke, cam ve plastik kaplar kullanılmıştır (bkz. Şekil 5.9).

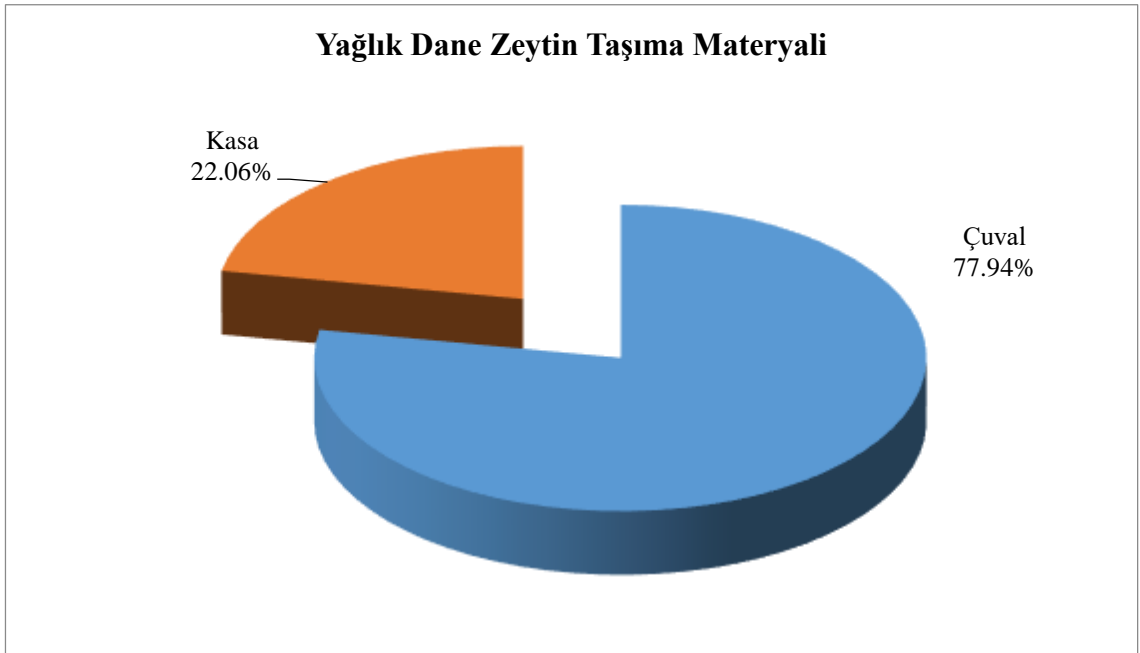
Dış ticaret açısından ambalajlama daha büyük önem taşımakta olup dışsatımda uyulması gereken usul ve esaslar Türk Standartları Enstitüsü "TS 341 Yemeklik Zeytinyağı Standardı ve TS 342 Yemeklik Zeytinyağı Muayene ve Deney Yöntemleri Standardının Dış Ticarete Zorunlu Uygulamaya Konulmasına İlişkin Tebliği" ile belirlenir. İncelenen yağlık dane zeytin işleyen işletmelerin %20.00'si ihracatta tamamı ambalajlı olarak satış yaparken tamamı dökme olarak satış yapanların oranı %60.00 olduğu bulunmuştur. İşletmelerin %20.00'si ise talebe göre ambalajlı ya da dökme satış yaptığı bulunmuştur (bkz. Çizelge 5.106). Genel olarak paketleme işleminde pazarlama etkinliğine olumsuz etki edecek bir durumla karşılaşılmamıştır.

Taşıma hizmeti dağıtım fonksiyonunun bir parçasıdır. Araştırma bölgesinde taşıma hizmeti iki aşamada yerine getirilmiştir. Biri yağlık dane zeytinin bahçeden işletmeye taşınması, diğeri elde edilen zeytinyağının üretici işletmelerinden ve işleme tesislerinden tüketim merkezlerine taşınmasıdır. İncelenen üretici işletmelerin %83.38'i yağlık dane zeytini işletme dışında satmış ve hasat edilen zeytinleri bahçeden işletme avlusuna traktörlerle taşımıştır. Yağlık dane zeytin işleyen işletmelerin %63.00'ünün sanayi bölgesi dışında ve üretim merkezlerinin içinde veya yakınında olmasından dolayı taşıma mesafesinin araştırma bölgesinde kısa olduğu bulunmuştur (bkz. Şekil 5.10).



Şekil 5.10.Zeytin işleyen işletmelerin konumu

Taşıma sırasında işletmelerin %77.94'ü taşıma materyali olarak çuval kullanmıştır (bkz. Şekil 5.11). Çuvallarla yapılan yağlık dane zeytin taşınmasında traktör römorklarında çuvalların üst üste yığıldığı, bekletildiği ve ürünün miktarı ve kalitesinde kayıplar olduğu bulunmuştur (Şimşek ve Yalçın, 2008). Taşıma esnasında çuval kullanımının pazarlama organizasyonunun etkinliğini önemli oranda olumsuz etkilediği söylenebilir.



Şekil 5.11.Yağlık dane zeytin taşıma materyali

Zeytinyağında ise üreticilerin %65.98'i işletme dışında satış yaparken %34.02'si işletme içinde satış yapmıştır (bkz. Çizelge 5.47). İşletme dışında satış yapan işletmeler genellikle yağhanelere sattıkları zeytinyağlarını işletmenin deposunda bekletmiş ve satışını gerçekleştirmiştir. Aracılar üreticiden aldıkları zeytinyağlarını kamyonet tipi araçlarla mavi bidonlarda bölge içinde taşımalarını yapmıştır. Bu nedenle taşıma mesafesinin kısa olduğu söylenebilir. Bölge dışından gelen araçlar için ise taşıma mesafesinin uzun olduğu söylenebilir. Yağhanelerden fabrikalara taşımada genellikle plastik büyük variller kullanılmıştır. Fabrikalardaki zeytinyağlarının tüketicilere ve perakendecilere taşınması esnasında büyük oranda ambalajlanmış ürünler modern araçlarla taşındığından herhangi bir olumsuzluğa rastlanılmamıştır.

Taşıma hizmetinde zeytinyağında herhangi bir olumsuzluğa rastlanılmazken yağlık dane zeytin taşınmasında çuval kullanılmasıyla ürünün kalitesinde ve miktarında meydana gelen kayıpların pazarlama organizasyonunun etkinliğine olumsuz etki ettiği söylenebilir.

Zeytinyağının uygun şartlarda muhafaza edilmemesi durumunda kalitesinde bozulmalar olabilir. Bu bozulmalar asitliğin artması, sabunlaşma olayı, ekşime, oksidasyonlar, peroksit sayısının artması ve duysal kalitenin bozulması şeklinde olabilir. Bu tür bozulmaların olmaması için sıcaklığın 10 °C üzerinde olmaması, yoğun ışıkla ve havayla temas etmemesi gerekir. Muhafaza için en uygun yöntem ise paslanmaz çelik tanklarda azot gazı altında saklanmasıdır (Kayahan ve Tekin, 2006; Keçeli, 2008).

Araştırma bölgesinde üreticiler, yağhaneler ve fabrikalar tarafından zeytinyağında depolama yapıldığı belirlenmiştir. Üreticilerin tamamı plastik gıda bidonlarında depolama yaparken yağhanelerde %83.05 oranında plastik kaplar kullanılmıştır. Yağhanelerde %16.95 oranında krom tanklar kullanılmıştır. 1 000.00 ton/yıl üstü kapasitesi olan işletmelerde ise %50.00 oranında çelik tanklar, %30.00 oranında ise beton tanklar kullanılmıştır (bkz. Çizelge 5.92). İşletmeler genel ortalamasında ise işletmelerin %52.00'si plastik bidonları, %27.00'si krom tankları, %16.00'si çelik tankları ve %5.00'i beton tankları kullanmıştır. Diğer kullanılan materyaller genel olarak zeytinyağı depolamaya uygunken üreticilerin ve yağhanelerin yoğun olarak

kullandıkları plastik tanklar zeytinyağının raf ömrünü ve kalitesini düşürerek pazarlama etkinliğini olumsuz etkiledikleri söylenebilir.

Pazarlama saydamlığı

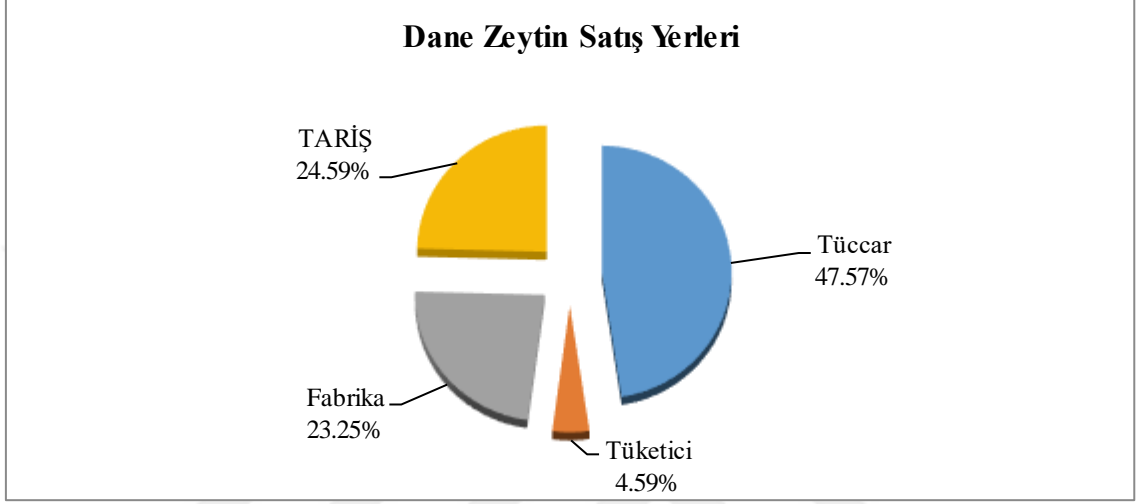
Pazarlamanın saydamlığını pazara katılan herkes tarafından pazar koşullarının erişilebilir olması belirler. Söz konusu ürünün arz ve talep miktarları ve gelecekte bu verilerdeki değişimlere ulaşabilme durumu pazarın saydamlığını ortaya koyar (Emeksiz, 1994). Bu verilerden pazar bilgileri üreticiden, pazarlama bilgileri ise pazarlama kanallarında bulunan işletmelerden elde edilebilir. Pazar saydamlığı için gereken başlıca şartlardan biri Türk Gıda Kodeksine göre derecelendirme ve standardizasyona uyulmasıdır. Bu konu daha önce pazarlama hizmetleri bölümünde incelenmiştir.

Saydamlık için diğer bir şart ise pazar bilgilerinden haberdar olmaktır. Araştırma bölgesindeki üretici işletmeler, genellikle ürünlerini sattıkları yerlerden pazar bilgilerini öğrenmiştir. Üreticiler fabrikalardan, yağhanelerden ve araçılardan bu haberlere ulaşabilirken araçılar diğer araçılardan ve fabrikalardan pazar haberlerini öğrenmiştir. Bölgedeki sanayi işletmelerinin %26.86'sı pazar araştırması yaptırmıştır. UZZK'nın yıllık rekolte tahmin raporu, bölgedeki ticaret borsalarının, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, Zeytincilik Araştırma ve Üretim Kuruluşlarının da sektöre yönelik raporları vasıtasıyla bölgede pazar bilgilerine rahatlıkla ulaşılabilirdiği belirlenmiştir. Bu yönüyle araştırma bölgesinde pazarlama organizasyonunun pazar saydamlığı yönünden yeterli olduğu söylenebilir.

Rekabet

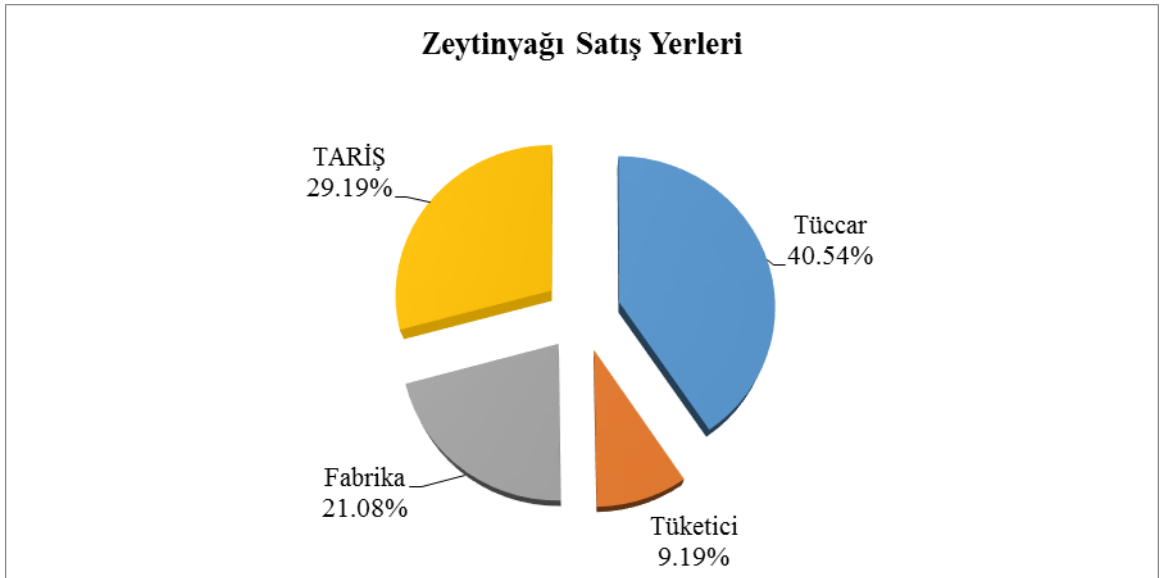
Üreticilerin pazar karşısındaki durumlarının (pazar pozisyonu ve pazar gücü) ve tüccar aşamasındaki rekabet yoğunluğunun incelenmesi ile pazarlama organizasyonunun rekabet açısından değerlendirilmesi mümkün olabilir. (Emeksiz, 1994). Üreticilerin pazarda güçlü olması için ulaşabilecekleri pazarlama kanallarının mümkün olduğunca fazla olması gerekir. Araştırma bölgesinde üreticiler yağlık dane zeytin pazarlanmasında 4 ana kanalı kullanmıştır. Yağlık dane zeytin alıcıları içinde tüccarlar

%47.57 oranında paya sahip olduğu bulunmuştur (bkz. Şekil 5.12). Ayrıca aracılara pazarda araçlar arasında rekabet olup olmadığı konusunda sorulan soruya ise araçların tamamı rekabetin olmadığı yönünde cevap vermişlerdir. Bu durumun pazara ürün satışı yapan üretici işletmeler için rekabet gücünün zayıflığı anlamı taşıdığı ve pazarlama organizasyonunu rekabet açısından olumsuz etkilediği bulunmuştur.



Şekil 5.12.Dane zeytin satış yerleri (%)

Aracıların rekabet gücünün zayıflaması açısından bölgede TARİŞ'in bulunması üreticiler için oldukça önemlidir. Ancak üretici işletmeler son yıllarda TARİŞ'in siyasi bir kurum haline dönüşmesinden ve üreticiden daha çok aracı ve tüccarları korur hale gelmesinden şikayet etmişlerdir.



Şekil 5.12.Zeytinyağı satış yerleri (%)

Zeytinyağı alıcı pazarında ise yine tüccarlar %40.54 oranla pazara hakim durumda olduğu bulunmuştur. Ancak TARİŞ'in payı zeytinyağı alıcısı konumunda tüccarların pazar hakimiyetini kırarak düzeyde ve %29.19 oranında paya sahip olduğu belirlenmiştir (bkz. Şekil 5.13). Tüccarlar açısından ise rekabetin yoğunluğu pazara giriş serbestisi ve tüccar davranış biçimleri ile belirlenmiştir. Tüccarların pazara giriş-çıkışlarında herhangi bir engel belirlenmemiştir. Tüccarlar arasında fiyat açısından herhangi bir rekabete rastlanmazken alım yönünden ödeme şekli, zamanı ve satış yönünden kaliteli ürünü zamanında teslim etme şeklinde davranış biçimleri, başvurdukları temel rekabet uygulamaları olduğu bulunmuştur. Bu yönüyle pazarda tüccarlar açısından çok az bir rekabetten bahsedilebilir. Fabrikalar açısından ise pazarda herhangi bir rekabete rastlanılmamıştır. Pazarlama organizasyonunun etkinliği rekabet açısından yağlık dane zeytinde yetersiz iken zeytinyağında kısmen yeterli olduğu söylenebilir. Yağlık dane zeytinde yetersiz olmasının temel nedeni olarak bölgede fazlaca zeytin üretimi yapılması nedeniyle alıcılar yönünden hammadde bulmada herhangi bir sorun yaşanmaması olduğu bulunmuştur.

Pazarlama marjı

Çizelge 5.127. Yağlık dane zeytin ve zeytinyağında pazarlama marjı

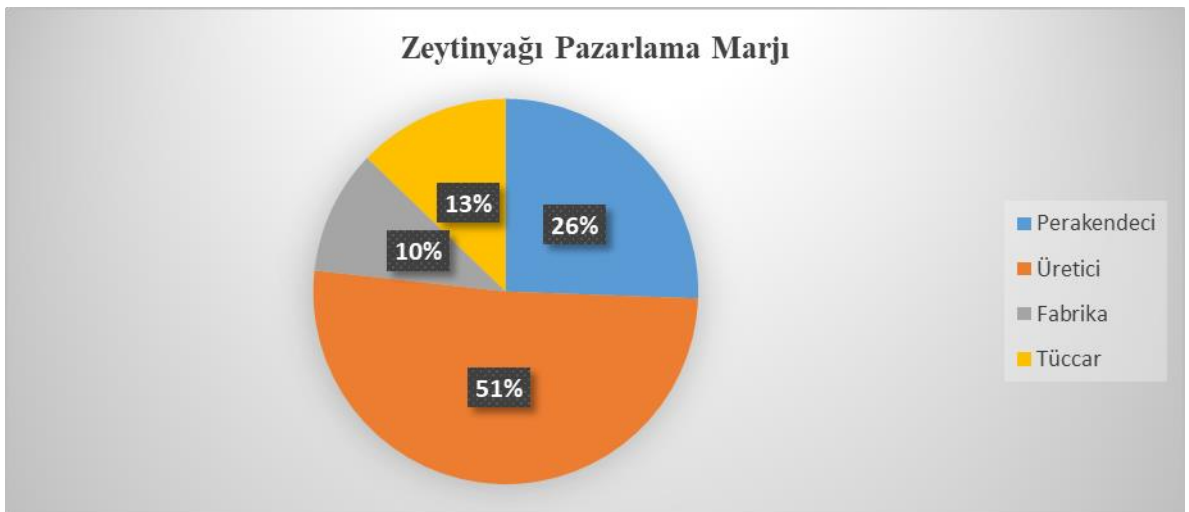
| Aracılar | Yağlık Dane Zeytin | | | Zeytinyağı | | |
|---|-------------------------|-----------------------|-------------------|-------------------------|-----------------------|----------------|
| | Satış Fiyatı (TL/kg) | Mutlak Marj(TL/kg) | Nispi Marj (%) | Satış Fiyatı (TL/kg) | Mutlak Marj(TL/kg) | Nispi Marj (%) |
| Üretici | 3.00 | | | 11.00 | | |
| Tüccar | 3.05 | 0.05 | 1.64 | 13.75 | 2.75 | 20.00 |
| Zeytinyağı Fabrikası | | | | 16.00 | 2.25 | 14.06 |
| Perakendeci | | | | 21.50 | 5.50 | 25.58 |
| Perakende Fiyatları İçinde Üretici Fiyatlarının Farkı (%) | 98.36 | | | 51.16 | | |

Pazarlama marjı; üreticinin sattığı fiyatla perakende fiyatı arasında oransal fark olarak açıklanabilir. Araştırma bölgesinde yağlık dane zeytinde üretici-tüketici, üretici-tüccar/toptancı-zeytinyağı fabrikası ve üretici-zeytinyağı fabrikası pazarlama kanalları kullanılırken zeytinyağında üretici-tüketici, üretici-tüccar/toptancı-zeytinyağı fabrikası-perakendeci-tüketici ve üretici-zeytinyağı fabrikası-perakendeci-tüketici pazarlama

kanalları bulunmuştur. Bununla beraber çoğunlukla yağlık dane zeytinde üretici-tüccar-zeytinyağı fabrikası ve zeytinyağında üretici-tüccar/toptancı-zeytinyağı fabrikası-perakendeci-tüketici pazarlama kanalı kullanılmıştır. Bu nedenle kullanılan bu pazarlama kanallarında Çizelge 5.127’de pazarlama marjı incelenmiştir.

Yapılan inceleme sonucunda TR22 Bölgesi’nde yağlık dane zeytin satış fiyatları üretici aşamasında 3.00 TL iken fabrikaya ulaşıncaya kadar %1.64 oranda artarak 3.05 TL değere ulaşmıştır (bkz. Çizelge 5.127). Araştırma bölgesinde araçlar üretim bölgelerine yakın ürün alım noktaları kurarak rekabetçiliklerini artırmakta ve çok küçük kar marjlarıyla ürünü alarak fabrikalara günlük ürün gönderdiği belirlenmiştir. Zeytinyağında ise satış fiyatları üreticide 11.00 TL/kg iken tüketiciye ulaşıncaya kadar %51.16 oranında artarak 21.50 TL/kg olmuştur.

Perakende fiyatları içerisinde üretici fiyatlarının payı %51.16 olduğu bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle perakende fiyatı içerisinde marjların payı %48.84’tür. Araçlar düzeyinde en yüksek marj perakendecilerde (5.50 TL/kg; %25.58) olduğu belirlenmiştir. Tüccarların satış fiyatı 13.75 TL/kg olup mutlak marj 2.75 TL/kg, nispi marj %20.00 olarak bulunmuştur. Fabrikaların satış fiyatı 16.00 TL/kg olup mutlak marj 2.25 TL/kg, nispi marj %14.06 olarak bulunmuştur.



Şekil 5.14.Zeytinyağı pazarlama marjları (%)

Şekil 5.14'te perakende fiyatları üzerinden zeytinyağına ödenen pazarlama marjı oranları görülebilir. Daha açık bir ifadeyle tüketicinin zeytinyağı harcamaları içerisinde üretime ve pazarlamaya ne oranda ödeme yapmış olduğu Şekil 5.13'te gösterilmiştir. Tüketiciler zeytinyağı perakende fiyatının %51.00'i üretim masrafları için üreticiye öderken %49.00 oranında pazarlama masrafları için pazarlama zincirindeki aktörlere ödemiştir. Tüketici perakende fiyatı içerisinde tüccara %13.00, fabrikalara %10.00 ve perakendeciye %26.00 oranında ödeme yapmıştır.

5.5.İncelenen İşletmelere Uygulanan Lojistik Regresyon Analizi

İncelenen işletmelerde Saf Hasıla/Aktif Sermaye oranı, piyasa faizinin altında kalan 242 işletme başarısız ve üstünde olan 128 işletme başarılı olarak bulunmuştur. Çalışmanın yapıldığı dönemde piyasa faiz oranı %9.82'dir (Anonim, 2017). 8 bağımsız değişken üzerinden bir model oluşturulmuş ve Binary Lojistik Regresyon Analizi yapılmıştır. Değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri Çizelge 5.128'de gösterilmiştir.

Çizelge 5.128.Değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri

| Değişken Türü | Değişken Adı | Ortalama | Std.Sapma | Minimum | Maksimum |
|-----------------------------|---|----------|-----------|---------|----------|
| Bağımlı | Saf Hasıla/Aktif Sermaye < (>) piyasa faizi | 0.65 | 0.48 | 0 | 1 |
| Bağımsız | Yaş | 1.22 | 0.52 | 32 | 88 |
| | Eğitim Düzeyi | 2.2 | 1 | 1 | 4 |
| | Mesleki Eğitim | 0.01 | 0.10 | 0 | 1 |
| | Örgütlülük | 0.68 | 0.47 | 0 | 1 |
| | Eğim | 0.17 | 0.38 | 0 | 1 |
| | İşletme Büyüklüğü | 1.6 | 1.33 | 0.22 | 245 |
| | Kredi Kullanım Durumu | 0.42 | 0.49 | 0 | 1 |
| | Zeytinyağı Üretimi | 1.18 | 1.08 | 0 | 49480.2 |
| Zeytin Dışı Tarımsal Üretim | 0.43 | 0.49 | 0 | 1 | |

Yapılan analiz sonucunda modele ait bağımlı değişkenin sınıflandırmadaki başarı oranını gösteren sonuçlar Çizelge 5.129'da görülmektedir. Buna göre analizin tamamlandığı ve değişkenlerin belirlendiği son adımda kurulan Lojistik Regresyon modelinin doğru sınıflandırma oranı %83.90 bulunmuştur. Ayrıca yapılan ikili (binary) Lojistik Regresyon analizi sonucunda söz konusu model Aktif Sermaye faizinin altında SH değeri olanları %69.10 ve Aktif Sermaye faizinin üstünde olanları %91.60 oranında doğru sınıflandırma yapmıştır.

Çizelge 5.129. Analiz modelin sınıflandırma başarısı

| | Gözlemlenen | | Tahmin Edilen | | |
|----|---------------------|-----------|---------------|----------|--------------------|
| | | | SH | | Percentage Correct |
| | | | Başarısız | Başarılı | |
| SH | Ortalama SH Altında | Başarısız | 85.00 | 38.00 | 69.10 |
| | Ortalama SH Üstünde | Başarılı | 20.00 | 218.00 | 91.60 |
| | Overall Percentage | | | | 83.90 |

İşletmelerin SH değerine etki eden değişkenlerin belirlenmesi amacıyla yapılan analizin sonucu Çizelge 5.130'da verilmiştir. Lojistik Regresyon denkleminde p, incelenen olayın gözlenme olasılığını, Y değişkeninin Xp değişkeninin etkisi ile kaç kat daha fazla ya da % kaç oranında fazla gözlenme olasılığına sahip olduğunu belirten ODDS oranını ise Exp (B) göstermiştir.

Çizelge 5.130. Logit model sonuçları

| MODEL | | | | | |
|---|---------|-----------|------------------|-------|---------|
| SH durumu = $-\beta_0 - \beta_1$ Yaş + β_2 Öğrenim Durumu + β_3 Örgütlülük Durumu + β_4 Arazi Eğimi - β_5 İşletme Büyüklüğü + β_6 Kredi Kullanım Durumu - β_7 Zeytinyağı üretim Durumu + β_8 Zeytin Harici Tarımsal Üretim Durumu | | | | | |
| Bağımlı Değişken= Saf Hasıla | | | | | |
| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Std. Hata | Wald İstatistiği | p | Exp (B) |
| Yaş | -2.163 | .467 | 21.424 | .000* | .115 |
| Öğrenim Durumu | .942 | .232 | 16.454 | .000* | 2.565 |
| Örgütlülük Durumu | -1.123 | .459 | 5.991 | .014* | .325 |
| Arazi Eğimi | .014 | .466 | .001 | .976 | 1.014 |
| İşletme Büyüklüğü | -.846 | .256 | 10.926 | .001* | .429 |
| Kredi Kullanım Durumu | -.177 | .504 | .124 | .725 | .838 |
| Zeytinyağı Üretim Durumu | 3.858 | .538 | 51.364 | .000* | 47.383 |
| Zeytin Harici Tarımsal Üretim Durumu | -1.079 | .424 | 6.464 | .011* | .340 |
| Sabit Terim | .527 | .850 | .385 | .535 | 1.694 |
| Model Özeti: -2 Log olabirlik değeri = 210.264, Cox & Snell R ² = 0.504, Nagelkerke R ² = 0.697, X ² = 155.534 | | | | | |

*%5 önem düzeyinde anlamlı bulunmuştur

Başlangıç modeline ait -2log olabirlik değeri 210.264 bulunmuştur. Model için uyum iyiliği ölçüsü olarak kullanılan R² değerlerinden Nagelkerke indeksi Cox-Snell indeksine maksimum değere göre bir düzeltme yapmış ve daha büyük değer çıkmıştır. Nagelkerke indeksine göre model için uyum iyiliği değeri %69.70'tir. R² değerinin 0.697 olması Saf Hasılayı etkileyen faktörlerden %69.70'inin modeldeki değişkenler tarafından açıklanabildiğini göstermiştir.

İşletmelerin SH değerine etki eden değişkenlerden işletmeci yaşı, öğrenim durumu, örgütlülük durumu, işletme büyüklüğü, zeytinyağı üretim durumu ve zeytin harici tarımsal üretim %5 önem düzeyinde anlamlıdır. Exp (B) değeri en yüksek değişkenler zeytinyağı üretim durumu, işletmecinin öğrenim durumu ve arazi eğimi bulunmuştur. Zeytinyağı üretim durumunun Exp (B) değeri 47.383'tür. Yani diğer değişkenler sabit kalmak koşuluyla zeytinyağı üretimindeki bir birimlik değişiklik SH değerini 47.38 kat artıracaktır. İşletmecinin öğrenim durumunun Exp (B) değeri ise 2.565'tir. Yani diğer değişkenler sabit kalmak koşuluyla işletmecinin öğrenim durumundaki bir birimlik değişiklik SH değerini 2.56 kat artıracaktır. İşletme arazisinin eğim durumunun Exp (B) değeri ise 1.04'tür. Yani diğer değişkenler sabit kalmak koşuluyla düz arazide üretim yapılması yönünde bir birimlik değişiklik SH değerini 1.04 kat artıracaktır.

İncelenen işletmelerin Aktif Sermaye içerisinde Para Mevcudu ve Alacakların %1.24 oranında olduğu (bkz. Çizelge 5.16) ve Pasif Sermaye içerisinde borç oranının %2.18 olduğu (bkz. Çizelge 5.17) belirtilmişti. Zeytin dışı tarımsal üretimin %38.38 oranında olduğu (bkz. Çizelge 5.11) ve işletmelerin %81.62'sinin yağlık dane zeytini hasat sonrası hemen sattığı bulunmuştu. Bu veriler ışığında işletmelerin borç almayı tercih etmedikleri ve zeytin dışı tarımsal üretimde bulunmadıklarından dolayı tamamen zeytinden gelen gelire ihtiyaç duymaları nedeniyle hasat sonrası mahsulü yağlık dane zeytin olarak satma zorunluluğu duydukları söylenebilir. Bunun neticesinde ise katma değeri daha fazla olan zeytinyağı gelirinden vazgeçtikleri söylenebilir. Gelir baskısı yaşamayan işletmelerin ise yağlık dane zeytin yerine zeytinyağı satışını tercih ederek Saf Hasıla miktarlarını artırdıkları söylenebilir. Üretici işletmelerin gelir baskısından kurtularak zeytinyağı satışına yönelebilmeleri için araştırma bölgesinde zeytin harici tarımsal üretimlerin teşvik edilmesi ve düşük faizli kredi imkânlarının sunulmasının faydalı olacağı söylenebilir.

5.6.İncelenen İşletmelere Uygulanan SWOT Analizi

Çizelge 5.131.Araştırma bölgesi zeytin sektörü SWOT analizi ile değerlendirilmesi

| GÜÇLÜ YÖNLER | ZAYIF YÖNLER |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Bölgede zeytinciliğin köklü bir geçmişi olması ve buradan elde edilen bilgi ve tecrübe birikimi• Bölgenin yağlık zeytin üretimine uygun kendine has iklimsel yapısı• Araştırma bölgesinin turizm alanı olmasından dolayı üreticilerin doğrudan tüketiciye daha kolay ulaşabilmeleri ve tüketimin artırılmasına katkısı• Turizmin bölge zeytinyağının tanıtımına ve imajına olumlu katkıları• Bölgeye has zeytinyağı varlığı• Bölgenin Türkiye’de coğrafi işaret alan 5 zeytinyağından 2’sine sahip olması• Yüksek ağaç varlığı• Bölgede zeytinyağı sanayisinin gelişmiş olması ve modern tesislerin bulunması• Bölgede kooperatifçiliğin gelişmiş ve yaygın olması• TARİŞ aracılığıyla üreticinin ürün fiyatlarına müdahale edebilme olanağı• Bölge zeytinyağının Türkiye’de ve dünyada tanınır ve pozitif bir imaja sahip olması• Bölgede kaliteli üretime ilgide artış yaşanması• Bölgede üretimin geçmişinin uzun yıllara dayanması• Bölgedeki tüketimin Türkiye ortalamasının üzerinde olması• Bölgenin büyük iç ve dış pazarlara yakınlığı• Bölgede zirai mücadelenin toplu yapılabilme imkanının olması• Bölgede zeytin fidanı yetiştiriciliğinin gelişmiş olması | <ul style="list-style-type: none">• Makineli üretim yapılamaması nedeniyle hasadın büyük maliyet oluşturmaları• Üreticilerin kaliteli ürün üretimine yeterince önem vermemesi• Daldan hasat edilen zeytinlerle dip zeytinlerin karıştırılması• Yağlık dane zeytinlerin çuvala taşınması ve sıkım işletmelerinde mahsulün beklemesi• Yağhanelerde ve fabrikalarda malaksiyon (yoğurma) işlemi sırasında kaliteyi düşüren uygulamaların yapılması• Zeytinyağı işleme sanayinde iki fazlı sisteme yeterince geçilememesi ve karasuyun imhasında yaşanan çevresel kirlilik• Bölgede geçmiş yıllara göre alternatif ürün (pamuk, tütün) yetiştiriciliğinin yok olması• TARİŞ’in siyasi etkilerle üretici lehine yaptığı uygulamaların etkisinin azalması• Üretim maliyetlerinin yüksek olması• Desteklemelerin yok denecek seviyede ve yetersiz olması• İhracata yönelik şartları taşıyan zeytinyağı üretiminin az olması• Kaliteli hammadde temininin zor olması• Üreticinin ürettiği ürünün alımında analiz yapılmaması, ürün kalitesine göre değil miktarına göre fiyat belirleme uygulaması |

| FIRSATLAR | TEHDİTLER |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bölgede zeytincilikle ilgili yüksek okulların varlığı • Bölgede kaliteli ve özel üretim zeytinyağlarının üretimine olan ilginin artması • Zeytinyağının toplumdaki olumlu imajının bölgenin zeytinyağıyla anılmasıyla birleşmesi • Zeytin ve zeytinyağı konusunda üreticiler, zeytinyağı işletmeleri, resmi kurumlar, STK'lar ve bireylerin tanıtım faaliyetleri • Bölgeye gelen turist sayısının her geçen gün artması • Son yıllarda yapılan yol çalışmalarıyla büyük pazarlara ulaşımın kolaylaşması ve mesafelerin kısılması • Bölgedeki işletmelerin ulusal ve uluslar arası yarışmalarda aldıkları ödüllerin ve zeytinyağı işletmelerinin bu alana ilgisinde artış olması • Bölgede zaman zaman zeytin ve zeytinyağı konusunda uluslar arası toplantı, seminer ve sempozyumların düzenlenmesi | <ul style="list-style-type: none"> • Bölgedeki maden faaliyetlerinin artması sonucu zeytin üretim alanlarını tehdit etmesi ve artan çevre kirliliği • Turizm sektörünün bölgede gelişme göstermesi sonucu artan yapılaşmayla zeytinlik alanların azalması • Alternatif ürün üretiminin yok olması nedeniyle üretici işletmelerin fiyat dalgalanmalarından daha fazla etkilenmesi • Suriye'den transit geçiş amacıyla çok düşük fiyatlardan ülkeye giren zeytinyağının iç pazara girmesi sonucu zeytinyağı fiyatlarında yaşanan olağandışı düşüşler • Denetim eksikliği veya yetersizliği nedeniyle taklit-tağşişle üretilen zeytinyağları nedeniyle fiyatta, bölge zeytinyağı imajında ve pazarda yaşanan olumsuzluklar • Zeytin arazilerinin eğimli olması nedeniyle kültürel uygulamalarda yaşanan aksaklıklar • Üretici işletmelerin küçük ve parçalı yapıda olması • Bölgede periyodisitenin varlığı ve oranının yüksek olması • Yeterli denetim olmaması nedeniyle kayıtdışı ve taklit-tağşiş ürünler engel olunamaması • Bölgedeki zeytin ağaçlarının yaşlı olması • Kültürel uygulamaların yapılmasında kalifiye eleman bulma zorluğu |

6.SONUÇ ve ÖNERİLER

6.1.İşletmelere Ait Sonuçlar ve Öneriler

TR22 Bölgesi'ndeki yağlık zeytin ve zeytinyağı sektörünün yapısı ve pazarlama durumu, üretimden tüketicinin önüne gelene kadar ki tüm süreç bu çalışmada incelenmiştir. 2017-18 üretim yılı içinde yapılan bu araştırmada 370 adet yağlık zeytin üreticisi 3 tabaka olarak, 100 adet zeytinyağı işletmecisi 4 tabaka olarak ve 50 adet aracı işletme 2 tabaka olarak incelenmiştir.

Yapılan çalışma sonucunda TR22 Bölgesi'nde yaş ortalaması 55.24, mesleki deneyim süresi 36.62 yıl, %14.59'u lisans ve %18.65'i lise mezunu olan yağlık zeytin üretici profili bulunmuştur İşletmecilerin %68.38'inin kooperatif veya birlik üyeliği bulunmuş, %65.95'inin Ziraat Odasına, %62.70'inin TARİŞ'e üyeliği bulunmuştur. İşletmecilerin %41.89'unun kredi borcu olduğu belirlenmiştir. İşletmelerin ortalama büyüklüğü 36.80 da, işletme başına düşen ortalama parsel sayısı 2.45 ve ortalama parsel büyüklüğü 20.06 da bulunmuştur. Bu açıdan Türkiye geneline göre bu bölgedeki işletme büyüklüklerinin daha küçük olduğu söylenebilir. İncelenen işletmelerde kiralık araziye rastlanmamıştır. Arazilerin %97.30'u kuru ve %74.96'sı eğimli yapıya sahiptir. İşletme arazilerinin küçük, parçalı ve eğimli olmasının, bakım faaliyetlerinin yapılmasını zorlaştırdığı ve üretim maliyetlerini artırdığı söylenebilir.

İşletmelerin %61.62'si sadece zeytin yetiştiriciliği yaptığı, %55.68'inin tarım dışı geliri olduğu, tarım dışı gelirin en fazla kira ve işçilikten elde edildiği anlaşılmıştır. İşletmelerin %31.89'unda hayvancılık faaliyeti yapılırken aile birey sayısı ortalama 5.22 kişi olup bunların 1.89'u zeytin üretiminde yılda ortalama 34 gün çalıştığı belirlenmiştir. Daimi işçi sayısı işletme başına 0.15 olup geçici işçi sayısı var yıllarında ortalama 9.18, yok yıllarında ise 2.08 olarak bulunmuştur.

İncelenen işletmelerde Aktif Sermayenin %90.32'sini Arazi Sermayesi oluşturmuştur. Bölgenin genelinin turizm bölgesi olmasından dolayı zeytinlik fiyatlarının arsa fiyatlarına yaklaşmış olması, Arazi ve Toprak Sermayesinin Aktif Sermaye içerisinde

oranının yüksek çıkmasına neden olmuştur. Arazi Sermayesi içerisindeki Toprak Sermayesi, Aktif Sermayenin %60.50'sini oluşturmuş, ardından %17.48 ile Zeytin Ağacı Sermayesi ve %11.10 ile Bina Sermayesi gelmiştir. Zeytin Ağacı Sermayesi dışında kalan Bitki Sermayesi %1.25 ve Hayvan Sermayesi %0.43 bulunmuştur. Bu sebeple işletmelerin ana faaliyet alanı olan zeytin yetiştiriciliği dışında tarımsal üretim faaliyetinde bulunmadıkları sonucuna varılmıştır. Bu durum üreticiyi tamamen yağlık zeytin ve zeytinyağı sektörüne bağımlı duruma getirmiştir. Bu nedenle işletmelerin sektörde yaşanan olumsuzluklara daha hassas olduğu ve gelir baskısını daha fazla hissettiği sonucuna varılmıştır.

İşletmelerde Aktif Sermaye 26 693.58 TL/da olarak bulunmuştur. İşletmelerin sektörde yaşanan fiyat dalgalanmalarından dolayı genel olarak borçlanmayı tercih etmedikleri ve özsermaye oranlarının %97.82 olduğu bulunmuştur. İşletmelerin kapital oranları incelendiğinde döner kapital oranı; işletmeler ortalamasında 1.89, işletme kapital oranı 4.43 ve net kapital oranı 45.84 bulunmuş, işletmelerin genel olarak borçlarını ödemede herhangi bir zorlukla karşılaşmadıkları sonucuna varılmıştır. İşletmelerin Özsermaye miktarı 26 111.24 TL/da bulunmuştur.

İşletmelerin yıllık faaliyet sonuçları incelendiğinde Gayri Safi Üretim Değerinin incelenen işletmelerde %50.36'sını zeytinyağının, %21.29'unu yağlık dane zeytinin, %13.16'sını diğer tarım ürünlerinin (mandalina ve incir) ve %11.41'ini ise hayvansal gelirin oluşturduğu bulunmuştur. İşletmelerde GSÜD 92 716.80 TL/işl. ve 2 519.48 TL/da, GSH 99 636.29 TL/işl. ve 2 707.51 TL/da olarak bulunmuştur. GSÜD, GSH'nin %93.06'sını oluşturmuştur. İşletme Masrafları değeri 1 277.19 TL/da bulunmuştur. İşletme Masrafları incelendiğinde en yüksek masraf kaleminin %33.90 ile işçilik masrafları ve %30.85 ile materyal masrafları olduğu belirlenmiştir. Bölgenin eğimli yapısının makineleşmeye izin vermemesi nedeniyle özellikle hasatta yoğun işgücü kullanılmasının ve materyal masraflarının oransal olarak fazla çıkmasının işletmelerin faaliyetlerini olumsuz etkilediği söylenebilir. İncelenen işletmelerde SH 52 635.84 TL/işl. ve 1 430.32 TL/da bulunmuş, işletmelerdeki GSH'nin %52.83'ünü SH, %47.17'sini İşletme Masrafları oluşturmuştur. Buradan işletmelerin yaptıkları masraftan daha fazla üretim yaptıkları sonucuna varılmıştır. İşletmelerde Gerçek Masraf değeri ise

1 247.75 TL/da bulunmuştur. Zeytin üretimi faaliyetine ait Değişen Masraflar içerisinde en yüksek oran %32.14 ile geçici işçilik ücretleri olmuştur.

İncelenen işletmelerde zeytin faaliyetine ait brüt kar, zeytin faaliyetinde 49 424.17 TL/işl. ve 1 343.05 TL/da olup zeytin üretiminin brüt kar oranı %72.07 olmuştur. Tarımsal Gelir; 53 718.99 TL/işl. ve 1 459.76 TL/da olarak bulunmuştur. Rantabilite, incelenen işletmelerde ortalama 52.83, öz sermayenin karlılığını gösteren Mali Rantabilite 5.24 ve toplam yatırım sermayesinin karlılığını veren Ekonomik Rantabilite 5.35 olarak bulunmuştur. İncelenen işletmelerde Rantabilite Oranlarının 2017 yılı itibariyle tarımsal üretim kredi faiz oranı olan %4.91'in üzerinde olduğu, bundan dolayı ekonomik yönden başarılı bir girişimde buldukları sonucuna varılmıştır.

İncelenen işletmelerde 1 kg yağlık zeytinin üretim maliyeti 2017-18 üretim yılı itibariyle 1.88 TL/kg bulunmuştur. Söz konusu yıl yağlık dane zeytin satış fiyatının 3 TL/kg olduğu gözönüne alındığında işletmelerin karlı bir faaliyette bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. İşletmeciler, yağlık zeytin üretiminde yaşadıkları en önemli sorun olarak %28.92 ile girdi maliyetlerinin ve %27.03 ile hasat maliyetlerinin yüksek olduğu görüşüne, yağlık zeytin üretim miktarına ve kalitesine etki eden üretim teknikleriyle ilgili periyodisitenin üretimi olumsuz olarak en fazla etkileyen faktör olduğu (4.61) görüşüne katılmıştır.

İncelenen işletmelerde uygulanan lojistik regresyon analizinde işletmelerdeki zeytinyağı üretimindeki bir birimlik değişikliğin SH değerini 47.38 kat, işletmecinin öğrenim durumundaki bir birimlik değişiklik SH değerini 2.56 kat ve düz arazide üretim yapmada bir birimlik değişikliğin SH değerini 1.04 kat artıracığı bulunmuştur. İşletmelerin gelir baskısı nedeniyle zeytinyağından elde edecekleri katma değerden vazgeçerek yağlık dane zeytin satışına yöneldikleri bulunmuştur.

Genel olarak işletmeler, araştırma bölgesinin eğimli arazi yapısından dolayı yoğun işgücü kullanım zorunluluğunun ve girdi fiyatlarının fazlalığının getirdiği yük nedeniyle sorunlar yaşamıştır. Ayrıca pazardaki fiyat dalgalanmaları sebebiyle borçlanmaktan kaçınması, periyodisitenin etkisi ve zeytin harici tarımsal gelirinin olmaması nedeniyle

nakit baskısından dolayı sorunlar yaşamıştır. İşgücü maliyetlerinin düşürülmesine yönelik hasat makineleri başta olmak üzere makineleşmenin teşvik edilmesi, periyodisitenin azaltılması için bakım faaliyetlerinin düzenli yapılmasını sağlamaya yönelik uçakla havadan ilaçlama yönteminde olduğu gibi toplu bir şekilde yapılmasının sağlanması, bakım faaliyetlerinin yapılmasının teşvik edilmesi ve takip mekanizmalarının oluşturulması, sulama sistemlerine yönelik teşviklerin artırılması, girdi maliyetlerinin yükünün azalması için bu yöndeki destekleme miktarlarının artırılmasının yaşanan sorunların çözümüne katkı sunacağı sonucuna varılmıştır. İşletmecinin, üzerindeki nakit baskısının azaltılması ve yağlık dane zeytin satışından zeytinyağı üretimi ve satışına yönelmesinin sağlanması için, yağ prim destek miktarının artırılması, bölgenin iklimsel yapısına uygun alternatif ürünlerden olan mandalina ve incir üretiminin yaygınlaştırılması, bölgede daha önce üretimi yapılan pamuk ve tütün gibi ürünlerin bölgesel teşvik kapsamına alınması, zeytinyağı fiyatlarındaki dalgalanmaların önüne geçilmesi için geçmişte uygulanmış olan fiyat politikalarının ve müdahalelerinin yeniden uygulamaya konulması ve yağlık zeytin üretimine yönelik düşük faizli tarımsal kredi uygulamasının yaşanan sorunlara çözüm olabileceği sonucuna varılmıştır.

Bölgede zeytin işleyen işletmelerden 59 adet yağhane ve 41 adet fabrika ile olmak üzere toplamda 100 adet yağ işleyen işletme ile anket çalışması yapılmıştır. İşletmecilerin %73.00'ünün işletme sahibi, %43.00'ünün 40-50 yaş aralığında olduğu, %5.00'inin kadın olduğu, %47.00'sinin lisans mezunu olduğu, %84.00'ünün 5 yıl üstü sektörde iş tecrübesine sahip olduğu, %84.00'ünün hijyen eğitimi aldığı, %85.00'inin ise zeytinyağı kodeksi bilgisi bulunduğu belirlenmiştir. İncelenen işletmelerin %11.00'i son 10 yıl içinde, %44.00'ü 10-20 yıl arasında ve %45.00'i ise 20 yıldan daha eski kurulmuştur.

Yağlık zeytin işleyen işletmeler yıllar ortalamasında %54.76 kapasite kullanım oranıyla çalışmış ve atıl kapasite sorunu yaşamıştır. İncelenen işletmelerin %73.00'ünün marka varlığı, %42.00'sinin kalite yönetim sistemi varlığı bulunmuştur. İşletmelerin ürettiği zeytinyağının %81.00'ünü naturel sızma çeşit zeytinyağı oluştururken %13.00'ünü naturel birinci çeşit zeytinyağı, %5.00'ünü rafine ve %1.00'ünü riviera çeşidi zeytinyağı

oluşturmuştur. İşletmelerin %20.00'sinin ihracat yaptığı, %9.00'unun ise daha önce ihracat yaparken bıraktığı belirlenmiştir. İhracat yapmayan işletmeler %28.17 ile gerekli organizasyonu olmamasını ihracat yapmama sebebi olarak belirtmiştir. İhracat yaparken bırakan işletmeler bırakma nedeni olarak ilk sırada %44.44 ile rekabet gücünün zayıf olmasını belirtmiştir. İhracat yapmayan işletmelerden şartlar uygun olduğunda ihracat yapmayı düşünenlerin oranı %53.52 bulunmuştur. İhracat yapan işletmelerin ihracatta engel olarak gördükleri en önemli faktör dış pazar bilgisi olan eleman bulma eksikliği olmuştur.

İşletmelerin zeytinyağı üretimiyle ilgili yaşadığı en önemli sorun olarak %36.00 ile pazarda yaşanan taklit-tağşişin önüne geçilememesini belirtmiştir. Daha sonra %23.00 ile özellikle son yıllarda Suriye'den transit yurtdışına satılmak üzere getirilip piyasaya sürülen ithal zeytinyağının neden olduğu sorunlar bulunmuştur. Çok düşük fiyatlarla getirilen bu zeytinyağları pazardaki zeytinyağı fiyatını da iç piyasa şartlarından bağımsız olarak aşağı çekmiştir.

Araştırma bölgesinde incelenen aracı işletmelerin 41'i yağlık dane zeytinde aracılık faaliyetinde bulunurken 9'u zeytinyağında aracılık faaliyetinde bulunmuştur. Yağlık dane zeytinde aracılık faaliyetinde bulunan işletmecilerin yaş ortalaması 46, zeytinyağında aracılık yapanların yaş ortalaması 42 bulunmuştur. İşletmecilerin %24.00'ü lisans ve üstü mezunu, %38.00'i ilkokul ve %38.00'i lise mezunu olduğu bulunmuştur. İşletmecilerin %24.00'ünün hijyen eğitimi, %32.00'sinin kodeks bilgisi olduğu bulunmuştur. İşletmecilerin %84.00'ü zeytin üretim faaliyetinde bulunduğu ve %30.00'unun işletme binası ya da bürosu olduğu bulunmuştur.

Aracı işletmeler, yağlık dane zeytinin tamamını üreticiden temin ederken zeytinyağında üreticiden alınan oran %77.78 olarak bulunmuştur. Aracı işletmelerin %90.24'ü satın aldıkları yağlık dane zeytinleri işleme tabi tutarken zeytinyağını işleme tabi tutanların oranı %88.89 bulunmuştur. Yağlık dane zeytinde aracılık yapan işletmeler yılda ortalama 171.00 ton ürün alıp satarken zeytinyağında bu miktar 57.00 ton olarak bulunmuştur. Yağlık dane zeytinde aracılık yapan işletmeler %70.73 ile en fazla nakliye sorunları yaşamıştır. Zeytinyağında aracılık yapan işletmeler ise %44.44 ile en fazla

taklit-tağışışden sorun yaşarken %33.33'ü özellikle son yıllarda kontrolsüz ve denetimsiz şekilde Suriye'den yapılan zeytinyağı ithalatıyla ilgili sorunlar yaşamıştır.

Zeytinyağı işleyen işletmeler ve aracilar genel olarak sektördeki taklit-tağışışten ve kayıtdışı gelen ithal zeytinyağından dolayı oluşan fiyat dalgalanmalarından sorunlar yaşamıştır. Kayıtdışı gelen ithal yağların pazara girişinin önlenmesi, ithalat prosedürüne uygun olarak kayıt altına alınması ve sektörün bu yönde daha sıkı denetlenmesi, taklit-tağışışe yönelik piyasadaki denetimlerin sayısının ve etkinliğinin artırılması, ceza miktarlarının caydırıcı hale getirilmesinin yaşanan sert fiyat dalgalanmalarını önleyebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Zeytin işleyen işletmeler ayrıca kapasite kullanımı ve ihracatla ilgili sorunlar yaşadığı bulunmuştur. Zeytinde periyodisite olmasından dolayı kaçınılmaz olarak yaşanan atıl kapasite sorununun aşılması için yeni kurulacak işletmelere bölgenin üretim miktarına ve kapasitesine uygun tesisler yapmaları yönünde çalışmaların yapılması faydalı olabilir. İhracatta yaşanan sorunların çözümü için, sektörde yer alan işletmelerin ihracata teşvik edilmesi, ihracat yapmayla ilgili eğitimlerin düzenlenerek işletmelerin bu konuda bilgi eksikliklerinin giderilmesi, ihracat teşvik oranlarının artırılması, ihracat prosedürlerinin kolaylaştırılması, ihracat bilgisi olan kalifiye eleman yetiştirilmesi veya bilgisi olan kalifiye elemanların sektöre kazandırılması, halihazırda ihracat yapan işletmeleri değeri daha fazla olan ambalajlı ürün ihracına yönlendirilmesi ve bu konuda desteklenmelerinin çözüm olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

6.2.Pazarlama Organizasyonuna Ait Sonuçlar ve Öneriler

Araştırma Bölgesinde yağlık dane zeytin ve zeytinyağında yağhaneler, zeytinyağı fabrikaları, tüccarlar, perakendeciler, TARİŞ ve nihai tüketiciler pazarlama kanallarını oluşturmuştur. Her iki üründe de tüccarların pazar hakimiyeti bulunmuş, yağlık dane zeytinde tüccarları yağhaneler ve fabrikalar takip ederken zeytinyağında TARİŞ takip etmiştir.

Sektörde TARİŞ'in faaliyetlerinin etkinliğinin azalması, yağlık dane zeytin alımında aracılardan nakit alımı yapmaları, üretim merkezlerine yakın alım merkezleri kurmaları üretici işletmeleri buraya yönlendirmiş, nakit sıkıntısı çeken işletmeler aracılara bağımlı hale gelmiştir. Üreticilerin aracılara yönelmesini sağlayan faaliyetlerin değerlendirilerek bu hizmetlerin TARİŞ tarafından da sunulması sektöre olumlu yansıtacağı söylenebilir. Ayrıca geçmiş senelerde olduğu gibi piyasa fiyatının belirlenmesine yönelik TARİŞ'in daha etkin rol oynamasının hem sektörde fiyat dalgalanmalarının önüne geçilmesi hem de aracılardan pazar hakimiyetinin azaltılmasını sağlayabileceği sonucuna varılmıştır.

Yağlık dane zeytinin hasat sonrası işleme merkezlerinde yığılmalar sonucunda beklemesi, yağlık dane zeytin nakliyesinde çuval kullanımı, dip zeytinlerin dalından koparılanlarla karıştırılması ve hasatta sızık kullanımının etkinliği azaltan faktörler olarak bulunmuştur.

Ürün alımında fiyat belirlenirken ürün miktarına göre değil ürün kalitesine göre alım yapılması, üreticilerin de bu konuyla ilgili bilinçlendirilmesi, işleme merkezlerinde ürün akışı ve ürün kabulü organizasyonu yapılarak gelen ürünün kalite, çeşit ve hasat zamanı gibi özelliklere göre sınıflandırma yapılarak aynı özellik ve kalitedeki ürünlerin birlikte işlenmesinin sağlanması ile ürün alımında eksper kullanılmasının bu sorunun çözümünde etkili olacağı söylenebilir.

Zeytin hamuru sıcaklığının optimum seviyenin üzerine çıkarılması, malaksör makinesinin kapağının yoğurma sırasında açılması ve üç fazlı ve klasik sistemlerin kullanılması sonucu karasu sorununun ortaya çıkmasının işleme hizmetinde pazarlama etkinliğini azaltan faktörler olduğu bulunmuştur. Zeytinyağı üreten işletmelerde konu uzmanları gözetiminde üretim yapma zorunluluğunun getirilmesi, yağ miktarını ve kalitesini tespit etmek amacıyla fabrikaların ve yağhanelerin dekantörlerine takip cihazları veya sayaçların konulmasının zorunlu hale getirilmesi, iki fazlı üretim sisteminin zorunlu hale getirilmesi ve geçiş için gereken ekonomik kaynak bulma konusunda işletmelere destek verilmesi, otokontrol mekanizması işlevi olan kalite kontrol sistemlerinin zorunlu hale getirilmesi uygulamalarının yaşanan sorunlara çözüm olabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Yağlık dane zeytinde rekabet yönünden bölgede fazlaca zeytin üretimi yapılması nedeniyle alıcıların hammadde bulmada herhangi bir sorun yaşamaması etkinliği azaltan faktör olarak bulunmuştur. Aracıların yağlık dane zeytinde pazarlama marjı %1.64, zeytinyağında tüccarların %20.00, fabrikaların %14.06 ve perakendecilerin %22.58 marjı olduğu bulunmuştur. Perakende fiyatları içinde üretici fiyatlarının farkı ise zeytinyağında %51.16 olarak bulunmuştur.

Türkiye'nin dünyada dikili yağlık zeytin alanında ve zeytinyağı üretiminde ilk beş ülke içerisinde olmasına rağmen üretilen zeytinyağı kalitesi ve ihraç edilen ürün fiyatları yönünden eksikleri olduğu söylenebilir. Bu eksiklerin giderilmesi için öncelikle sektörde kaliteli zeytinyağı üretiminin sağlanması gerekir. Üreticiden tüketiciye bahçeden sofraya kadar olan süreçlerin tamamında yaşanan problemlerin genel olarak çözümüne yönelik olarak üretilen zeytinyağının kayıt altına alınması, denetim ve takibinin yapılması, üretimin ve pazarlamanın her aşamasında izlenebilirliğin sağlanması ve üretilen miktardan çok kaliteli ürünün ön plana çıkarılmasının sağlanmasının olacağı söylenebilir.

KAYNAKLAR

- Açıl, A.F. ve Demirci, R., 1984. Tarım Ekonomisi Dersleri. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No: 880, Ankara.
- Adıgüzel, F.ve Kızılaslan, N., 2019. Ege Bölgesinde Zeytin İşletmelerinin Maliyetleri ve Sorunları. Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi, 6(4): 696–709, 2019.
- Agresti, A. (1990). Analysis of Ordinal Categorical Data. John Wiley and Sons, New York.
- Aktaş, C., 2009. Lojistik Regresyon Analizi: Öğrencilerin Sigara İçme Alışkanlığı Üzerine Bir Araştırma. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(26), 107-121.
- Al-Naqeeb, D.A.K., 2020. İzmir Koşullarında Sulanan ve Sulanmayan Bazı Zeytin Çeşitlerinin Yapraklarındaki Morfolojik ve Anatomik Farklılıkların Belirlenmesi. AÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Anderson, J.A. and Blair, V., 1982. Penalized Maximum Likelihood Estimation İn Logistic Regression and Discrimination. Biometrika, 69(1):123-136.
- Anonim, 1941. İzmir İncir ve Üzüm Tarım Satış Kooperatifleri Birliği Yönetim Kurulu Karar Defteri –I, Sayfa: 212-213, İzmir.
- Anonim, 1942. İzmir İncir ve Üzüm Tarım Satış Kooperatifleri Birliği 5. İşyılı Yönetim Kurulu Murakıp Raporu. 30 Nisan 1942 Bilançosu Kar ve Zarar Hesabı, Sayfa: 13, İzmir.
- Anonim, 1943a. 6 Eylül Tarihinde Toplanan Senelik Umumi Heyet Raporu. Sayfa: 20, Ankara
- Anonim, 1943b. 5 Mart Tarihli Yeni Asır Gazetesi. İzmir.
- Anonim, 2003. Zirai ve İktisadi Rapor (2001-2002). Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Yayın No:244, Ankara.
- Anonim, 2016a. Zeytinin Akdeniz'deki Yolculuğu: İzmir Akdeniz Akademisi Kitabı, ed. Alp Yücel Kaya ve Ertekin Akpınar, İzmir.
- Anonim, 2016b. Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu. Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir.
- Anonim, 2017. 2017'de Kazananlar ve Kaybedenler. Web: <http://www.tekgida.org.tr/Oku/14207/2017-De-Kazananlar-Ve-Kaybedenler> (Son Erişim Tarihi: 06.12.2019).
- Anonim, 2019a. 2018 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Anonim, 2019a. Uluslararası Zeytin Konseyi Çalışmaları. Web:<https://www.ticaret.gov.tr/kooperatifcilik/uluslararasi-zeytin-konseyi-uzk/uluslararasi-zeytin-konseyi-calismalari> (Son Erişim Tarihi: 06.12.2019).
- Anonim, 2019c. Zeytinyağı Üreticilerinden Suriye Tepkisi. Web: <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/zeytinyagi-ureticilerinden-suriye-tepkisi-212271h.htm> (Son Erişim Tarihi: 06.12.2019).
- Anonim, 2019d. 2019 Yılı Çanakkale Brifing Raporu. Tarım ve Orman İl Müdürlüğü, Çanakkale.
- Anonim, 2019e. 2019 Yılı Balıkesir Brifing Raporu. Tarım ve Orman İl Müdürlüğü, Balıkesir.

- Anonim, 2019f. Tariş Tarihe. Web:<http://www.tariszeytinyagi.com/www.tariszeytinyagi.com/taris-hakkinda.html> (Son Erişim Tarihi: 06.12.2019).
- Anonim, 2019g. Tariş Hakkında. Web: <http://www.iaosb.org.tr/firmalar/TUVSS0VaLTE0MDI2NA==~Taris-zeytinyagi-tarim-sanayi-ve-ticaret-as> (Son Erişim Tarihi: 06.12.2019).
- Anonim, 2019h. Milas Zeytinyağı Coğrafi İşarete Kavuştu. Web: <https://mitso.org.tr/milas-zeytinyagi-cograf-i-isarete-kavustu/> (Son Erişim Tarihi: 01.01.2020).
- Anonim, 2019ı. Malaksör(Yoğurma İşlemi-Malaksasyon). Web:<http://hangizeytinyagi.com/sayfaoku.asp?id=12> (Son Erişim Tarihi: 01.01.2020).
- Anonim, 2020a. Web: [https://www.trademap.org/\(X\(1\)S\(25zvig55qfdr3i55zfygvifu\)\)/Index.aspx](https://www.trademap.org/(X(1)S(25zvig55qfdr3i55zfygvifu))/Index.aspx) (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020b. Country Reports. Web:<https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/> (Son Erişim Tarihi: 12.04.2021).
- Anonim, 2020c. Tarım ve Orman Bakanlığı GGBS Verileri, Ankara.
- Anonim, 2020d. https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ef_oluft/default/table?lang=en
- Anonim, 2020e. Food and Agriculture Organization of The United Nations Statistics Division Web: <http://faostat3.fao.org/download/Q/QC/E> (Son Erişim Tarihi: 12.04.2021).
- Anonim, 2020f. Web: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Tarim-111>(Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020g. Web: <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2020/12/HO-W901-23-11-2020-P.pdf>(Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020h. 2019-2020 Üretim Sezonu Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Rekoltesi Ulusal Resmi Tespit Heyeti Raporu. UZZK, İzmir.
- Anonim, 2020ı. Web: <https://data.tuik.gov.tr/Search/Search?text=ithalat> (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020i. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0611&from=en> (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020j. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32014R0611&from=EN> (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020k. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/11/20201105M1.pdf>. (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Anonim, 2020l.Zeytinyağı. Tarım Ürünleri Piyasa Raporu. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü, BÜ-22. Ankara
- Anonim, 2020m. <http://koop.gtb.gov.tr/data/545a2974f29370b994a2fa27/%C4%B0statistik%20%20%20Eyl%C3%BC1.pdf> (Son Erişim Tarihi: 06.04.2021).
- Apaydın, Y.M., Sağıroğlu, D., Tosun, D., ve Demirbaş, N., 2014. Türkiye’de Zeytinyağı Sanayiinin Gelişimi Açısından Zeytin Üreticilerinin Sorunları: İzmir

- İli Örneği. Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi, 29(3): 199-210, ISSN:1308- 8769, İzmir.
- Aras, A., 1988. Tarım Muhasebesi Ders Kitabı. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No:486. Ege Üniversitesi Basımevi, s. 75, İzmir.
- Arıkan, R., 2018. Anket Yöntemi Üzerine Bir Değerlendirme. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2018, 1: 97-159, İstanbul.
- Aslan, İ., 2002. Tokat İli Artova İlçesi Tarla Arazilerinde Kapitalizasyon Faiz Oranının Tespiti Üzerine Bir Araştırma. (Yüksek Lisans Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tokat.
- Atalay, G. ve Mortan, K., 1997. Türkiye Bölgesel Coğrafyası. İnkılâp Kitabevi, İstanbul.
- Başaran, B., 2011. Zeytin ve Zeytinyağı Üreten Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Sorunları ve Bu Sorunların Çözümüne Yönelik Alternatif Öneriler. (Doktora Tezi), Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Başaran, B. ve Yılmaz, F., 2016. Tekirdağ İli Şarköy İlçesinde Zeytin Üretiminin Ekonomik Analizi. Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.
- Bayramer, G., 2015. Türkiye'nin Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı İhracatındaki Sorunların Değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Berg, H., Maneas, G. ve Engström, A.S., 2018. A Comparison between Organic and Conventional Olive Farming in Messenia, Greece. Horticulturae 2018, 4(3):15,14pp.
- Bülbül, E., 2008. Her Yönüyle Zeytincilik. İnkılâp Yayınevi, 240s, İstanbul.
- Bülbül, M., 1973. Adana Ovası Tarım İşletmelerinin Ekonomik Yapısı Finansman ve Kredi Sorunları. Tarım ve Orman Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Bülbül, M., 1979. Bafra İlçesi Tarım İşletmelerinin Ekonomik Yapısı, Finansman ve Kredi Sorunları. Tarım ve Ormanlık Bakanlığı Mesleki Yayınlar Serisi, Ankara.
- Cankurt, M., Miran, B. ve Şahin, A., 2010. Sığır Eti Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği. Hayvansal Üretim, 51 (2). 0-0
- Çevik, Ş., Özkan, G. ve Kıralan, M., 2015. Çeşit, Olgunluk ve Yoğurma Şartlarının Zeytinyağı Verimi, Bazı Kalite Parametreleri ve Aroma Profili Üzerine Etkisi. Akademik Gıda 13(4) (2015) 335-347
- Çobanoğlu, F. ve Tunalıoğlu, R., 2013. Avrupa Birliği'nde Zeytinyağı Üretiminde Uzmanlaşmış aralar ile Türkiye'de Sofralık ve Yağlık Zeytin Üreten Çiftliklerin Bazı Ekonomik Göstergeler Dikkate Alınarak Karşılaştırılması. Zeytin Bilimi, 4 (1) . 21-29.
- Demirci, R., 1978. Kırşehir Merkez İlçesi Hububat İşletmelerinde Optimum İşletme Organizasyonları ve Yeter Gelirli İşletme Büyüklüklerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma. (Doçentlik Tezi), Ankara.
- Dönmez, S., 2004. AB'de Zeytinyağı Piyasa Düzeni ve Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, İzmir.
- Dönmez, S. ve Olgun, A., 2003. AB'nde Zeytinyağı Piyasa Düzenine Yönelik Reform Çalışmaları ve Reformu Gerektiren Nedenler. Türkiye I.Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü ve Ege İhracatçı Birlikleri, Yayın no: TEAE:112, s. 149-159.

- Efe, R., Soykan. A., Cürebal. İ. ve Sönmez. S., 2013. Dünyada, Türkiye’de, Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin ve Zeytinyağı. Edremit Belediyesi Kültür Yayınları, No:7, Balıkesir.
- Emeksiz, F., 1994. Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi. Ç.Ü.Z.F. Dergisi, 9(1): s. 195-210, Adana.
- Erkan, O., Orhan, M.E., Budak.F., Şengül.H., Karlı, B ve Hartoka, İ., 1989. Aşağı Mardin Ceylanpınar Ovalarındaki Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi ve İleriye Dönük Planlaması. Türkiye Bilimsel Teknik ve Araştırma Kurumu Tarım ve Ormanlık Araştırma Grubu, Proje No: TOAG-613, Adana.
- Erkuş, A., 1976. Tavşanlı İlçesi Şeker Pancarı Yetiştiren Tarım İşletmelerinin Doğrusal (Linear) Programlama Metodu İle Planlanması. Türk Ziraat Yüksek Mühendisleri Birliği, Yayın No: 3, Latif Matbaası, Ankara.
- Erkuş, A., 1979. Ankara İli Yenimahalle İlçesinde Kontrollü Kredi Uygulaması Yapılan Tarım İşletmelerinin Planlanması Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları:709, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler:415, Ankara
- Erkuş, A. ve Demirci, R., 1985. Tarımsal İşletmecilik ve Planlama. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Yayın No:944, Ankara.
- Erkuş, A., Bülbül. M., Kırıl.T., Açıl. F., ve Demirci. R., 1995. Tarım Ekonomisi. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları, No: 5, Ankara.
- Erinç, H., Yorulmaz, A., Tekin, A., 2018. Malaksiyon Sıcaklık ve Süresinin Zeytinyağının Bazı Özellikleri Üzerine Etkisi. GIDA (2018) 43 (5): 826-834 doi: 10.15237/gida.GD18078.
- Esengün, K., 1990, Tokat İlinde Meyve Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Ekonomik Durumu ve İşletme Sonuçlarını Etkileyen Faktörlerin Değerlendirilmesi Üzerinde Bir Araştırma. (Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Bornova-İzmir.
- Faus. A. 2014. How is Agriculture Reproduced? Unfolding Farmers' Interdependencies In Small-Scale Mediterranean Olive Oil Production. Journal of Rural Studies. ISSN 34, (1) :139-151.
- Gazanfer, M. B., 2007. Tam Üyelik Sürecinde Türkiye ve AB Zeytinyağı Sektörlerinin Karşılaştırmalı Analizi. (Yüksek Lisans Tezi), Bornova, İzmir.
- Genç, Ö., 2004. Zeytinyağı Sektör Araştırması. Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları, 50s, Ankara.
- Giovacchino, L. D., Sestili, S., Di Vincenzo, D., 2002. Influence of Olive Processing on Virgin Olive Oil Quality. European Journal of Lipid Science and Technology, V:104: s. 587-601.
- Göktaş, M. A., 1966. Zeytin ve Zeytinyağının Türkiye Ekonomisindeki Rolü. Sayfa:23, İzmir.
- Gözener, B., 2013. TR83 Bölgesinde Sığır Yetiştiriciliğine Yer Veren İşletmelerin Ekonomik Analizi Ve Teknik Etkinlik. (Doktora Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Gujarati, N.D., 1995. Basic Econometrics. McGraw-Hill. Third Edition, USA.
- Güldoğan, E., 2006. Avrupa Birliği'nde Zeytin ve Zeytinyağı Reformu ve Türkiye'nin Topluluk Müktesebatına Uyumu. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi, TMMOB, Kimya Mühendisleri Odası, Ege Bölge Şubesi, s:121-147, İzmir.
- Güneş, T., 1996. Tarımsal Pazarlama. A.Ü.Z.F., Yayın No:1467, Ankara.

- Hocaoğlu, S. M., Baştürk, İ., Haksevenler, B. H. G., Aydoğner, C., 2017. Türkiye'deki Zeytinyağı İşletmelerinin Üretim Süreçleri ve Kapasite Kullanımları Açısından Değerlendirilmesi. Türk Tarım-Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi, s. 724-731. Kocaeli.
- İlgar, R., 2016. Çanakkale İlinde Zeytin Yetiştiriciliği ve Yaşanan Sorunlar. İÜ Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi, 2016 (32), İstanbul.
- İşın, Ş. ve Koçak, E., 2003. İzmir İlinde Farklı Üretim Teknikleri Uygulayan Zeytin Sıkma Tesislerinin Ekonomik Analizi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, s.127-134, İzmir.
- İnan, İ. H., 2006. Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği.Güncellenmiş 7.Baskı, Avcı Ofset, İstanbul.
- İnan, İ.H., 1994. Tarım Ekonomisi, Hasat Yayıncılık, III. Baskı, Tekirdağ.
- İpek, H.Z., 2010. Markalaşmanın İşletmelerin Rekabet Gücü Üzerindeki Etkisi ve Türk Zeytinyağı Sektöründe Bir İnceleme. (Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Balıkesir.
- Kalua, C. M., Bedgood, D. R., Bishop, A. G., Prenzler, P. D., 2006. Changes In Volatile and Phenolic Compounds With Malaxation Time and Temperature During Virgin Olive Oil Production. J Agr Food Chem. 54(20): 7641-7651. doi: 10.1021/jf061122z.
- Kara, H., 2008. Zeytinyağının Depolanması ve Ambalajlanması. 1.Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi, 17-18 Mayıs 2008, Edremit/Balıkesir.
- Karacan, A.R., 1991. Tarım İşletmelerinin Finansmanı ve Tarımsal Kredi. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No: 498, İzmir.
- Karagölge. C.. 1996. Tarımsal İşletmecilik. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, No:326, Erzurum.
- Karagölge, C. ve Peker, K., 2002. Tarım Ekonomisi Araştırmalarında Tabakalı Örneklem Yönteminin Kullanılması. Ankara Üniversitesi Ziraat Fak. Dergisi, (3). 313-316, Ankara.
- Kan, A. ve Direk, M., 2006. Konya İli Merkez İlçelerindeki Sığır Besiciliğine Yer Veren Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi. S.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 20 (40). 43-52, Konya.
- Karkacıoğlu, 1991. Tokat Turhal Sığır Besiciliği İşletmelerinin Ekonomik Analizi. EÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Basılmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Kayahan, M. ve Tekin, A., 2006. Zeytinyağı Üretim Teknolojisi. TMMOB Gıda Mühendisleri Odası, Kitaplar Serisi: 15. 198s, Ankara.
- Keçeli, T., 2008. Zeytinyağının Depolanması ve Ambalajlanmasının Yağ Kalitesine Etkileri. Türkiye 10. Gıda Kongresi, sf:625-628, 21-23 Mayıs, Erzurum.
- Kendirlioğlu, Ö., 2008. Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi ve Üretici Memnuniyetinin Belirlenmesi: Aydın İli Örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Kılıç, S., 2013. Örneklem Yöntemleri. Journal Of Mood Disorders, Cilt 3, Sayı 1,44- 6
- Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Talıdıl, F.F., Fidan, H., Gündoğmuş, E., 1999. Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayını, Yayın No:37, Ankara.

- Maitah, M., Rezbova, H., Murjan, A. ve Jehar, M., 2016. Economic Analysis of Olive Oil Production Costs as Influenced by Farm Size in Syrian Coastal Region. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 2016. 6(1), 154-162.
- Mete, M., 2015. Türkiye'nin Daha Karlı Zeytinyağı İhracatı Yapabilmesi İçin Ticari İstihbarat Ve Hedef Pazar Seçiminin Önemi Örnek Bir Uygulama. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 2015 14(2):371-386, Gaziantep.
- Moreno, J. M., Herrera, C. G. and Janer, C., 1957. Estudios Fisico-Quimicos Sobre Las Pastas De Aceituna Molidas. IV. Las Gotas De Aceite, *Grasas Aceites*, 8; 112-120.
- Oktav, E., ve Özer, A., 2002. Zeytinyağı Endüstrisi Atıksularının Özellikleri ve Arıtım Alternatifleri. I. Zeytinyağı Üretiminde Çevre Sorunları ve Çözümleri Uluslararası Çalıştayı, S.51-65, Zeytinli-Edremit, Balıkesir.
- Özalp, A., Kahraman, S. ve Yılmaz, İ., 2016. Manisa İli Soma İlçesinde Yağlık Zeytin Üretiminin Ekonomik Analizi. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, Isparta.
- Özaltaş, M., Savran, M.K., Ulaş, M., Kaptan, S. ve Köktürk, H., 2016. Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu. Türkiye Zeytincilik Sektör Raporu. T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 301 s.
- Özçelik, A., Fidan, H., Albayrak, M., Güneş, E., Tanrıvermiş, H., Gülçubuk, B., 2013. Tarım Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi, Yayın No;2226, Eskişehir.
- Özdamar, K., 1999. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Özden, F., 2006. Türkiye'nin Zeytinyağı İhracatı. Uygulanan Politikalar. Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. (Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, İzmir.
- Özdoğan, D. ve Tunalıoğlu, R., 2017. Zeytinyağında Kalite ve Markalaşmanın İncelenmesi. *ADÜ Ziraat Dergisi*, 2019;16(1):35-43, Aydın.
- Özdoğan, D., 2018. Türkiye'de Zeytinyağında Kalite ve Markalaşmanın İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Aydın.
- Özkan, B., Akçaöz, H.V. ve Karadeniz, F., 2001. Antalya İlinde Serada Sebze Üretimine Yer Veren İşletmelerin Ekonomik Analizi. *Bahçe Dergisi*, 30 (1-2): 109-115.
- Özkaya, M.T., Ulaş, M. ve Çakır, E., 2008. Zeytin Ağacı ve Zeytin Yetiştiriciliği. Editörler: Gögüs. F., Özkaya. M.T. ve Ötles. S. Eflatun Yayınevi, s.267.
- Özkaya, M.T., Tunalıoğlu, R., Eken, Ş., Ulaş, M., Tan, M., Danacı, A., İnan, N. ve Tibet, Ü., 2010. Türkiye Zeytinciliğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri. Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, 11-15 Ocak 2010, Ankara.
- Özgürsoy. S., 2006. Hatay İlinde Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Ekonomik Analizi. (Doktora Tezi), Fen Bilimleri Enstitüsü, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Öztürk, F., Yalçın, M. ve Yıldırım, A., 2018. Çanakkale'nin Tarımsal Yapısı İçinde Zeytinciliğin Yeri ve Önemli Sorunlar. *ÇOMÜ. Ziraat Fak. Dergisi*, 2018. (6). Çanakkale.
- Sakar, Z. M., 2015. Zeytinyağı Sektörünün Gaziantep İlinde Mevcut Durumu ve Ekonomik Analizi. (Doktora Tezi), Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Şanlıurfa.

- Sayılı, M., 2001. Amasya İli Suluova İlçesinde Sığır Besiciliği Yapan İşletmelerin Ekonomik Analizi Üzerine Bir Araştırma. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Tokat.
- Seçer, A. ve Emeksiz, F., 2012. Doğu Akdeniz Bölgesi'nde Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi. Pazarlaması ve Bölgede Zeytinciliği Geliştirme Olanakları. (Doktora Tezi), Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana.
- Sezener, B., 2005. Türkiye'de Zeytinyağına Uygulanan Destekleme Politikalarının Aydın İli Zeytin Ekonomisine Etkisi. (Yüksek Lisans Tezi), Fen Bilimleri Enstitüsü, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın.
- Şimşek, E. ve Yalçın, İ., 2008. Değişik Taşıma Şekilleri ve Bekleme Sürelerinin Zeytin Üzerine Etkileri. ADÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, (1). 75-82.
- Tanoğlu, A., 1968. Ziraat Hayatı. İstanbul Üniversitesi Yayınları, No: 177, İstanbul.
- Tonta, Y., 1999. Bilimsel Araştırmalarda İstatistik Tekniklerinin Kullanımı ve Bulguların Sunumu Üzerine Bir Araştırma. Türk Kütüphaneciliği, 13 (2), Ankara.
- Tümen, G., Satıl, F. ve Dirmenci, T., 2007. Kazdağı Milli Parkı Çiçekli Bitkileri. Zeytinli Belediyesi, Balıkesir.
- Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağı ve Pirina Yağı Tebliği, 2017. 17 Eylül, Resmi Gazete (Sayı:30183).
- Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM), 2008. Zeytin ve Zeytinyağı ile Diğer Bitkisel Yağların Üretiminde ve Ticaretinde Yaşanan Sorunların Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu, 23.Dönem, Ankara.
- Türkoğlu, H., Kanık, Z., Yakut, A., Güneri, A., Akın, M., 2012. Nizip ve Çevresinde Satışa Sunulan Zeytinyağı Örneklerinin Bazı Özellikleri. Harran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 16(3). 1-8, Şanlıurfa.
- Uşaklı, I., 2010. Aydın'da Karasu Sorunu. Aydın Ticaret Borsası Sunum, Mayıs 2010, Aydın.
- Vakoufaris, H. ve Kizos, T., 2011. Valorisation of a local asset: The case of olive oil on Lesvos Island. Greece. Food Policy, ISSN 34. (5) : 705-714.
- Yıldırım, S., Alnaçık, Ü., Özbek, V., ve Koç, F., 2010. Küresel Ekonomik Kriz Döneminde Zeytinyağı Üretim İşletmelerinin Karşılaştığı Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri: Edremit Körfezi Örneği. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, s:14, Balıkesir.
- Yılmaz, T., 2008. Ülkemizde Tarımsal Pazarlama. Türk Ziraat Yüksek Mühendisleri Birliği. <http://www.tzymb.org.tr/koseyazilari.asp?yazar=6&yazi=48> (Son Erişim:26.12.2019)
- Yılmaz, T. Ö., 2013. Türkiye'de ve AB'nde Zeytinyağı Politikaları ve Türkiye'nin AB Zeytinyağı Politikasına Uyumu. Tarım Ekonomisi Dergisi, 2013; 19(1): 35-44.
- Yorulmaz, A. ve Tekin, A., 2008. Malaksiyon Atmosferinin Zeytinyağı Kalitesine Etkisi. 1.Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi, 17-18 Mayıs 2008, Edremit/Balıkesir.
- Yulafçı, A., 2007. Samsun İli Tarım İşletmelerinin Sermaye Yapısı. Karadeniz Tarımsal Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, 2007 (1).

ÖZGEÇMİŞ

