T.C
HARRAN ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

DOKTORA TEZİ

ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNÜN GAZİANTEP İLİNDE MEVCUT DURUMU VE EKONOMİK ANALİZİ

Zeynep Müjde SAKAR

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ŞANLIURFA
2015

Prof. Dr. Turan BİNİCİ danışmanlığında Zeynep Müjde SAKAR'ın hazırladığı **"Zeytinyağı Sektörünün Gaziantep İlinde Mevcut Durumu ve Ekonomik Analizi"** konulu bu çalışma 16/11/2015 tarihinde jüri tarafından oy birliği ile Harran Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Danışman : Prof. Dr. Turan BİNİCİ

Üye :Prof. Dr. Bekir Erol AK

Üye :Yrd. Doç. Dr.Tamer IŞGIN

Üye : Yrd.Doç.Dr. Songül AKIN

Üye :Yrd.Doç.Dr. Yusuf NİKPEYMA

Bu tezin Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında Yapıldığını ve Enstitümüz Kurallarına Göre Düzenlendiğini Onaylarım.

Prof. Dr. Sinan UYANIK
Enstitü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı 5846 sayılı Fikir ve Sanat Kanunundaki hükümlere tabidir.

İÇİNDEKİLER

ÖZET……..……...……... i
ABSTRACT…… i
TEŞEKKÜR…… ii
ÇİZELGELER DİZİNİ……... iii
SİMGELER…… v
1. GİRİŞ……... 1
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR……..... 7
2.1. Zeytinyağı Sektöründe İşletme ve Pazarlama ile ilgili Yapılan Çalışmalar……. 7
3. MATERYAL ve YÖNTEM……..……. 11
3.1 Materyal……..... 11
3.1.1. Araştırma alanı…….. 11
3.2.Yöntem……... 11
3.2.1. İşletmelerin Ekonomik Analizinde Uygulanan Yöntem…… 12
3.2.1.1. Anket Formlarının Hazırlanması…….. 12
3.2.1.2. Anket Uygulaması……. 12
3.2.2. Verilerin Değerlendirilmesi……. 12
4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA……... 14
4.1. Zeytinyağı İsleme Tesislerine İlişkin Araştırma Bulguları…….……..… 14
4.1.1. İncelenen İsletmelerin Faaliyet Süresi ve Hukuki Şekilleri…….……. 14
4.1.2. İncelenen İşletmelerin Sermaye ve Yöneticilerin Yaş ve Eğitim Durumu… 15
4.1.3. İncelenen İşletmelerde Üretim Sezonuna Başlama Tarihi ……...… 16
4.1.4. İncelenen İşletmelerde Üretim Sezonu Bitiş Tarihi…… 16
4.1.5. İncelenen İşletmelerde Daimi Personel İstihdam Durumu……. 17
4.1.6. İncelenen İşletmelerde Gecici Personel İstihdam Durumu……... 17
4.1.7. İncelenen İşletmelerde Vardiyalı Personel İstihdam Durumu……..…. 18
4.1.8. İncelenen İşletmelerde Aylık Personel Giderleri Durumu…… 18
4.1.9. İncelenen İşletmelerde Üretim Sistemi Durumu……... 19
4.1.10. İncelenen İşletmelerde Üretilen Zeytinyağlarının Özellik ve İşleme Sıcaklık Durumu……... 19
4.1.11. İncelenen İşletmelerde Aylık ve Makinelerin Zeytin İşleme Kapasitesi Durumu…….…… 21
4.1.12. İncelenen İşletmelerde Şişeleme Ünitesi Kullanım Durumu…….. 23
4.1.13. İncelenen İşletmelerde Laboratuvar, Antioksidan Kullanımı ve Asitlik Analizi Durumu…….. 23
4.1.14. İncelenen İşletmelerde Zeytinyağı Yan Ürün Sabun ve Küspe Üretimi Durumu…… 25
4.1.15. İncelenen İşletmelerde Karasu İmha Durumu…… 26
4.1.16. İncelenen İşletmelerde Üretici ve Üretim sorunları ……..… 26
4.2. İşletmelerde Zeytinyağı Depolama ve Pazarlamaya İlişkin Araştırma Bulguları ve Tartışma……...…… 28
4.2.1. İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Değerlendirme Şekli…… 28
4.2.2.İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarında Ham Madde Alım Fiatı, ve Sorunların Tespiti…….……..…… 29
4.2.3.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarında Ham Madde Alımını ve Kaliteyi Etkileyen Faktörler …… 31
4.2.4.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Pazarlama Şekli, Ambalajlama, Depolama Şekli ve Depolama Süresi, Ham Madde Alımını ve Kaliteyi Etkileyen Faktörler …… 32
4.2.5.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağı Üretimi Sırasında Karşılaşılan Sorunlar, Kalite Bozulmaları, Zeytinyağı Tüketim Durumu…..……. 34
4.2.6.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağının Üretimi ve Pazarlama Sırasında En Önemli Sorunlar ve Çözüm Önerileri ……...… 35
4.2.7.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Fiat Araştırması, Ambalaj Şekli ve Prinanın Satış Fiatı, Prina Pazar Durumu…….……. 36

4.2.8.İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının İhracat Araştırması, Danışmanlık, Koruyucu Donanım, KOSGEB Bilgisi ve Destek Bilgisi, Engelli Çalışan, Çalışma Belgesi ve İş Güvenliği Sorunları ve Çözüm Yolları…… 38
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER…….……..... 43
5.1. İşleme Tesisleri İle İlgili Sorunlar ……..…….……... 43
5.2. Tanıtım ve Pazarlama Alanındaki Sorunlar…… 44
5.3. Çözüm Önerileri…….…… 45
KAYNAKLAR……...…….…… 50
ÖZGEÇMİŞ…… 52
EKLER…… 53
EK 1 (Zeytin Yağı İşleme Tesisi Analizi)..…….. 53
EK 2 (Zeytin Yağı Depolama ve Pazarlama Analizi)…….…….. 56

ÖZET

Doktora Tezi

ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜNÜN GAZİANTEP İLİNDE MEVCUT DURUMU VE EKONOMİK ANALİZİ

Zeynep Müjde SAKAR

Harran Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Turan BİNİCİ
YIL: 2015, Sayfa: 57

Gaziantep ilinin iklim ve toprak koşulları uygun olduğundan tüm ilçelerinde zeytin ve zeytinyağı üretimi yapılmakta olup, birçok ilçede tek geçim kaynağıdır. Bununla birlikte, bölgede zeytincilik faaliyetinin ekonomik analiziyle ilgili yeterli çalışma yapılmamıştır. Bu amaçla Gaziantep ili genelinde faaliyet gösteren 30 adet zeytinyağı işleme tesisinden veriler elde edilmiştir. Bu saha çalışmasının sonucunda, Gaziantep Merkez de 4 adet, Nizip'te 21 adet ve Oğuzeli'de 5 adet olmak üzere toplam 30 adet zeytinyağı fabrikasında Tam Sayım Yöntemi uygulanarak İşletmelerin tümüyle görüşmeler sonucunda gerçekleştirilmiştir. Görüşme sonucunda sonucunda elde edilen anketlere ait her bir soru seçeneklerinin frekansları hesaplanmıştır. Bütün analizler SPSS No:19 Paket programı kullanılarak işletmelerden sözlü anket yoluyla derlenen bilgiler analiz edilmiştir. 2015 yılı üretim dönemine ait olmak üzere anket yoluyla elde edilen birincil veriler ve pazarlamaya yönelik yapılan ikincil veriler sonucunda, araştırma bölgesinde zeytincilik yapan ve zeytin işleme tesislerinin mevcut durumları ortaya konularak karşılaştıkları sorunlar ve geleceğe dönük beklentiler ile sorunların çözümüne yönelik öneriler sunulmuştur.

ANAHTAR KELİMELER: Gaziantep, zeytin, zeytinyağı, anket

ABSTRACT

PhDThesis

PRESENT SITUATION AND ECONOMIC ANALYSIS OF OLIVE OIL SECTOR IN GAZIANTEP PROVINCE

Zeynep Müjde SAKAR

Harran University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agricultural Economy

Supervisor: Prof. Dr. Turan BİNİCİ
Year: 2015, Page: 57

Olive growing and olive oil production is important in Gaziantep province due to appropriate climate and soil conditions of and is the only livelihood in many counties. Although, olive growing activity in the area of economic, however, concerning the analysis of sufficient work was not carried out.For this purpose, the General of the province of Gaziantep in totally 30 factory of olive oil processing plant as a result of the data obtained from the study, 4 factory from centeral Gaziantep, 21 factory in Nizip and 5 factory in Oguzeli province, were considered full inventory Method applied to Enterprises was carried out entirely as a result of the communications.As a result of the communications, the result of a survey of the frequencies of each question was calculated. All analyses using SPSS Package program No: 19 from interpretation have been compiled through the survey information in the analysis. 2015 is the year of production for the period of the primary data obtained through the survey to and marketing-oriented as a result of secondary data, research done in the area of olive growing and olive processing plant of the current situation faced by putting problems and future prospects presented suggestions for the solution of the problem

KEY WORDS: Gaziantep, olive, olive oil, survey

,

TEŞEKKÜR

Bilimsel tecrübelerini ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım Prof.Dr. Turan BİNİCİ'ye, Doktora süreci boyunca değerli katkı ve yardımlarından dolayı Prof. Dr. Bekir Erol AK'a, Tez çalışmama vermiş oldukları katkılarından dolayı Prof.Dr. Salih AYDEMİR'e, Yrd.Doç.Dr. Tamer IŞGIN'a, Yrd.Doç.Dr.Ebru SAKAR'a, Yrd.Doç. Dr. Zeki DOĞAN'a, Araştırma Görevlisi M. İlhan BEKİŞLİ'ye teşekkür ederim.

Ayrıca Gaziantep ili zeytinyağı işletmelerinin Anket Çalışmaları sırasında saha'da başarılı bir çalışma gerçekleştirmemi sağlayan İnşaat Müh. Hasan KAYA' ya, Ziraat Müh. Fatmagül KAYA' ya ve tez süreci boyunca manevi katkılarından dolayı Ağabeyim İnşaat Mühendisi Necdet SAKAR'a teşekkürlerimi sunarım.

Bu çalışmanın tamamlanmasında gösterdikleri sabır, özveri ve manevi katkılarından dolayı tüm aile fertlerime, Annem Yaşar SAKAR ve Babam Hıdır SAKAR'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 4.1.	İşletmelerin Faaliyet Süresi……	14
Çizelge 4.2.	İşletmelerin Hukuki Yapısı……	14
Çizelge 4.3.	İsletme Yöneticilerininyaş Durumu……	15
Çizelge 4.4.	İşletme Yöneticinin Eğitim Durumu……	16
Çizelge 4.5.	İşletmelerin Sezona Başlama Tarihi……	16
Çizelge 4.6.	İşletmelerin Sezon Bitiş Tarihi……	17
Çizelge 4.7.	İşletmelerde Daimi Personel İstihdam Durumu……	17
Çizelge 4.8.	İşletmelerde Gecici Personel İstihdam Durumu……	17
Çizelge 4.9.	İşletmelerde Vardiyalı Personel İstihdam Durumu……	18
Çizelge 4.10.	İşletmelerde Aylık Daimi Personel Gider Durumu……	18
Çizelge 4.11.	İşletmelerde Aylık Gecici Personel Gider Durumu……	18
Çizelge 4.12.	İşletmelerde Aylık Vardiyalı Personel Gider Durumu……	19
Çizelge 4.13.	İşletmelerde Üretim Sistemi Durumu……	19
Çizelge 4.14.	İşletmelerde Üretilen Zeytinyağlarının Sıcaklık Derecesi Durumu……	20
Çizelge 4.15.	İşletmelerde Aylık Kapasite Kullanım Durumu……	21
Çizelge 4.16.	İşletmelerde Makinelerin Zeytin İşleme Kapasitesi Durumu……	22
Çizelge 4.17.	İşletmelerde Şişeleme Ünitesi Kullanım Durumu……	23
Çizelge 4.18.	İşletmelerde Laboratuvar Kullanım Durumu……	24
Çizelge 4.19.	İşletmelerde Zeytinyağında Asitlik Analizi Kullanım Durumu……	25
Çizelge 4.20.	İşletmelerde Zeytinyağında Antioksidan Kullanım Durumu……	25
Çizelge 4.21.	İşletmelerde Zeytinyağında Yan Ürün Sabun Üretimi Durumu……	25
Çizelge 4.22.	İşletmelerde Zeytinyağında Yan Ürün Küspe Üretimi Durumu……	26
Çizelge 4.23.	İşletmelerde Zeytinyağında Karasu İmha Durumu……	26
Çizelge 4.24.	İşletmelerde Karşılaşılan Üretici Sorunları……	27
Çizelge 4.25.	İşletmelerde Karşılaşılan Üretim Sorunları……	28
Çizelge 4.26.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Değerlendirme……	29
Çizelge 4.27.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Hammadde Fiatı Değerlendirme……	30
Çizelge 4.28.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Hammade Alımı Sorunlarının Değerlendirilmesi……	30
Çizelge 4.29.	İşletmelerde Hammadde Olarak Bekletme ……	31
Çizelge 4.30.	İşletmelerde Hammadde Alımı ……	31
Çizelge 4.31.	İşletmelerde Hammadde Kalite Unsurları ……	32
Çizelge 4.32.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Değerlendirme Şekli ……	32
Çizelge 4.33.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Ambalaj Şekli ……	33
Çizelge 4.34.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Depolama Şekli ……	33
Çizelge 4.35.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağı Üretim Sırasındaki Sorunlar……	34
Çizelge 4.36.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağı Üretim Şekli Sistemi ……	34
Çizelge 4.37.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağı Üretim Sırasındaki Kalite Bozulması……	35
Çizelge 4.38.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağının Üretimi Sırasındaki İşletmenin En Önemli Sorunları ……	35
Çizelge 4.39.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağı Pazarlaması Sırasındaki En Önemli Sorunlar ……	36
Çizelge4.40.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Fiat Araştırması Durumu……	37
Çizelge 4.41.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının Satış Araştırması Durumu……	37
Çizelge 4.42.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarından Elde Edilen Prinanın Pazar Araştırması Durumu……	37
Çizelge 4.43.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarından Elde Edilen Prinanın Satış Pazar Araştırması Durumu……	38
Çizelge4.44.	İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarının İhracat Durumu……	39
Çizelge 4.45.	İşletmelerde Çalışanların Danışmanlık ve İş Güvenliği Uzmanı Çalıştırma Durumu……	39
Çizelge 4.46.	İşletmelerin KOSGEB Hakkında Bilgi Durumu ve Destek Alma Durumu..	39
Çizelge 4.47.	İşletmelerin Kooperatif Kurma Durumu……	40

Çizelge 4.48. İşletmelerin Engelli Çalıştırma Durumu……..……. 40
Çizelge 4.49. İşletmelerin Çalışanlarının Eğitim Belge Durumu……..…….. 40
Çizelge 4.50. Türkiye Zeytinyağı Arz-Talep Dengesi (Ton)…….. 42

SİMGELER DİZİNİ

m	Metre
km	Kilometre
da	Dekar
ha	Hektar
g	Gram
kg	Kilogram
sn	Saniye
S	Saat
°C	Santigrad Derece
%	Yüzde
S.D	Serbestlik Derecesi
F	Fonksiyon
C.V	Varyasyon Katsayısı
Ö.D	Önemli düzeyde farklılık yok
*	Önemli düzeyde farklılık var

1. GİRİŞ

Akdeniz uygarlığının bir sembolü olan zeytin (*Olea europaea* L.), tarih boyunca bu bölgede kurulan uygarlıkların temelini oluşturmuştur. Zeytinin anavatanının ve gen merkezinin Güneydoğu Anadolu bölgesi olduğu araştırıcılarca ifade edilmektedir (Anonim, 2002).

Son yıllarda yapılan çalışmalarla Hatay, Kahramanmaraş ve Mardin şeridinde zeytin ağacının en alt türüne rastlanmış olması bu yargıyı kesinleştirmektedir. Güneydoğu Anadolu bölgesinde ilk yerleşimini tamamlayan zeytin, Batı Anadolu'ya ve oradan da Ege adaları yolu ile Yunanistan, İtalya, Fransa ve İspanya'ya kadar uzanmıştır. Sicilya yolu ile Kuzey Afrika'ya sıçrayan zeytin, Güneydoğu Anadolu'dan çıkarak Suriye ve Mısır üzerinden ilerleyen ikinci kol ile birleşmiş ve böylece Akdeniz'in tüm güney kıyılarına yayılmıştır. Bir üçüncü kol da Irak ve İran üzerinden Afganistan ve Pakistan'a kadar ilerlemiştir. XVI. yüzyılda İspanyollar tarafından Güney ve Kuzey Amerika'ya götürülmesi ile zeytin dünyadaki yayılışını tamamlamıştır (Anonim, 2002).

Zeytin bitkisinin özel iklim istekliliği nedeniyle zeytincilik, dünyada daha çok Akdenizde kıyısı olan ülkelerde (İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Tunus, Suriye, Fas, Fransa ve Portekiz) yapılmaktadır. Halen dünya zeytin ağaç varlığının % 90'nı bu ülkelerde yer almakta ve yaklaşık 9.984.918 hektar alanda 16.584.919 ton zeytin üretimi yapılmaktadır.

Dünya zeytin üretimine paralel zeytinyağı üretiminin önemli bir oranına sahip ülkeler olan İspanya, İtalya, Yunanistan, Tunus, Türkiye, Suriye ve Fas dünyanın en büyük üretici, tüketici, ithalatçı ve ihracatçı ülkeleri durumundadır. Türkiye ise % 5 ile dünya zeytinyağı üretiminde beşinci sırada yer almaktadır.

Dünyada sofralık zeytin üreten önemli ülkeler İspanya, Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri, Fas, Yunanistan ve İtalya'dır. Dünya sofralık zeytin üretiminde

İspanya % 30, Türkiye % 13, Suriye % 12, Mısır ve Yunanistan % 6, İtalya ve Arjantin'in % 4, diğer ülkelerin % 25 pay aldığı görülmektedir. Dünya zeytinyağı üretiminde olduğu gibi sofralık zeytin üretim ve tüketiminde de son yıllarda artış olduğu görülmektedir. Bu artışta önemli üretici ve tüketici ülkelerin payı diğerlerine göre daha fazladır (Anonim, 2013a).

Zeytin, Türkiye'de çok geniş bir yayılım alanı bulmuştur. Türkiye'nin 81 ilinin 41'inde, 843 ilçenin 270'inde zeytin üretimi yapılmaktadır. Üretimin % 62'si Ege Bölgesinde, % 16'sı Marmara Bölgesinde, % 14'ü Akdeniz Bölgesinde, % 7,8'i Güneydoğu Anadolu Bölgesinde ve % 0,2'si de Karadeniz Bölgesinde gerçekleştirilmektedir. Ege Bölgesinde üretimin % 55'i yağlık olarak değerlendirilirken Marmara Bölgesinde üretimin % 60'ı sofralık olarak değerlendirilmektedir. Türkiye dane zeytin üretimi sırasıyla, İzmir (% 13), Manisa (%12.5) Aydın (%12), Muğla (%10), Balıkesir (%12.5), Çanakkale (%7) ve Bursa (%5) illerinden sağlanmaktadır (Anonim, 2013b**).**

Türkiye'de Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de üretilen dane zeytinin yaklaşık %73'ü yağa işlenmektedir. Ülkemizde tüketim genelde zeytinyağı ağırlıklı olduğu için yağlık zeytin üretimi daha fazla olmaktadır. Türkiye'de var-yok yılı ortalamasına göre 150 bin ton zeytinyağı üretilmektedir. Türkiye'de zeytinyağı tüketimi Türk halkının gerek fiyat, gerekse alışkanlıkları nedeniyle istenilen düzeyde değildir. Zeytinyağı tüketimi adeta üretim bölgeleriyle sınırlı kalmaktadır.

Bu zeytin üretiminden gıda sanayinde işleme sonucunda yaklaşık 3000 ton zeytinyağı ve 2500 ton sofralık zeytin elde edilmektedir. Dünyada son yıllarda zeytinyağı ve sofralık zeytin gibi zeytin ürünlerine artan talep nedeniyle zeytinciliğin sadece Akdeniz'e kıyı olan ülkelerde değil, Akdeniz iklimi gösteren Arjantin, Şili, Meksika, Peru, Avusturalya vb. diğer ülkelerde de ekonomik anlamda tarımı yapılmaya başlanmıştır (Anonim, 2013a).

Türkiye'de zeytin üretimini inceledigimiz zaman; zeytin ağacının özelliğinden kaynaklanan periyodisiteden dolayı zeytin üretiminin yıllara göre inisli çıkıslı bir grafik izledigi görülmektedir. Baska bir ifadeyle zeytinde, üretime baglı olarak bir yıl düsük (yok yılı), bir yıl yüksek (var yılı) ürün alınmaktadır. 1994 yılına kadar kuraklık ve don zararı gibi iklim etkilerinin yanısıra ekonomik sebepler nedeniyle üretim düsük seyretmiştir. Ancak son 7-8 sezonda iklim koşullarının düzelmesi, yeni zeytin fidanlarının dikimi ve üreticinin zeytin üretimine özendirilmesi ile birlikte uygun bakım, hasat ve sulama konusunda egitilmesine yönelik çalısmalar sonucunda zeytin üretimi artış göstermiştir. Yine de var yıllarında agaçların çok mahsullü bir yıl geçirmelerinden dolayı hasatın uzaması sebebiyle zeytin agaçlarındaki yeni ürün verecek olan sürgünlerin zarar görmesi gibi nedenlerden dolayı var ve yok yılları arasındaki makas büyük olmaktadır.

TÜİK verilerine göre Zeytin Üretim Bölgelerinden olan Güneydoğu Anadolu Bölgesinde 2006 yılında zeytin üretim miktarı 68 794 ton iken,2010 yılında yaklaşık %17 azalarak 57 189 ton olmuştur. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde illere göre zeytin üretim miktarları incelendiğinde 2010 yılı itibariyle Gaziantep ili yaklaşık 31.506 tonluk üretimi ile Bölge Üretiminin yaklaşık %55'ini oluşturarak zeytin üretiminde 1.sırada yer almaktadır. Şanlıurfa ili ise;2010 yılı itibariyle yaklaşık 3.962 ton üretimle Bölge Üretiminin sadece %6.94'ünü gerçekleştirmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesinde illere göre zeytin verimi (kğ/ağaç) incelendiğinde 2006-2010 yılları arasında Kilis İli yaklaşık %75'lik bir artışla verimin en fazla oranda arttığı İlimizdir. Gaziantep İlimizde ise 2010 yılı itibariyle verim yaklaşık 12.5 (kğ/ağaç) olmasına rağmen 2006 yılına oranla verimin yaklaşık %40 düştüğü görülmektedir.

Türkiye'de Zeytin işletmelerinin %40'ı iki hektardan küçük olup, giderek daha da küçülmektedir. Son yıllarda Türkiye'de sofralığa ayrılan zeytin miktarı artmıştır. Türkiye sofralık zeytin üretiminde ikinci sırayı alırken üretici ülkeler içinde ihracatta dördüncü sırada yer alabilmektedir. Genellikle salamuralık zeytinler çok tuzlu ve kalitesiz olup gerek dış gerekse iç pazarın kabul edemeyeceği sınırlar düzeyindedir.

Zeytin üretiminde verim düzeyi incelendiğinde ise, ülkemizde ağaç basına verim düzeyinin diğer ülkelere göre daha düşük düzeyde olduğu dikkati çekmektedir.

Türkiye'de zeytin ağaçlarına genellikle var yıllarına girerken bakım çalısması yapılmakta ve bu durum ise periyodisitenin şiddetini artırmaktadır. Oysa düzenli bir verim elde etmek için yok yıllarında da bakım çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Bunun yanısıra özellikle geleneksel yöntemlerle budama ve hasat çalışmalarının yapıldığı bölgelerde yok yıllarındaki verim düşüklügü kendini daha çok hissettirmekte ve yok yıllarında sıfıra yakın bir verim alınmaktadır.

Zeytin ağacında görülen periyodisiteden doğal olarak zeytinyağı üretimi de etkilenmektedir. Zeytinyağı üretiminde büyük yükseliş ve düşüşler olmasına ragmen, var ve yok yılları ayrı ayrı incelendiğinde, zeytinyağı üretiminde de son 7-8 sezonda artan bir seyir olduğu göze çarpmaktadır. Zeytin üretimindeki olumlu gelişmelere paralel olarak son yıllarda zeytin sıkma tesislerinin modernleşmesi, kapasitelerinin artması ve modern rafine zeytinyağı işleme tesislerinin devreye girmesi ile zeytinyağı üretimi ve kalitesinde de ilerleme kaydedilmiştir.

Ülkemiz net zeytinyağı ihracatçısı ülkeler arasında bulunmaktadır. Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı yıldan yıla ve buna bağlı olarak zeytinyağı üretiminde meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle keskin artış ve düşüşler göstermektedir. İşleme teknolojisi, pazarlama politikaları ve diğer zeytinyağı üreticisi rakiplerimizin zeytinyağı üretimindeki artış ve düşüşler de ihracatımızı etkileyen önemli etkenler arasındadır.

İhracatımızın büyük çoğunluğu Katma Değeri düşük olan dökme zeytinyağı şeklindedir. Diğer bir ifadeyle yağlarımız; İtalyan ve İspanyol markaları ile satılmaktadır. Bunun sonucunda ihracattan elde etmemiz gerekenin çok altında gelir sağlıyoruz.

Dünyada zeytinyağına yönelik talebin artması Türkiye için yeni ihraç pazarlarının ortaya çıkmasını sağlamış ve son yıllarda daha önce zeytinyağı ihracatı

yapılmamış ülkeler Türkiye'ye yeni olanaklar sunmuştur. Türk zeytinyağı başta İspanya, İtalya, ABD olmak üzere Japonya, Kanada, Avusturya, BDT, Orta Doğu ve Güney Amerika Ülkeleri ile birlikte son üç sezonda yaklaşık 100 ülkeye ihraç edilmiştir.

Üretici ve ihracatçı konumdaki İspanya ve İtalya ihracatımızdaki en önemli yere sahip pazardır. Zeytinyağı ihracatımız bu ülkelerin üretim ve talep durumları ile birlikte belirleyici rol oynadıkları dış piyasa oluşumlarına bağlı bulunmaktadır. Bu nedenle AB ülkeleri, Türkiye için hem büyük bir Pazar oluşturmakta, hem de diğer pazarlarda en büyük rakip olmaktadır.

TRC bölgesi Türkiye'nin Ege'den ve Akdeniz'den sonra zeytin üretimi bakımından üçüncü sırada yer almaktadır. TRC Bölgesinde de Kilis ve Gaziantep illeri bölge içinde üretim bakımından ilk sıradadır. Son yıllarda özellikle 2000 yılından bu yana sürdürülen çalışmalarla bölgede zeytin fidanı dikiminin arttırılması ile zeytin önemli bir ürün olma yolundadır.

Bölgede yerli zeytin çeşitlerine göre daha verimli, daha erken mahsule yatan ve kaliteli ürün veren kültür cinsi fidanların dağıtılmasına devam edilmektedir. Bundan dolayı önümüzdeki yıllarda zeytin ve zeytinyağı üretiminde artışların olması beklenmektedir.

Daha çok iç pazarda değerlendirilen, hatta hak ettiği ölçüde değerlendirilmeyen zeytinin kalite ve tanıtım çalışmalarının arttırılması ile dış pazar için de kaynak oluşturması sağlanmalıdır. Ürün eşitlendirme, ürün farklılaştırma yoluyla katma değeri yüksek zeytinyağı dış satımı arttırılabilir.

Türkiye'de zeytinyagı üretimi, zeytin üretimine paralel olarak Ege Bölgesi, Marmara ve Akdeniz bölgesinde yogunlaşmıştır. Ancak zeytinyağı üretiminin büyük bir kısmı Ege Bölgesinde yogunlaşmıştır, Aydın, İzmir, Mugla, Balıkesir, Manisa ve Çanakkale zeytin üretiminin ve dolayısıyla zeytinyağı üretiminin yoğun olarak gerçekleştiği başlıca illerimizdir.

Türkiye'de zeytinyağı üreten tesislerin yapısına bakıldığında, son yıllarda yağhanelerin kapasitelerinin artması ve modernleşmesi ile kontinu sistemle çalışan yağhanelerin sayısında da artış olduğu dikkati çekmektedir. Baska bir ifadeyle sektörün kendini yenileme ve geliştirme çabasında olduğu ve kaliteli zeytinyağı üretimi için yeni yatırımların yapıldığı gözlenmektedir. Bununla birlikte, şuandaki yağhanelerin yaklaşık olarak yarısında hidrolik preslerle üretim yapılmaktadır. Hidrolik presler ile yapılan zeytinyağı üretiminde ise kalite önemli ölçüde olumsuz etkilenmekte olup, natürel zeytinyağı üretiminin az olmasına neden olmaktadır.

Ayrıca bu sistem ile üretilen zeytinyağından arta kalan karasu ve pirinada fazla oranda yağ kalması nedeniyle çıktı (yağ) miktarında da kayıplar olmaktadır.

Bu gibi nedenlerden ötürü, klasik sistemle zeytinyağı üreten firmalar tesislerini modernize ederek kontinu sistemle üretim yapabilecek hale getirmektedirler. Nitekim, 1980'li yılların basına kadar yalnızca klasik sistemle üretimin yapıldığı ülkemizde, modern sistemle üretim yapan firmaların sayısı 1990'lı yılların basından itibaren artmaya başlamıştır. 1992/93 sezonunda Türkiye'de modern sistemle çalısan tesis sayısı 150 iken, bu rakam 1996/97 sezonunda 375'e, 2001/02 sezonunda da 490'a yükselmiştir. Zeytin işleme tesisleri zeytinin doğal yapısından kaynaklanan periyodisite nedeniyle kapasite kullanımı yönünden oldukça büyük sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır.

Çalışmanın temel amacı, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde gün geçtikçe daha önemli hale gelmekte olan zeytincilik sektöründe yaşanan sorunlarla birlikte;

1- Bölgedeki mevcut durum ve ekonomik analizleri ve pazarlama organizasyonlarının değerlendirilmesi,
2- Zeytinyağı üreten işletmelerin işletme faaliyet sonuçlarının belirlenmesi,
3- İşletmelerin faaliyet sonuçlarına etki eden faktörlerin saptanması,
4- Üretim ve pazarlamada karşılan sorunların belirlenmesidir. Belirlenen yetersizlikler için çözüm önerileri getirilmesi ve zeytincilik sektörünün geliştirilmesi olanaklarının ortaya konulmasıdır.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

2.1. Zeytinyağı Sektöründe İşletme ve Pazarlama ile ilgili Yapılan Çalışmalar

Çolakoğlu (1989), "Güneydoğu ve Doğu Akdeniz İlleri Zeytinyağı Sanayinin Bugünkü Durumu" adlı araştırmasında, Türkiye zeytinyağı sanayinin tarihi gelişimi ve genel durumu ile Akdeniz bölgesinde zeytincilik yapılan bölgelerdeki zeytinyağı sanayinin yapısını ayrıntılı olarak incelemiştir.

Yavuz ve Gürbüz (2000), "Türkiye Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Üretim ve Pazar Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmalarında, Türkiye' nin zeytin ağacı ve zeytin işletme sayısı itibariyle dünyanın önemli zeytinyağı üreticisi ülkelerden biri olmasına rağmen ticaret hacminde ve üretim kapasitesinde arzulanan yerde olmadığını ve zeytincilik işletmelerinin parçalı yapısının üretime etkilerini ortaya koymuşlardır.

Olgun (2003), "AB' de Zeytinyağı piyasa düzenine Yönelik Reform Çalışmaları ve Reformu Gerektiren Nedenler" isimli çalışmasında zeytinyağı piyasa düzeninin başlıca amaçları ve gelişimini incelemiştir. Türkiye' de zeytinyağı piyasasında yapılması gereken yeniliklerle ilgili önerilerde bulunmuştur.

Gökçe (2003), Türkiye'de zeytinyağı ve sofralık zeytin sektörünün üretim öncesi sorunları üzerine yaptığı bir çalışmada sorunlar sınıflandırılmış ve bunlar arasında ikisi ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bunlardan birincisi yeterli, güvenli ve düzenli hammadde temini sorunudur. İkincisi de kaliteli hammadde temini sorunudur.

Çalışmada sektörün daha çok hammaddeye gereksinim gösterdiği ve kalite konusunda da önemli sorunları olduğu sonucuna varılmıştır. Sorunların çözümü için de şu önerileri getirmiştir:

1) Yeterli hammadde temini için zeytin alanlarının artırılması yerine mevcut zeytinliklerin iyileştirilmesine çalışılmalıdır.
2) Mevcut zeytinliklerin amaç dışı kullanımlara kaymasını önlemek için yeni bir mücadele kampanyasına girişilmelidir.
3) Konu ile ilgili önemli bilgi boşlukları vardır. Bu nedenle, araştırmalar yoğunlaştırılmalı ve desteklenmelidir.

Tunalıoğlu ve ark. (2003), Dünya zeytinyağı tüketimindeki gelişmeler; Bu gelişmeyi destekleyen çalışmalar ve Türkiye zeytinyağı tüketimindeki değişimler konusunda yaptıkları çalışmada Dünya'da en fazla sırası ile %28 soya yağı , % 21 palm (hurma) yağı , % 14 kolza yağı tüketilirken,%3 ile zeytinyağı en az tüketilen bitkisel yağlar grubunda yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkelerindeki bitkisel yağ tüketim tercihleri genel anlamda dünya ülkeleri tercihleri ile karşılaştırıldığında farklılıklar görülmektedir. Zeytinyağı dünyada en az tüketilen bitkisel yağlar içerisinde yer alırken, Avrupa Birliğinde %15.2 tüketim oranı ile ayçiçeği, soya, kolza ve palm (hurma) yağından hemen sonra beşinci sırada tüketilmektedir. Bu farklılık, önemli zeytinyağı üreticisi ve aynı zamanda tüketicisi ülkeler; İspanya, İtalya, Yunanistan, Fransa ve Portekiz'in AB'ne üyeliklerinden kaynaklandığını belirtmişlerdir.

McGee (2003), ABD'de perakende zeytinyağı sektöründe pazarlama ve türkiye'nin Pazar Payının arttırılmasına yönelik görüşler konusunda kalitesel ve rakamsal araştırmalara dayanarak yaptığı çalışmada; ABD'de perakende sektöründe zeytinyağı pazarlama trendleri incelenmektedir. Perakende satışları ve Türkiye'nin pazar pozisyonunu vurgulayarak ürünler, pazarlar, pazarlamacılar, dağıtım kanaları ve tüketicilere kuş bakışı olarak bakılarak ürün kategorileri, ambalaj trendleri ve etiketlenme ile ilgili konular tarif edilmektedir. ABD'de zeytinyağı ticareti ve tüketim akımları ile ilgili istatistiksel bilgilere, istem hacmi ve değer verisi, pazar bileşenleri, tüketici pazar dilimleri, büyüme eğilimleri ve tahminlerine bakılmaktadır. Orijinal araştırma ile ABD'de başlıca markaların pazarlama stratejilerinin önemli boyutları anlatılarak, pazarlamacıların özel etiketi ve özel alt kategorilerine ilişkin (organik, prestij markaları, ekmek bandırma "dipping" yağları ve spreyleri dahil olmak üzere)

bahsedilmektedir. Ulusal ve bölgesel ticari örgütlerin jenerik ve marka-jenerik pazarlama ortak çalışmalarına dikkat edilerek dağıtım kanalları incelenmektedir. Aynı zamanda ABD'de tedarik zincirinde bulunanlara yönelik pazarlamaya ilişkin önemli noktalara değinilerek zeytinyağı tüketicilerinin trendleri ve profilleri ile pazar segmentlerini incelenmektedir. Sonuç olarak, şahsi üreticiler, pazarlamacılar ve ihracatçılar için pratik pazarlama strateji yöntemleri verilerek, Türkiye zeytinyağı sektöründe ortak olarak yapılabilecek çalışmalarada yer verilmiştir.

Bu çalışma ile, etkin bir HACCP planı hazırlanmasında anahtar olan ve HACCP sisteminin yedi ilkesinden ilkini oluşturan tehlike analizi, üç-fazlı kontinu sistem zeytinyağı üretiminde ele alınacaktır.

Tan ve ark. (2003), Avrupa birliği'nin zeytinyağı politikası, Türkiye'deki uyum çalışmaları ve Tariş'in rolü konusunda yaptıkları çalışmada Çalışmada Avrupa Birliği'nin (AB) zeytinyağı politikası, Türkiye'nin buna uyum amacıyla Ulusal Program'da ortaya koyduğu önlemler ve TARİŞ Zeytin ve Zeytinyağı Birliği'nin bu çerçevedeki faaliyetleri ele almaktadırlar. AB zeytinyağı politikasının temelini 136/66/EEC sayılı Konsey Tüzüğü oluşturmaktadır. Bu Tüzük'ü etkileyen reformlar genel Ortak Tarım Politikası reformlarıyla aynı doğrultuda, ancak bunlardan bağımsız olarak gerçekleşmiştir. Sektörde hali hazırda 2003/2004 pazarlama yılının sonuna kadar sürecek bir geçiş dönemi yaşanmaktadır. AB zeytinyağı düzenlemeleri üretim, pazarlama, stoklama, dış ticaret ve üretici grupları başlıkları altında incelenebilir. Üretim düzenlemeleri üretim yardımı aracılığıyla zeytinyağı ve sofralık zeytin üretiminin desteklenmesi, ilgili denetimler, zeytinciliğin kalitesini ve çevreye olan etkisini iyileştirmeye yönelik önlemler ve üretim iadelerinden oluşmaktadır. Pazarlama düzenlemeleri tüketicinin korunmasını hedefleyen etiketleme,sunum ve reklam kurallarının yanı sıra ürünlerin tüketiminin ve katma değerlerinin arttırılmasına yönelik olan promosyon ve bilgilendirme kampanyaları ile özel logoları kapsamaktadır.

Özgürsoy (2006), Hatay Bölgesinde yaptığı bir çalışmada zeytin ve zeytinyağı işletmelerinin ekonomik analizini yapmak, zeytin ve zeytinyağı üretim maliyetlerini

hesaplamak ve üreticilerin pazarlamada karşılaştıkları sorunları ortaya koymak amacıyla gayeli örnekleme yoluyla belirlenen, 61 adedi zeytin, 7 adedi zeytinyağı işletmesinden, 2004 yılı üretim dönemine ait olmak üzere anket yoluyla elde edilen birincil verilerle yapılan bu araştırmada; işgücü, sermaye verimliliği ve üretim maliyetleri bakımından işletmeler arasında büyük farklılıklar olduğu görülmüş, söz konusu bu farklılıkların; işletme büyüklüklerinden, işletmelerde uygulanan üretim tekniklerinden ve işletmecilerin pazar koşullarını değerlendirmedeki tutumlarından kaynaklandığı belirlenmiştir. İlaçlama, sulama, gübreleme, bakım, hasat gibi üretim süreçlerinde yapılan hatalı uygulamalara ve yıldan yıla yaşanan dönemselliğe rağmen, zeytin yetiştiriciliği, Bölge üreticilerinin en önemli gelir kaynağıdır. İncelenen işletmeler ortalaması olarak zeytin üretim alanı 78 dekar, zeytin ağacı sayısı 726 adet, zeytin üretim miktarı 32 ton, tarımsal gelir 17,8 bin TL, öz sermaye karlılığı %32.9, yatırım sermayesi karlılığı ise % 34.1 olarak hesaplanmıştır. Bölgede zeytin işleme süresinin ekim ayında başlamak üzere 3 ay, işletme başına ortalama zeytin işleme miktarının ise 347 ton olduğu belirlemiştir.

Öztürk ve ark. (2009),yaptıkları bir çalışmada, Türkiye'nin zeytinyağı sektörü hakkında genel bir değerlendirmeyi kapsamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye zeytinyağı sektörü yıllık istatistik değerleri ışığında üretim, tüketim ve ithal – ihraç durumu ve ayrıca sektörün problemleri ve çözüm yolları alt başlıklar ile ele alınmıştır.

Tümer (2012), Tüketicilerin Zeytin Tüketimine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Tire ilçesi Örneği çalışmasında tüketicilerin zeytin tüketme alışkanlıkları ve bu alışkanlıklarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlamıştır. Bu amaçla 2012 yılında İzmir ili Tire ilçesinde 384 tüketici ile anket yapılmıştır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

3.1 Materyal

3.1.1. Araştırma alanı

Araştırmanın ana materyalini, zeytin üretiminin yoğun olduğu illerden biri olan Gaziantep ili ve ilçelerinde zeytinyağı üreticileri ve bu ürünlerin pazarlamasında faaliyet gösteren zeytinyağı işletme sahipleri ile yapılan anketler sonucunda elde edilen birincil verileri ve zeytinyağı depolama ve Pazarlama Analizi ise ikincil verileri oluşturmaktadır. Anket formları, benzer konularda yapılmış çalışmalardan faydalanılarak ve uzman kişilerin görüşleri alınarak araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmıştır. Ankette yer alan soruların uygunluğu ve yeterliliğini test edebilmek amacıyla pilot anket çalışması yapılmış, gerekli düzeltmeler sonucunda ankete son şekli verilmiştir (Ek1-2). Üreticilerle, 1 Mart-15 Mart 2015 tarihleri arasında görüşme yapılarak alan çalışması tamamlanmıştır. Anket formları, işleme sanayinde faaliyet gösteren zeytinyağı üretim tesisleri için hazırlanmıştır. Bu anket formlarında; pazarlama yapılarını (ürünün satış şekli, ürünün pazarlandığı yerler, satış fiyatı, vb.), yaşadıkları sorunları ve gelecekte zeytin üretimiyle ilgili davranışlarını öğrenmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Yapılan görüşmelerde aracıların ürün alım ve satım faaliyetlerine ilişkin bilgiler üzerinde durulmuştur.

3.2. Yöntem

Araştırma Bölgesi'nde zeytinyağı pazarlama organizasyonunu tam olarak ortaya koyabilmek amacıyla bu ürünleri işleyen tesislerle görüşmeler yapılmıştır. Araştırma alanında bulunan zeytinyağı fabrikaları Gaziantep Ticaret Odası, Gaziantep Ticaret Borsası, Nizip Ticaret Odası,Nizip Ticaret Borsası,Gaziantep ipekyolu Kalkınma Ajansı kayıtlarından faydalanılarak belirlenmiştir. Saha çalışmasında Tam Sayım yöntemi olarak derinlemesine mülakat kullanılmıştır.

Araştırmada öncelikle Gaziantep Bölgesi içerisinde faaliyet gösteren zeytinyağı firrmalarının iletişim bilgileri alınmıştır. Buna göre araştırmanın yapıldığı bölgede zeytinyağı üretimi ve/veya pazarlaması yapan 30 işletmenin bulunduğu tespit edilmiştir. Daha sonra bu işletmelerin zeytinyağı üretim ve/veya pazarlama faaliyetini sürdürüp sürdürmediği iletişim telefonları aracılığıyla öğrenilmiştir. Bu işletmelerin sahiplerine ya da yöneticilerine telefonla ulaşılmış, araştırma hakkında önbilgi verilmiş ve görüşmeyi kabul eden 30 işletme sahibinden mülakat için randevu alınmıştır. mülakatlar işletme sahiplerinin ofislerinde gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde kısmen yapılandırılmış bir soru cetveli kullanılmış, ancak görüşmenin seyrine göre bu soru cetveli dışına da çıkılmıştır. Görüşmeler ortalama 60 dakika sürmüştür.

3.2.1. İşletmelerin Ekonomik Analizinde Uygulanan Yöntem

3.2.1.1. Anket Formlarının Hazırlanması

Zeytinyağı işletmeleri için hazırlanan anket formunda işletmelerin hukuki yapısı, işletmelerin kuruluş tarihi,sermaye durumu,kapasitesi,çalışma zamanı ve yöntemi ile ekonomik sonuçlarına ilişkin gerekli verileri almaya yönelik sorular sorulmuştur.

3.2.1.2. Anket uygulaması

Hazırlanan taslak anket formları, pilot olarak belirlenen işletmelere uygulanmış, görülen eksiklik ve aksaklıklar dogrultusunda anket formu üzerinde degişiklikler yapılarak son şekline getirilmiştir.

3.2.2. Verilerin Değerlendirilmesi

Bu çalışmada elde edilen veriler Güneydoğu Anadolu bölgesi Gaziantep ilindeki saha çalışmasının sonucunda, Gaziantep Merkez de 4 adet, Nizip'te 21 adet ve Oğuzeli'de 5 adet olmak üzere toplam 30 adet zeytinyağı fabrikası ile görüşmeler sonucu alınan yanıtlar kaydedilmiştir. Görüşme sonucunda elde edilen anketlere ait

her bir soru seçeneklerinin ayrı ayrı frekansları hesaplanmıştır. Analizler SSPSS No:19 Paket programı kullanılarak değerlendirmesi yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

4.1. Zeytinyağı İsleme Tesislerine İlişkin Araştırma Bulguları

4.1.1. İncelenen İsletmelerin Faaliyet Süresi ve Hukuki Şekilleri

Bölgede toplam 35 adet zeytinyağı işletmesi mevcuttur. Bu işletmelerden 30 adedi ile anket çalışması yapılmıştır. Anket yapılan İşletmelerin faaliyet yılı 1-48 yıl arasında değişmektedir. Bu işletmelerin kuruluş tarihi dikkate alındığında % 40 lik kısmını 1-5 yıllık işletmeler; %20'lik kısmını 6-10 yıllık, %13.2'lik kısmını 11-20 yıllık, %23.5 'lik kısmını 21-40 yıllık, %3.3'lük kısmını ise 40-60 yıllık işletmenin oluşturduğu tespit edilmiştir (Çizelge 4.1).

Çizelge 4.1. İşletmelerin Faaliyet Süresi

İşletme Faliyet Süresi(yıllık)	Işletme sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
1-5	12	40.0	40.0
6-10	6	20.0	20.0
11-20	4	13.2	13.2
21-40	7	23.5	23.5
41-60	1	3.3	3.3
Toplam	30	100	100

İşletmelerin hukuki yapısı dikkate alındığında % 43,3'ü limited şirketi, % 16,7'sikoperatif, %33.3'ü Anonim, %6.7'si ise şahıs veya aile işletmesidir (Çizelge 4.2). İşletmelerin çoğu limited şirketi olduğundan kendileri piyasadan zeytin alıp bundan yağ üretmenin yanısıra, çevreden gelen üreticilerin zeytinlerini para ya da yağ karşılığında işlemektedir.

Çizelge 4.2. İşletmelerin Hukuki Yapısı

İşletmenin Hukuki Yapısı	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Limited	13	43.3	43.3
Koperatif	5	16.7	60.0
Anonim	10	33.3	93.3
Şahıs veya aile	2	6.7	100
Toplam	30	100	

4.1.2. İncelenenİşletmelerin Sermaye ve Yöneticilerin Yaş ve Eğitim Durumu

İsletmelerin sermayesi ise 500.000-1000.000 arasında değişmektedir. Sermaye ortalama olarak 750. 000 TL olarak hesaplanmıştır. Bunun % 75'ini alet makine, % 25'ini bina oluşturmaktadır. Bu işletmelerin yıllık ortalama elektrik giderleri 7000 TL civarındadır. Diğer bakım ve tamir masrafları ise 10000 – 20000 TL civarında değişmektedir. İşletmeler genelde kuyu suyu kullanmakta olup şebekeden su kullananların yıllık su gideri 500-2000 TL olarak bildirilmiştir. işletmeler tarafından yatırım maliyetinin yüksek olduğu, elektrik kesintilerinin ve voltaj dalgalanmalarının çalışmaları aksattığı bildirilmiştir.

İncelenen isletmecilerin yaşları 28 ile 67 arasında değişmektedir. İşletmecilerin yaş durumları dikkate alındığında 21 kişi 28-37 yaş aralığında; 2 kişi 38-47 yaş aralığında; 2 kişi 48-57 yaş aralığında, 5 kişi ise 58-67 yaş aralığında bu sektörde faaliyet göstermektedir (Çizelge 4.3).İncelenen işletmelerin yaşları 28 ile 67 arasında değişmektedir. Bunların zeytincilikle ilgili işletmecilerin deneyim süreleri 9 – 20 arasında değişmektedir.

Çizelge 4.3. İsletme YöneticilerininYaş Durumu

İşletme Yöneticisinin Yaş Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
28-37	21	70.0	72.4
38-47	2	6.6	75.9
48-57	2	6.7	82.8
58-67	5	16.7	100
Toplam	30	100	

Çizelge 4.4'e göre İşletmecilerin Eğitim durumları dikkate alındığında %43.3'ü (13 kişi) ilkokul mezunu, % 23.3 'ü (7 kişi) ortaokul mezunu, % 13.3 (4 kişi) lise mezunu, % 10' u (3 kişi) Üniversite mezunu ve % 10'u (1 kişi) ise Yüksek lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Yüksek eğitim alan işletmeci sayınsın düşük olması, genellikle bu tür işletmelerde okumamış çocukların erken yaşta iş hayatına atılarak baba mesleğine devam etmesi ve mesleğin babadan oğula geçmesi şeklinde yorumlanabilir.

Çizelge 4.4. İşletme Yöneticinin Eğitim Durumu

İşletme Yöneticinin Eğitim Durumu	Frekanslar	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
İlköğretim	13	43.3	43.3
Ortaokul	7	23.3	66.7
Lise	4	13.3	80.0
Üniversite	3	10.0	90.0
Y.lisans	3	10.0	100
Toplam	30	100	

4.1.3. İncelenen İşletmelerde Üretim Sezonuna Başlama Tarihi

Anket yapılan işletmelerde Zeytinyağı işleme takvimi dikkate alındığında Sezona başlama tarihi olarak 25 işletmenin ekim ayı, diğer işletmelerin ise eylül ve kasım aylarında sezona başladığı belirlenmiştir (Çizelge 4.5). Bu nedenle çalışma süresi, çevreden gelen zeytin miktarına bağlı olarak bir ay ile üç ay arasında değişmektedir. İşletmeler genel olarak Ekim -Ocak arasında 2-2,5 ay bazıları da 3 ay çalışmaktadır. Şubat ayından sonra işletmeler genel olarak bakıma alınmakta, sabun ve benzeri yan ürünler üreten işletmeler ise faaliyetlerine daha uzun süre devam etmektedir.

Çizelge 4.5. İşletmelerin Sezona Başlama Tarihi

Sezona başlama Tarihi	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Eylül	3	10.0	10.0
Ekim	25	83.3	93.3
Kasım	2	6.7	100
Toplam	30	100	

4.1.4. İncelenen İşletmelerde Üretim Sezonu Bitiş Tarihi

Anket yapılan işletmelerde zeytinyağı işleme takvimi dikkate alındığında sezon bitiş tarihi olarak 19 işletmenin Aralık ayı, diğer işletmelerin ise Ocak ve Şubat aylarında sezonu kapattığı belirlenmiştir (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. İşletmelerin Sezon Bitiş Tarihi

Sezon Bitiş Tarihi	Frekanslar	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Ocak	8	26.7	26.7	26.7
Şubat	3	10.0	10.0	36.7
Aralık	19	63.3	63.3	100
Toplam	30	100	100	

4.1.5. İncelenen İşletmelerde Daimi Personel İstihdam Durumu

Anket yapılan işletmelerde 23 adet işletmede işgücü olarak % 70.3 'sı (1 kişi) daimi isçi istihdam ederken geriye kalan 7 işletmede %29.7.3 ise (6-12 kişi) arasında daimi işçi istihdam ettirmektedir (Çizelge 4.7). Zeytinyağı işletmelerinin geneli her ne kadar tam kapasite ile çalışmasa da zeytin sezonunda ürün birikimini karşılamak için gece de ikinci vardiya olarak çalışabilmektedir. İşletmelerde daimi isçi olarak çalıştırılan bu isçilerin zeytinyağı üretimindeki çalışma süreleri oldukça (maliyetleri yüksek olduğundan) düşüktür.

Çizelge 4.7. İşletmelerde Daimi Personel İstihdam Durumu

Daimi Personel sayısı	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
1-5	10	70.3	70.3
6-12	4	29.7	29.7
Toplam	30	100	

4.1.6. İncelenen İşletmelerde Gecici Personel İstihdam Durumu

Anket yapılan isletmelerde 12 adet işletmede işgücü olarak % 33.3 'sı (1-5 kişi) gecici işçi %40'ı (6-10 kişi) ve %26,7'si (11-20 kişi) geçici işçi bu oranı değişmektedir (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. İşletmelerde Gecici Personel İstihdam Durumu

Gecici Personel Sayısı	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
1-5	12	33.3	33.3
6-10	15	40.0	40.0
11-20	8	26.7	26.7
Toplam	30	100	

4.1.7. İncelenen İşletmelerdeVardiyalı Personel İstihdam Durumu

Anket yapılan işletmelerde 16 adet işletmede işgücü olarak % 53.3 'ü vardiyalı işçi çalıştırmadığı belirlenmiştir diğer işletmelerdeki vardiyalı işçi oranı ise 6 işletmede vardiyalı personel sayısı %26.7'si (1-5 kişi) ve %13.3'ü ise (6-10 kişi) arasında değişmektedir (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. İşletmelerde Vardiyalı Personel İstihdam Durumu

Vardiyalı Personel İşçi	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
0	16	53.3	53.3
1-5	6	26.7	26.7
6-10	4	13.3	13.3
11-20	2	10.0	10.0
Toplam	30	100	

4.1.8. İncelenen İşletmelerde Aylık Personel Giderleri Durumu

Anket yapılan 24 adet işletmede daimi işçiye 1000-1200 TL arasında ücret ödendiği geri kalan 6 işletmede ise aylık 1300-1500 TL ücret ödendiği belirlenmiştir (Çizelge 4.10).

Çizelge 4.10. İşletmelerde Aylık Daimi Personel Gider Durumu

Aylık Daimi Personel Gider (TL)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
1000-1200	24	73.3	73.3
1300-1500	6	26.7	26.7
Toplam	30	100	100

Anket yapılan işletmelerin 25 adetinde%83.3'ü gecici işçiye aylık 1000-1200 TL/ay arasında ücret ödendiği geri kalan 5 işletmede ise aylık 1300-1500 TL ücret ödendiği belirlenmiştir (Çizelge 4.11).

Çizelge 4.11. İşletmelerde Aylık Gecici Personel Gider Durumu

Aylık Gecici Personel Gider (TL)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
1000-1200	25	83.3	83.3
1300-1500	5	17.7	17.7
Toplam	30	100	

Anket yapılan işletmelerin onbeşinin aylık vardiyalı işçi çalıştırmadığı görülmüştür. Geriye kalan 8 işletmede aylık vardiyalı işçi ücret 1000-1200 TL arasında değişmekle birlikte 7 işletmede ise %20.0 'sinde ise aylık 1300-1500 TL ücret ödendiği belirlenmiştir (Çizelge 4.12).

Çizelge 4.12. İşletmelerde Aylık Vardiyalı Personel Gider Durumu

Aylık Vardiyalı Personel Gider (TL)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
-	15	56.7	56.7
500-1000	8	23.3	23.3
1100-1500	7	20.0	20.0
Toplam	30	100	

4.1.9. İncelenen İşletmelerde Üretim Sistemi Durumu

Araştırma bölgesinde anket yapılan işletmelerde dane zeytinin zeytinyağına işlenmesi modern tekniklerle yapılmaktadır. Zeytinyağı fabrikalarının ve preselerinin tamamına yakını (%96.7')si kontinü sistem olarak adlandırılan zeytinyağı işleme sistemleri mevcuttur (Çizelge 4.13). İşletmelerden %3.,03 'ü ise geleneksel sistem olan kesikli sistemi kullanmaktadır. Bunların hemen hemen tamamına yakınında taş değirmenler ile öğütme işlemi gerçekleştirilmektedir. Yapılan teşvikler ile sürekli sistemle çalışan tesis sayısı her geçen gün artmakta ve eski sistemler yeni sistemlere dönüştürülmektedir. Eski sistemlerin bir avantajı, geleneksel yöntemle az miktarda ve yüksek kalitede natürel zeytinyağı üretim olanaklarına sahip olmasıdır.

Çizelge 4.13. İşletmelerde Üretim Sistemi Durumu

Üretim Sistemi Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Klasik sistem	29	96.7	96.7
Kontinü Sistem	1	3.3	100
Toplam	30	100	

4.1.10. İncelenen İşletmelerde Üretilen Zeytinyağlarının Özellik ve İşleme Sıcaklık Durumu

Anket yapılan işletmelerin tamamında, işletmeciler elde ettikleri zeytinyağlarının Natürel Sızma Zeytinyağı olduğunu belirtmişlerdir. Bilindiği gibi

naturel zeytinyağı, hiçbir kimyasal işlem uygulanmadan, kırılmış zeytin danelerinden kendi ağırlığı ile sızan "sızma zeytinyağı" ile kırılmış zeytinlere baskı uygulanarak elde edilen yağı ifade etmektedir. Bunlarda asitlik oranının %1'in altında olması istenmektedir. Naturel zeytinyağı, içerdiği antioksidant ve değişik fenolik bileşikler nedeniyle beslenme ve sağlık açısından önem taşımaktadır.

Asitliği yükselmiş olan zeytinyağları ki bunlar genellikle uygun olmayan şartlar altında bekletilmiş, zarar görmüş ve/veya ağaç altından toplanan zeytinlerden elde edilen yağlarıdır, rafinasyon işleminden geçirilerek tüketime uygun hale getirilmektedir. Rafinasyon işlemi sırasında koku, renk ve asitlik giderme gibi işlemler uygulanmaktadır. Bu işlemler sırasında özellikle fenolik maddeler ve antioksidanlar büyük ölçüde kaybolmaktadır.

Ancak işleme sırasında yapılan bir takım yanlış uygulamaların kaliteyi olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Kaliteli zeytinyağı elde etmek için işleme sırasında dikkat edilmesi gereken önemli faktörlerden birisinin zeytin hamurunun yoğrulma sıcaklığı olduğu sıkça ifade edilmekte ve yoğurma işlemi için en uygun sıcaklığın 28-35 ºC olduğu belirtilmektedir (Giovacchino ve ark, 2002). Ancak yapılan Anket çalışmalarında 26 işletmede yaklaşık %86.7'sinde sıcaklığın 45 ºC'ye kadar kalan 4 işletmede yaklaşık %13.3'ünde sıcaklık derecesinin (46-65^{0}C) olduğu belirlenmiştir. Sıcaklık artışının yağ randımanı üzerindeki olumlu etkisi sebebiyle bazı işletme sahipleri daha yüksek sıcaklıkta (4 işletmede) su kullanmayı tercih etmektedir (Çizelge 4.14).

Çizelge 4.14. İşletmelerde Üretilen zeytinyağlarının Sıcaklık Derecesi Durumu

Zeytinyağlarının Sıkılma Sıcaklık Derecesi(^{0}C)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
0-45	26	86.7	86.7
46-65	4	13.3	13.3
Toplam	30	100	100

Anket yapılan işletmelerde, işletmelerin tamamında işletmelerindeki elde ettikleri zeytinyağlarının Natürel Sızma Zeytinyağı olduğunu,bazı işletmelerde natürel

zeytinyağı yanında Riviera tipi zeytinyağı ve prina yağı da üretilmekte olup, bölgede bu işletmelerin oranı % 8 civarındadır.

Riviera zeytinyağı, rafine zeytinyağı ile doğrudan tüketime uygun natürel zeytinyağlarının karışımından oluşan ve serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden her l00 gramda l,0 gramdan fazla olmayan yağdır (Nas ve ark., 1992).

Ham pirina yağı, pirinanın (posa) çözücülerle ekstraksiyonu veya diğer fiziksel işlemler sonucu elde edilen, reesterifikasyon işleminden geçmemiş, diğer yağlar ve bunların karışımları ile karıştırılmamış, doğrudan tüketime uygun olmayan, rafinasyon veya teknik amaçlı kullanıma uygun yağdır. Prina yağı rafinasyon işlemlerinden geçirildikten sonra doğrudan tüketime uygun natürel zeytinyağları ile karıştırılarak Prina yağı adı ile tüketime sunulabilmektedir. Bu karışımın serbest yağ asitliğinin oleik asit cinsinden her l00 gramda 1,0 gramdan fazla olmaması gerekir (Anonim., 2010).

4.1.11. İncelenen İşletmelerde Aylık ve Makinelerin Zeytin İşleme Kapasitesi Durumu

Bölgede zeytin presleme faaliyeti Eylül sonu itibariyle başlayıp aralık ayı sonuna kadar devam etmektedir. En yoğun kapasite kullanımı 29 işletmede Ekim ayında başlamaktadır.Geri kalan 19 işletmede Aralık ayında ve 1 işletmede ise Ocak ayında yoğun bir şekilde tesisin tam kapasite ile çalıştığı belirlenmiştir (Çizelge 4.15).

Çizelge 4.15. İşletmelerde Aylık Kapasite kullanım Durumu

AylıkKapasite Kullanım Durumu		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Ekim	29	33.3	33.3	33.3
	Aralık	19	63.3	63.3	96.7
	Ocak	1	3.3	3.3	100
	Toplam	30	100	100	

Yapılan Anket çalışmalarında en fazla 3 aylık bir dönemde işletmenin çalıştığı ve günlük kapasitesi olarak Gaziantep Bölgesinde günlük 60 tonluk kapasiteli

makinaların yoğun olarak kullanıldığı tespit edilmiştir (Çizelge 4.16). Bölgedeki zeytinyağı işletmelerinin kapasitesi yıllık 12 ile 150 ton arasında değişim göstermekte olup ortalama 70 ton civarındadır. Yıllık kurulu kapasitesi yüksek olsa da yeterince hammadde gelmediği için kurulu kapasite tam olarak kullanılamamaktadır. Aynı şekilde işletmelerin çalışma süresi de değişebilmektedir.

Çizelge 4.16. İşletmelerde Makinelerin Zeytin İşleme Kapasitesi Durumu

Makinelerin Zeytin İşleme Kapasitesi Durumu (gün/ton)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
40,00	2	6.7	10.0
50,00	1	3.3	13.3
60,00	13	43.3	56.7
70,00	5	16.7	73.3
80,00	2	6.7	80.0
100,00	6	20.0	100
Toplam	30	100	

Ankete katılan işletmelerin %82'si götürü usulü (sıkılan zeytin karşılığı belirli oranda yağ ve/veya prina alınması), kalan işletmeler ise ücret karşılığı ya da kendi adına çalışmaktadır. Ücret karşılığı yağ sıkan işletmeler genellikle kilogram zeytin başına 50-75 kuruş, beher kilogram yağ başına ise 8-9 TL ücret aldığını beyan etmişlerdir. Götürü usulü çalışanlar ise yaklaşık % 8-9 yağ karşılığı zeytin işlemektedir.

Götürü olarak işlenen zeytinlerin nakliye masrafları zeytin üreticisi tarafından karşılanmaktadır. Zeytini kendi adına işleyen tesislerde ise, yol masrafı yapılan anlaşmaya bağlı olarak değişmektedir. Bazı işletmeler de kendi sahip oldukları bahçelerin zeytinini işlerken benzer şartlarda dışarıdan gelen zeytinleri de işlemektedir.

Son yıllarda bölgede yapılan zeytin ağaçlandırma çalışmalarına paralel olarak yeni zeytin işleme tesislerinin de artmakta olduğu görülmüştür. Ziyaret edilen bölgede son iki yılda faaliyet gösteren işletmeler birinci yıl 15205 ton, ikinci yıl ise 170.00 ton zeytin işlemişlerdir.

4.1.12. İncelenen İşletmelerde Şişeleme Ünitesi Kullanım Durumu

Anket yapılan işletmelerin tamamında, üreticilerden ve preselerden doğrudan tüketiciye yapılan satışlarda genellikle teneke, plastik kaplar (mavi bidon) ve pet şişeler kullanılmakta şişeleme üniteleri olmadığından dolayı şişeleme yapılamamaktadır.Kullanılan kaplar, ürünün havayla temasını, ısıya ve ışığa maruz kalmasını engellememekte, bu durum kalitede bozulmalara neden olmaktadır. Dolayısıyla üreticilerden ve preselerden doğrudan tüketicilere satışlarda, ambalajlama ve paketleme hizmeti etkin bir şekilde yerine getirilmemektedir (Çizelge 4.17). Bölgede işlenen zeytinyağı genel olarak 18 litrelik (16 kg) tenekelere doldurularak pazarlanmaktadır.

Çizelge 4.17. İşletmelerde Şişeleme Ünitesi kullanım Durumu

Şişeleme Ünitesi Kullanım Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Var	0	0	0
Yok	30	100	100

Zeytinyağı işletmelerinde şişeleme ve etiketleme ünitelerinin yaygınlaştırılarak işletmelerin kendi adlarına perakende ürün üretmeleri bölgesel ekonominin gelişmesi ve markalaşma açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu aynı zamanda zeytinyağında yapılan taklit ve tağşişlerin önlenmesi açısından da çok önemlidir. Çoğu firma da bu durumun bilincinde olup bu yönde yatırım yapmayı düşünmektedir. Zira, üreticilerin en büyük şikayeti tenekelerde satılan zeytinyağları üzerinde herhangi bir etiketin ve özellikle firma isminin bulunmamasından dolayı yapılan tağşişlerin bölgedeki tüm işletmelere mal edilmesidir.

4.1.13. İncelenen İşletmelerde Laboratuvar, Antioksidan Kullanımı ve Asitlik Analizi Durumu

Anket yapılan isletmelerde işletmelerin tamamında laboratuar imkanının olmadığı saptanmıştır.

Çizelge 4.18. İşletmelerde Laboratuvar kullanım Durumu

Laboratuvar Kullanım Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Var	0	0	0
Yok	30	100	100

Zeytinyağında yağ analizlerinin yapılması, yağ kalitesinin yüksek tutulması ve yağın kalitesine göre fiyatlandırılması açısından önemli olup işletmeleri de kaliteli yağ üretme yönünde teşvik edecektir. Kaliteli yağa yüksek fiyat verilmesi diğer işletmeleri de kaliteli yağ üretme bakımından rekabete sokacaktır. Böylece bölgede zeytinyağı sanayii daha da gelişecektir.

Zeytinyağına hile amacıyla başka bitkisel yağların (özellikle ayçiçeği, mısırözü, pamuk ve kimyasal bileşimi kısmen zeytinyağına benzeyen fındık, kolza, kanola ve avokado yağı gibi) karıştırılması tağşişin belirlenmesi ve engellenmesi, ayrıca naturel zeytinyağlarının saflık – kalite kriterlerin izlenmesi için UZZK tarafından akredite olmuş modern laboratuarların kurulması teşvik edilmelidir (UZZK, 2013). Bu konuda devlet ve özel sektör destekli araştırma/denetim amaçlı periyodik surveyler yapılmalıdır. Diğer bir hile yolu olan naturel zeytinyağlarına yine kendi türevleri olan rafine zeytinyağı, ikinci ekstraksiyon zeytinyağları, yemeklik rafine pirina yağı ilavesinin de önlenmesi için gereken yasal yapı (denetim ve laboratuvarlar) oluşturulmalı ve gereken bilimsel çalışmalar teşvik edilmelidir.

Çizelge 4.19'a göre Bölgede Dereceleme işlemi genellikle büyük fabrikalar tarafından zeytinyağında bulunan asit oranına göre yapılmaktadır. Yaptığımız anketlerde bu oran 29 işletmede asitlik analizi yapıldığı belirlenmiştir. Laboratuvar imkanı olmadığı halde asitlik ölçümlerini yaptırdıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.19). Bu işletmelerde asitlik tayini ustabaşı olarak nitelendirilen kişiler tarafından, eter alkol vb. çözeltilerden faydalanılarak yapılmaktadır. Bunun yanı sıra, çeşide veya organoleptik özelliklere göre de sınıflandırma da mevcuttur.

Çizelge 4.19. İşletmelerde Zeytinyağında Asitlik Analizi kullanım Durumu

Zeytinyağında Asitlik Analizi Yapılma Durumu		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Evet	29	96.7	96.7
	Hayır	1	3.3	100
	Toplam	30	100	

Çizelge 4.20 incelendiğinde Antioksidan kullanımı dikkate alındığında,25 işletme antioksidan kullanmadıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 4.20). Anket yapılan isletmelerde genel olarak natürel zeytinyağı üretimi yapıldığından, yörede faaliyet gösteren işletmelerin hiç birinde oksitlenmeye karşı koruma amacıyla antioksidant kullanılmadığı tespit edilmiştir. Zira zeytinyağının içerisinde doğal olarak bulunan antioksidant maddeler ve zeytinyağının yağ asidi özellikleri zeytinyağını oksidasyona karşı daha dirençli hale getirmektedir.

Çizelge 4.20. İşletmelerde Zeytinyağında Antioksidan kullanım Durumu

Antioksidan kullanım Durumu	**İşletme Sayısı**	**Yüzdeler**	**Kümülatif Yüzdeler**
E vet	5	20.0	20.0
Hayır	25	80.0	80.0
Toplam	30	100	

4.1.14. İncelenen İşletmelerde Zeytinyağı Yan Ürün Sabun ve Küspe Üretimi Durumu

Çizelge 4.21 incelendiğinde Anket yapılan isletmelerde 5 işletmede sabun üretimi yaptıklarını ve kalan 25 işletmede ise sabun üretimi yapmadıkları belirtmişlerdir.

Çizelge 4.21. İşletmelerde Zeytinyağında Yan Ürün Sabun Üretimi Durumu

Yan Ürün Sabun Üretimi Durumu		**İşletme Sayısı**	**Yüzdeler**	**Kümülatif Yüzdeler**
Geçerli	Evet	5	16.7	16.7
	Hayır	25	83.3	100
	Toplam	30	100	

Çizelge 4.22. incelendiğinde Anket yapılan isletmelerde 30 işletmede yan ürün olarak küspe üretimi yapmadıkları belirtmişlerdir.

Çizelge 4.22. İşletmelerde Zeytinyağında Yan Ürün Küspe Üretimi Durumu

Yan Ürün Küspe Üretimi Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Evet	0	0	0
Hayır	30	100	100
Toplam	30	100	

4.1.15. İncelenen İşletmelerde Karasu İmha Durumu

Anket yapılan isletmelerin %90' nı (27) karasuyu imha olarak kanalizasyona boşalttığını %6.7 si Belediye ekibine teslim ettiğini %3.3'ü ise kendi işletmesinin havuzunda biriktirdiğini belirtmişlerdir (Çizelge 4.23). Zeytinyağı işletmelerinin kronikleşen sorunlarından birisi de karasuyun uzaklaştırılması problemidir. Karasu, zeytinyağı üretimi sırasında ortaya çıkan ve suda çözünen organik madde bakımından zengin bir atıktır. Genellikle fabrikalar tarafından karasu, kanalizasyon sistemine verilmektedir. Çevre kirliliğine neden olan bu sorunun uygun şekilde çözülmesi gerekmektedir. Karasuyun tam arıtımı oldukça pahalı bir iş olmakla birlikte, Bölgedeki işletmelerin bu konuda hassas davranmaları ve arıtma tesislerine yönelik yatırımlar yapmaları gerekmektedir. Zeytinlerin yağa işlenmesi sırasında yan ürün olarak elde edilen kara suyun çevreye verdiği zararı en aza indirmek amacıyla ekolojik olarak adlandırılan iki faz çalışan kontinü sistemlerin kullanılması desteklenmelidir. Ayrıca karasuyun çevreye verdiği etkileri en aza indirebilmek için Ar-Ge çalışmaları teşvik edilmelidir.

Çizelge 4.23. İşletmelerde Zeytinyağında Karasu İmha Durumu

Zeytinyağında Karasu İmha Durumu		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Belediye	2	6.7	6.7
	Kanalizasyon	27	90.0	96.7
	Havuz	1	3.3	100
	Toplam	30	100	

4.1.16. İncelenen İşletmelerinÜretici ve Üretim sorunları

Anket yapılan isletmelerde en çok karşılaşılan üretici sorunu%53.3'ü zeytin fiyatlarının düşüklüğünü ,%30.0'u alıcıların azlığı,% 10.0'u ürünü hemen satma zorunluluğu ve %16.7'si tüccarlar karşısında pazarlık güçlerinin az olması nedeniyle

sorun yaşadıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.24). Hammadde temini ile ilgili karşılaşılan İşletmelerin karşılaştığı sorunların başında hammaddenin yetersizliği gelmektedir. Bu sorunun kaynağını, periyodisite yanında kuraklık nedeniyle bazı dönemlerde zeytin veriminin düşük olması oluşturmaktadır. Ayrıca, son dönemlerde yapılmakta olan teşviklerin etkisiyle bölgedeki fabrika sayısında artış olması fabrika başına düşen zeytin miktarını azaltmaktadır. Buna karşın, bölgede zeytin ağaçlandırma çalışmalarının büyük bir hızla devam etmesi yakın gelecekte bu soruna çözüm getirecek gibi görünmektedir. Bunun yanında bölgede damla sulamanın da uygulamaya sokulması zeytin verimini arttırıcı yönde rol oynayacaktır.

Çizelge 4.24. İşletmelerde Karşılaşılan Üretici Sorunları

Üretici Sorunları	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Zeytin fiat düşüklüğü	16	53.3	63.3
Alıcı azlığı	9	30.0	93.3
Ürünü hemen elde çıkarma zorluğu	3	10.0	10.0
Tüccarla yaşanan sıkıntılar	2	6.7	100

Zeytinyağı üretimi ve pazarlaması ile ilgili sorunları belirlemek amacıyla işleme tesislerine üretim ve pazarlama sırasında karşılaştıkları sorunlar sorulmuş, ankette alınan yanıtlar, işletmelerde %33.3'ü hammadde temini konusunda , % 60' ı işleme ve pazarlamadan kaynaklanan sorunlar ile %6.7'si ise bekletme olarak belirtmişlerdir. Anket yapılan işletmelerde %33.3 ham madde temini ile ilgili karşılaşılan başlıca problemler önem sırasıyla hasat şekli, yöresel çeşitlerin azalması, dip zeytinlerin işlemeye getirilmesi, zeytinlerin çuvallar içinde taşınıyor olması ve hasattan işlemeye kadar bekleme süresinin uzunluğudur (Çizelge 4.25). Bunların yanı sıra üreticilerin bilgi yetersizliği, parsellerin küçüklüğü, bakım işlemlerindeki yetersizlikler ve yanlışlıklar, zeytinlerin içerisinde yabancı maddelerin (dal, yaprak, toprak vb.) bulunması kaliteli zeytinyağı elde edilmesini olumsuz etkileyen diğer unsurlardır (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.25. İşletmelerde Karşılaşılan Üretim Sorunları

Üretim Sorunları		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Bekletme	2	6.7	6.7
	Hammadde temini	10	33.3	40.0
	Pazarlama kaynaklı sorunlar	18	60.0	100
	Toplam	30	100	

4.2. İşletmelerde Zeytinyağı Depolama ve Pazarlamaya İlişkin Araştırma Bulguları ve Tartışma

Bölgede 2011 yılından bu yana gerçekleşen iklim değişiklikleri ardından 2014 yılındaki don olayları Tüm Türkiye'de olduğu gibi Gaziantep bölgesinde de zeytin verimini olumsuz etkilemektedir. Miktar hedeflerini tutturamayan üretici, yıllardır sektördeki yetersiz fiyat artışı ve devlet desteğinin düşük olmasının da etkisiyle gün geçtikçe çalışma isteğini yitirmektedir. Araştırma kapsamında görüşülen işletmeler açısından bu durum küresel ekonomik krizden çok daha kötü bir etkiye sahiptir. Araştırmaya katılan işletmelerin pazarlama başlığı altındaki başlıca sorunları arasında iç talebin yetersizliği, tüketici algılarından kaynaklanan sorunlar (fiyat, kalite, damak tadı vb.),zeytinyağının ülkenin belli bölgelerinde tüketilmesi ve devletin sektörü yeteri kadar desteklememesi sayılabilir.

4.2.1. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının değerlendirme Şekli

Görüşme yaptılan işletmelerin ürünlerinin büyük bir kısmı toptan satılmakta, perakende satış yetersiz kalmaktadır. İşletmelerin zeytinyağı satışlarında önem sırasıyla tüccarlar, doğrudan tüketiciler ve fabrikalar olmak üzere başlıca üç pazar alternatifleri bulunmaktadır. İşletmelerin anketlere verdikleri cevaplar dikkate alındığında %70'i (21 işletme) doğrudan tüketiciye; % 30'u ise doğrudan tüccara teslim ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.26).

Perakende satışın en önemli noktasını oluşturan süpermarketler ürünün pahalı olmasından ve marka bilinirliğinin az olmasından dolayı bu markalara yer vermemektedir. Süpermarketlerde zaman zaman kısa süreli stantlar açan işletmeler tüketicilerin fiyata karşı duyarlılığından ve bilgi eksikliğinden dolayı kendi ürünlerine

yönelmediğini ifade etmektedir. İşletmeler tutundurma araçlarından etkin bir biçimde yararlanamadıklarını ifade etmektedir. Ürünlerinin reklamını bölgesel olarak yapmaktadırlar. İşletme sahipleri, reklamın marka bilinirliğine büyük katkısı olduğunu ancak satışları beklenen düzeylere çıkarmadığını belirtmişlerdir. İşletme sahiplerine göre zeytinyağı pazarlamasında en etkin tutundurma aracı kişisel satıştır. Satış elemanları öncelikle zeytinyağının yararlarını, ardından kendi markasının farklılığını anlatmaktadır. İşletme sahipleri modern pazarlamayı kavramış, sektörü iyi bilen ve tüketicilerle etkili iletişim kurabilecek satış elemanı bulmakta zorluk yaşadıklarını ifade etmektedir (Yıldırım ark. 2013).

Çizelge 4.26. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının değerlendirme

Zeytinyağlarının değerlendirme şekli		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Doğrudan tücccara teslim	9	30.0	30.0
	Doğrudan tüketiciye teslim	21	70.0	100
	Toplam	30	100	

4.2.2. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarında ham madde alım fiatı, ve Sorunların Tespiti

Zeytinyağının pazarlanmasında anahtar unsurlardan birisi yüksek kalitede ürün elde etmektir. Zeytinyağı kalitesi üzerinde hammadde olarak kullanılan zeytinin özelliklerinin oldukça önemli bir yeri vardır. Türk Gıda Kodeksi'nde kullanılacak hammadde ile ilgili olarak uyulması gereken uygulamaların bazıları şu şekilde belirlenmiştir. Ürünün imal edilmesinde kullanılacak hammaddeler; yabancı maddeler, parazitler, mikroorganizmalar veya bunların toksinleri açısından kabul edilebilir düzeyde olmalıdır. Hammadde, yardımcı madde ve katkı maddeleri bozulmanın ve zararın en aza indirilebileceği koşullarda muhafaza edilmelidir. İşletmelerde yapılan anket çalışmalarında %46.7'si hammadde fiatını 2.5 TL olarak aldığını belirtirken %40'ı ise 2TL olarak satın aldıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının hammadde fiatı değerlendirme

Zeytinyağlarının hammadde fiatı (TL)		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	1,80	4	13.3	13.3
	2,00	12	40.0	53.3
	2,50	14	46.7	100
	Toplam	30	100	

Bölgemizde zeytinyağının hammaddesi olan dane zeytinin hasadından işlenmesine kadar bir takım aksaklıklar mevcuttur. Zeytin doğası gereği farklı zamanlarda olgunlaşan bir üründür. İşletmelerde yapılan anketlerde 14 işletmede hasat sonrası üreticinin arazide bekletmesinden 16 işletme ise işletme alanında hammaddeyi beklettiğini belirtmişlerdir (Çizelge 4.28).Bu durum bize hem arazi koşullarında hemde işletme alanında bekletme olayının gerçekleştiğini göstermektedir.

Çizelge 4.28. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının hammade alımı sorunlarının değerlendirilmesi

Hammade Alımı Sorunlarının Değerlendirilmesi	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Hasat sonrası Bekletme	14	46.7	46.7
İşletme içinde Bekletme	16	53.3	100
Toplam	30	100	

Zeytin bahçelerinde zeytin olgunlaştıkça, küçük miktarlarda ve genellikle sırıklarla çırpılarak hasat edilmekte, elde edilen ürün nakliye masrafları yüksek olduğundan dolayı arazide çuvallarla işletme avlusuna taşınarak yaklaşık 1 hafta bu şekilde bekletilmektedir. Elde edilen yığınlar ancak belirli miktarlara ulaştığında fabrikalara taşınmaktadır. Bu durum danede bozulmalara yol açarak asitliğin artmasına sebep olmaktadır. Ayrıca, bazı üreticiler topladıkları zeytinin içerisine dip zeytin olarak adlandırılan yerden toplanan kötü kalitede zeytini de karıştırdıklarını ifade etmişlerdir. Fabrikaya gelen zeytinler ise yine uygun olmayan koşullarda (fabrika avlusunda ısı ve ışığa maruz kalarak) yaklaşık 3-4 gün daha bekletilmekte, sonrasında zeytinyağına işlenmektedir. Özellikle ürünün var yıllarında üretimin artması nedeniyle fabrikalara getirilen zeytinin bekleme süresi uzamaktadır. Nitekim, fabrikalarda görüşülen kişiler ürünün var yıllarında özellikle de Kasım ayının 15'inden Aralık ayının 15'ine kadar sık sık bekletme zorunluluğunun doğduğunu belirtmişlerdir. Bu

faktörler bir arada düşünüldüğünde zeytinde kalite bozulmaları ortaya çıkmakta, buna bağlı olarak da zeytinyağın kalitesinde düşmeler gerçekleşmektedir (Çizelge 4.29).

Çizelge 4.29. İşletmelerde hammadde olarak bekletme

Hammadde olarak bekletme durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler
Evet	29	96.7
Hayır	1	3.3
Toplam	30	100

4.2.3. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarında ham madde alımını ve Kaliteyi Etkileyen Faktörler

İşletmelerde yapılan anketlerde hammadde temini %40 oranında tüccarlar aracılığıyla %33.3 ise üreticilerden temin ettikleri belirlenmiştir (Çizelge 4.30).

Çizelge 4.30.İşletmelerde hammadde alımı

İşletmelerde hammadde temini	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Üretici	10	33.3	33.3
Tüccar	12	40.0	73.3
3,00	8	26.7	100
Toplam	30	100	

Çizelge 4.31 incelendiğinde Gaziantep bölgesinde, kaliteli hammadde temininde yaşanan sorunlara bakıldığında işleme tesislerinde genellikle modern sistemler kullanılmasına rağmen özellikle küçük ölçekli fabrika ve preselerdeki teknik elemanların bilgi yetersizliği sonucu yapılan birtakım hatalı uygulamalar nedeniyle zeytinyağı işleme hizmetinin etkin bir şekilde yerine getirilemediği söylenebilir ve yapılan anketler sonucunda %43.3'ü hammaddenin çuvallar halinde geldiğinden %40'ı ise çamurlu ve dallı bir şekilde ham madde toplanması kalite kayıplarına neden olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 4.31).

Çizelge 4.31. İşletmelerde hammadde kalite unsurları

Hammadde kalite unsurları	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Işletmedeki Teknik bilgi yetersizliği	5	16.7	16.7
Ürünün Çamurlu ve dallı getirilmesi	12	40.0	56.7
Ürünün Çuvallarla getirilmesi	13	43.3	100
Toplam	30	100	

4.2.4. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının pazarlama şekli, ambalajlama, depolama şekli ve depolama süresi, ham madde alımını ve kaliteyi etkileyen faktörler

İşletmelerde yapılan anketlerde 28 işletmede zeytinyağlarının %93.3'ü hem toptan tankerle batıya hem de bölgeye ambalajlanmış bir şekilde ve geriye kalan 2 işletmede ise sade tankerlere doldurup batı bölgelerine pazarlama yaptıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.32).

Çizelge 4.32. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının Değerlendirme Şekli

Elde edilen zeytinyağlarının Değerlendirme Şekli (pazarlama)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Tankerle batıya pazarlama	2	6.7	6.7
Toptan tankerle hem batıya hem bölgeye pazarlama	28	93.3	100
Toplam	30	100	

Zeytinyağının ambalajlanmasında kullanılan materyal zeytinyağı kalitesini etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Ambalajlama sonrası ambalaj materyaline ve çevre koşullarına bağlı yağda istenmeyen bir takım kimyasal değişiklikler ve duyusal özelliklerde azalmalar meydana gelmektedir. Zeytinyağları için genellikle kullanılan ambalaj materyalleri, değişen kapasitelerdeki teneke kutular, cam ve plastik şişelerdir (Keçeli, 2008). İşletmelerde yaptığımız anketlerde ambalaj olarak tümünün teneke kullandığı belirlenmiştir (Çizelge 4.33). Bölgede üretilen zeytinyağı genellikle yurt içi tüketimi karşılamak için kullanılmakta, bu nedenle 16 kg'lık tenekelerde piyasaya sürülmektedir. Bu tenekelerde çoğunlukla etiket bulunmamaktadır. Bu durum, kaliteli üretim yapan işletmeleri mağdur ederken, merdiven altı tabir edilen kontrolsüz üretim yapan işletmeleri teşvik etmektedir. Bölgede kendi adına üretim yapan büyük işletmeler piyasaya hem büyük hem de küçük ambalaj içinde, kendi etiketlerini taşıyan

ürünleri piyasaya sunmaktadır. Günümüzde ticarette markalaşmanın ve firmaya güvenin çok önemli olduğu dikkate alınarak, işletmelerin kendi etiketlerini taşıyan uygun ambalajlar içerisinde ürünlerini piyasaya sunmaları gerekmektedir. Bu durum bölge ekonomisi ve ihracat olanakları bakımından çok önem taşımaktadır.

Çizelge 4.33. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının Ambalaj Şekli

Zeytinyağlarının Ambalaj Şekli	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Teneke	30	100	100	100
Varil	-	-	-	-
Toplam	30	100		

Çizelge 4.34 incelendiğinde elde edilen zeytinyağlarını depolamak için 27 işletmenin krom tank ve 3 işletmenin çelik tank kullandığı belirlenmiştir (Çizelge 4.34).

İşletmelerde yapılacak işlerin başında Üretilen naturel zeytinyağının asitlik, peroksit değerleri ve duyusal niteliklerine göre paslanmaz çelik tanklarda, 15ºC sıcaklık altında ve eğer mümkün ise azot gazı altında depolanması gerekmektedir. Naturel zeytinyağlarının bünyelerine yabancı kokuları yüksek düzeyde ve çabuk absorbe etmelerinden dolayı taşıma-depolamada ortamın temiz ve yabancı kokulardan uzak olmasına dikkat temelidir**.** Yağın fiziksel ve duyusal özelliklerinin korunması için depoların yalıtımı yapılarak ısı ve ışık geçirmesi önlenmeli ve farklı çeşitler farklı tanklarda depolanmalıdır.

Çizelge 4.34. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının Depolama Şekli

Zeytinyağlarının Depolama Şekli	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Krom Tank	27	90,0	90,0
Çelik Tank	3	10,0	100,0
Toplam	30	100,0	

İşletmeler incelendiğinde Depo süresi ile ilgili verilen cevaplara göre depo süresi işletmelerin % 46.7'sinde ortalama 12 ay olarak belirlenmiştir.

4.2.5. İşletmelerde elde edilen zeytinyağı üretimi sırasında karşılaşılan sorunlar, kalite bozulmaları, zeytinyağı tüketim durumu

İşletmelerde yapılan Anketlerde zeytinyağı üretim sırasında en fazla karşılaşılan sorun %93.3 oranında depolama ve muhafaza sırasındaki sorunlar nedeniyle kalite sorunlarının baş gösterdiğini belirtmişlerdir (Çizelge 4.35).

Çizelge 4.35. İşletmelerde elde edilen zeytinyağı Üretim sırasındaki sorunlar

Zeytinyağı Üretim sırasındaki sorunlar		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Depo ve muhafaza	28	93.3	93.3
	Denetim eksikliği	2	6.7	100
	Toplam	30	100	

İşletmelerde Üretim şekli dikkate alındığındaKontinü sistemlerde kullanılan dekantörler iki veya üç çıkışlı olabilmektedir. Bu sistemlerden yağ, karasu ve pirina (zeytin meyvesinin fiziksel işlemler uygulanarak yağının ve suyunun büyük kısmı alınmış küspesi) çıkan 76 sistemler "üç fazlı" olarak adlandırılırken, sadece yağ ve yüksek nem içeriğine sahip pirina çıkan sistemler "iki fazlı" olarak adlandırılmaktadır. Çizelge 4 36 incelendiğinde İşletmelerde kullanılan kontinü sistemde ise %100 oranında iki fazlı kontinü santrifüj sistemi kullanıldığı belirlenmiştir.

Çizelge 4.36. İşletmelerde elde edilen zeytinyağı Üretim Şekli sistemi

Elde edilen zeytinyağı Üretim Şekli sistemi		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Torbalı hidrolik sistem	-	-	-
	Iki fazlı kontinü santrifüjleme	30	100	100
	Üç fazlı kontinüsantrifüjleme	-	-	-
	Toplam	30	100	

Tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye ulaşımında pazarlama hizmetlerinin yerine getirilmesi amacıyla üreticilerin bir arada ve toplu olarak hareket etmelerine olanak sağlayan organizasyonlardan biri de pazarlama kooperatifleridir. Pazarlama kooperatifleri ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaşmasında bir takım hizmetlerin karşılanmasına yardımcı olmaktadır. Bu hizmetler; ürünlerin toplanması, derecelere ayrılması, standardizasyonu, ambalajlanması, depolanması, işlenmesi, taşınması, mali

işlerin halledilmesi, toptancı düzeyinde dağıtılması ya da satılmasıdır. Pazarlama kooperatifleri pazarlama karının ürün üreticisine yöneltilmesi, pazarlama masraflarının azaltılması ve pazarlama hizmetlerinin düzenlenmesi bakımından oldukça büyük faydalar sağlamaktadır (Güneş, 1996). Ancak yapılan incelemede bölgede kooperatifleşmenin olmadığı sonucuna varılmıştır. İşletmelerin tamamı kooperatifleşme eksikliğini vurgulamış, zeytinin işletmeye ulaştırılması sırasında kaynaklanan bozulmanın temel sebebi olarak göstermişlerdir

Çizelge 4.37. İşletmelerde elde edilen zeytinyağı Üretim sırasındaki kalite Bozulması

Elde Edilen Zeytinyağı Üretim Sırasındaki Kalite Bozulması		**İşletme Sayısı**	**Yüzdeler**	**Kümülatif Yüzdeler**
Koperatif eksiliğinden dolayı	Evet	30	100	100
	Hayır	-	-	-
	Toplam	30	100	

4.2.6. İşletmelerde elde edilen zeytinyağının üretimi ve pazarlama sırasında en önemli sorunlar ve çözüm önerileri

Zeytinyağının işlenmesi sırasında karşılaşılan en önemli sorunların başında ürün kalite özelliklerinin belirleneceği laboratuarların azlığı, tahlil ücretlerin yüksekliği, elektrik masrafının yüksekliği ve bölgede rafinasyon tesisi olmaması, ambalaj malzemelerinin pahalı olması ve dolum tesislerinin azlığı şeklindeki sorularımıza işletmelerin verdiği yanıtlarda %33.3'ü en önemli sorun olarak maliyet olarak elektrik parasının yüksekliği dikkat çekmektedir (Çizelge 4.38).

Çizelge 4.38. İşletmelerde elde edilen zeytinyağının Üretimi sırasındaki işletmenin en önemli Sorunları

Elde edilen zeytinyağının Üretimi sırasındaki işletmenin en önemli Sorunları	**İşletme Sayısı**	**Yüzdeler**	**Kümülatif Yüzdeler**
Laboratuarların azlığı	4	13.3	13.3
Tahlil ücretlerinin fazlalığı	9	30.0	43.3
Elektrik ücreti fazlalığı	10	33.3	76.7
Rafinasyon tesisinin olmaması	5	16.7	93.3
Dolum tesisinin azlığı	2	6.7	100
Toplam	30	100	

Zeytinyağının işlenmesi sırasında işletmelerin pazarlama sırasında karşılaşılan en önemli sorunların başında Zeytinyağı fiatlarının düşük olması, pazar bulmada zorluk yaşanması, Organik zeytinyağına sertifika alma durumu ve maliyet açısından diğer bölgelerle rekabet durumu şeklindeki sorularımıza verilen yanıtların başında %46.7'si Pazarlamadan kaynaklanan en belirgin sorun pazar bulmada zorluk yaşanmasıdır (Çizelge 4.39). Görüşülen kişiler, zeytinyağına pazar bulmada sıkıntı yaşadıklarını, yeni fidan dikimleri ile artacak olan üretim miktarını sunabilecekleri yeni pazarların arayışında olduklarını ve bu pazarlara yönelmek istediklerini sıkça dile getirmişlerdir. Bunların yanı sıra zeytinyağı fiyatlarının düşük olması, organik zeytinyağına sertifika almada zorluk ve maliyetin yüksekliğinden dolayı diğer bölgelerle rekabet edememe karşılan diğer sorunlardır (Çizelge 4.39).

Çizelge 4.39. İşletmelerde elde edilen zeytinyağı Pazarlaması sırasındaki en önemli Sorunlar

Elde edilen zeytinyağı Pazarlaması sırasındaki en önemli Sorunlar	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Zeytinyağı fiatlarının düşük olması	8	26.7	26.7
Pazar bulmada zorluk yaşanması	14	46.7	73.3
Organik zeytinyağına sertifika almada zorluk	5	16.7	90.0
Sertifika maliyetinin yüksekliği	2	6.7	96.7
Diğer bölgelerle rekabet edememe drumu	1	3.3	100
Toplam	30	100	

4.2.7. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının fiat araştırması, ambalaj şekli ve prinanın satış fiatı, prina Pazar Durumu

Tüketiciler, zeytinyağı fiyatı, diğer bitkisel yağların fiyatlarından nispeten yüksek olduğu için, tercihlerini diğer yağlardan yana kullanmaktadır. Zeytinyağı fiyatı genel itibariyle diğer bitkisel yağların fiyatlarının üzerindedir. Türkiye'de tüketicilerin zeytinyağı fiyatlarına karşı duyarlı olduğu bilinmektedir. Nitekim, Akbay ve ark. (2008) tarafından yapılan bir çalışmada zeytinyağı fiyat-talep esnekliği -1.35 bulunmuştur. Bulunan bu esneklik, fiyatta meydana gelecek küçük bir değişimin, tüketici talebinde önemli değişikliğe yol açacağını ifade etmektedir. İşletmelerde yaptığımız anketlerde satış fiatının %33.3!ü 18 litrelik tenekelerde 160 TL olduğu saptanmıştır (Çizelge 4.40). Genel olarak Üretim miktarıyla fiyat arasında istisnaları

olmakla birlikte genel olarak ters yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Fiyatlar üretim miktarının yüksek olduğu dönemlerde düşmüş, üretimin düşük olduğu dönemlerde yükselmiştir.

Çizelge4.40. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının Fiyat Araştırması Durumu

Elde edilen zeytinyağlarının Fiat Araştırması Durumu(TL) (18LT)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
140,00	1	3.3	3.3
150,00	8	26.7	30.0
155,00	1	3.3	33.3
160,00	10	33.3	66.7
165,00	1	3.3	70.0
170,00	8	26.7	96.7
175,00	1	3.3	100
Toplam	30	100	

Çizelge 4.41. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının Satış Araştırması Durumu

Elde edilen zeytinyağlarının Satış Araştırması Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Doğrudan tüketiciler	10	33.3	33.3
Tüccarlar	16	53.3	86.7
Fabrikalar	4	13.3	100
Toplam	30	100	

Çizelge 4.42 incelendiğinde Işletmelerde yapılan anketler sonucunda elde ettikleriişletmelerin 17 adedi prinayı %56,7 si sabun fabrikalarına satış yaptıklarını geri kalan 13 adedi ise kalan prinayı prina fabrikalarına sattıklarını belirtmişlerdir.(Çizelge 4.42).

Çizelge 4.42. İşletmelerde Elde Edilen Zeytinyağlarından Elde Edilen Prinanın Pazar Araştırması Durumu

Prinanın Pazar Araştırması Durumu		İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Geçerli	Sabun	17	56.7	56.7
	Prina fabrikalarına	13	43.3	100
	Toplam	30	100	

Çizelge 4.43 incelendiğinde işletmelerde yapılan anketler sonucunda elde ettikleri prinayı sabun fabrikalarına ve prina fabrikalarına satış yaptıklarını ve fiyat olarakta %93.3 ü 0.50-0.75 kuruş arasında prinayı pazarladıklarını belirlemişlerdir.

Elde edilen prina, kalan yağ oranına bağlı olarak ortalama kilogram fiyatı 40-70 kuruştan satılmaktadır. Pirinanın bir kısmı da işletmenin ısı ihtiyacını karşılamak amacıyla işletmenin kendi içerisinde yakacak olarak kullanılmaktadır. Zeytinyağı üretimi sonunda elde kalan posa (prina) genellikle işletmenin yakıt ihtiyacını karşılamak için kullanılmakta, çok az bir kısmı ise kalıplanarak dışarıya yakacak olarak satılmaktadır. Elde edilen posa miktarı, işletmenin kapasitesine bağlı olarak değişim göstermekte olup genel olarak işlenen zeytinin % 40'ı kadardır. Bölgede hâlihazırda az da olsa pirina yağı üretimi de gerçekleştirilmekte olup bu konuda yeni yatırımların düşünüldüğü belirlenmiştir. Bu da zeytinyağı endüstrisinin ve bu konudaki yatırımların genişlemeye devam ettiğini göstermektedir.

Çizelge 4.43. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarından elde edilen Prinanın Satış Pazar Araştırması Durumu

Prinanın Satış Pazar Araştırması Durumu (KURUŞ)	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
0,50- 0,75	28	93.3	93.3
0,76-1LT	2	0.7	0.7

4.2.8. İşletmelerde elde edilen Zeytinyağlarının İhracat araştırması, Danışmanlık, Koruyucu donanım, KOSGEB bilgisi ve Destek Bilgisi, Engelli Çalışan,Çalışma Belgesi ve İş güvenliği Sorunları ve Çözüm Yolları

Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı ambalaj şekillerine göre dökme, varilli ve kutulu şekilde yapılmaktadır. Ülkemiz net zeytinyağı ihracatçısı ülkeler arasında bulunmaktadır. Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı yıldan yıla ve buna bağlı olarak zeytinyağı üretiminde meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle keskin artış ve düşüşler göstermektedir. İşleme teknolojisi, pazarlama politikaları ve diğer zeytinyağı üreticisi rakiplerimizin zeytinyağı üretimindeki artış ve düşüşler de ihracatımızı etkileyen önemli etkenler arasındadır. İhracatımızın büyük çoğunluğu Katma Değeri düşük olan dökme zeytinyağı şeklindedir. Diğer bir ifadeyle yağlarımız; İtalyan ve İspanyol markaları ile satılmaktadır. Bunun sonucunda ihracattan elde etmemiz gerekenin çok altında gelir sağlıyoruz. Ürün çeşitlendirme ve ürün farklılaştırma yoluyla katma değeri yüksek zeytinyağı ihracatının artırılması yönünde bölge de çalışmaların hızlandırılması gerekmektedir.

İşletmeler ileyapılan anketlerde %100'ü ihracat yapmadıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.44). Ürün çeşitlendirme ve ürün farklılaştırma yoluyla katma değeri yüksek zeytinyağı ihracatının artırılması yönünde bölge de çalışmaların hızlandırılması gerekmektedir.

Çizelge 4.44. İşletmelerde elde edilen zeytinyağlarının ihracat Durumu

Elde edilen zeytinyağlarının ihracat Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Hayır	30	100	100	100

Çizelge 4.45 incelendiğinde İşletmeler ile yapılan anketlerde verilen yanıtlar dikkate alındığında, İşletmelerin Danışman Belgesine sahip teknik eleman ve iş güvenliği konusunda bilgi sahibi olmadıkları belirtmişleridir. Bazı işletmeler Tarım İl Müdürlükleri ve Üniversitelerden bilgi desteği aldığını bildirmişlerse de profesyonel danışmanlık desteği alan işletmeye rastlanmamıştır.

Çizelge 4.45. İşletmelerde Çalışanların Danışmanlık ve İş güvenliği Uzmanı Çalıştırma Durumu

Danışmanlık ve İş güvenliği Uzmanı Durumu	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Yok	30	100	100	100

Çizelge 4.46 incelendiğinde işletmelerin tümünün destek veren kuruluşlar hakkında bilgi sahibi olmadıkları ve destek almadıklarını vurgulamışlardır.

Çizelge 4.46. İşletmelerin KOSGEB hakkında Bilgi Durumu ve Destek Alma Durumu

İşletmelerin KOSGEB hakkındaBilgive destek alma	İşletme Sayısı	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Yok	30	100	100	100

Kooperatif kurma istekleri dikkate alındığında tümünde gerekli bir hizmet olduğunu ve faydalanmak istediklerini belirtmişlerdir. Beklenen bu hizmetler ile markalaşmada öncülük ve kolaylık, salamura işleme tesisi, güvenilir alıcı bulma imkânı ve fiyat garantisi olduğunu ileri sürmüşlerdir. Üreticilerin kooperatiflerden en önemli beklentileri alıcı bulmada kolaylık, daha iyi fiyat olanağı ve girdi temininde

kolaylıktır. Sonuç olarak üreticiler büyük oranda bölgede bir pazarlama kooperatifinin faydalı olacağını düşünmektedir. Üreticiler, özellikle satış olanaklarının artması ve piyasada fiyat konusunda tüccara alternatif bir fiyat bulma beklentisi içerisindedir (Çizelge 4.47).

Çizelge 4.47. İşletmelerin Kooperatif Kurma Durumu

Kooperatif Kurma Gerekliliği	Frekanslar	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Evet	30	100	100	100

Çizelge 4.48 incelendiğinde İşletmelerin tümünde engelli çalışan bulunmadığı gözlemlenmiştir.

Çizelge 4.48. İşletmelerin Engelli Çalıştırma Durumu

Engelli Çalıştırma Durumu	Frekanslar	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Yok	30	100	100	100

Çizelge 4.49 incelendiğinde yapılan anket çalışmalarında işletmelerin tümünde zeytinyağı konusunda teknik elemanları, eğitim belgelerinin olmadığı tespit edilmiştir.

Çizelge 4.49. İşletmelerin Çalışanlarının Eğitim Belge Durumu

Eğitim Belge Durumu	Frekanslar	Yüzdeler	Geçerli Yüzdeler	Kümülatif Yüzdeler
Yok	30	100	100	100

Genel olarak baktığımızda Büyük işletmeler hariç, üretilen zeytinyağının değerlendirilmesi için bölgede profesyonel bir pazarlama ağı bulunmamaktadır. Bu amaçla, zeytinyağı tüketiminin sağlık bakımından önemini vurgulayan tanıtım çalışmaları yapılmalı ve bölgede üretilen yağların gerek bölge dışına gerekse yurt dışına satışı için profesyonel bir pazarlama ve tanıtım ağının kurulması ve teşvik edilmesi yerinde olacaktır.

Bölgede zeytin işleme tesislerine verilen teşviklerden dolayı son yıllarda bu tesislerin sayısında büyük bir artış görülmüş, bu da beraberinde düşük kapasite ile

çalışma sorununu getirmiştir. Bunu önlemek için zeytinde uygun çeşit seçimi, damla sulama ve bakım gibi üretimi arttırıcı tedbirlerin alınması gerekmektedir. Bunun yanında çiftçilere zeytin bakımı ve hasat konularında eğitim verilmesi faydalı olacaktır.

Diğer tarımsal faaliyetlerinde olduğu gibi zeytin ve zeytinyağında da tatminkar fiyat politikaları uygulanması, bu sektörün gelişimi açısından faydalı olacaktır.

Bölge ticaretinde önemli bir yeri olan zeytin, işletmeler tarafından ağırlıklı olarak sadece yağ kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Bu ise ürün çeşitliliğini azaltmakta ve katma değer bakımından kayıp oluşmasına neden olmaktadır. Hâlbuki zeytinin yağ yanında salamura, sele, dolgu zeytin gibi farklı ürünlere işlenerek pazarlanması bölge ekonomisine canlılık katması yanında yeni iş imkanları da sağlayacaktır. Ayrıca işletmelerin ihtiyaç duyduğu kalifiye elemanların yetiştirilmesi ve eğitimi de gereklidir.

Üretilen zeytinyağları az sayıdaki büyük fabrikalar hariç, etiketsiz ve isimsiz tenekelerde pazarlanmaktadır. Bu ise ürünü tağşiş ve hilelere açık hale getirmektedir. Zira, bölgede gerek üreticiler ve gerekse tüketiciler tarafından en çok şikayet edilen konuların başında zeytin yağına pamuk yağı ve benzeri ucuz yağların katılması şeklinde hile yapılması gelmektedir. Kayıt dışı üretimin ve hilelerin önlenmesi bakımından alınabilecek en önemli tedbirlerden birisi de markalı ve etiketli ambalajların kullanılması ve gerekli kontrollerin yapılmasının sağlanmasıdır. Bunun için de gerekli altyapının acilen oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, yeni bahçelerin tesisinde tarım il müdürlükleri tarafından tavsiye edilen, denenmiş, bölgeye uygun, yüksek verimli ve kaliteli ürün veren yağlık ve sofralık çeşitlerin kullanılması ve bu konuda çiftçilerin teşvik edilmesi ve yönlendirilmesi zeytinyağı sanayinin geleceği açısından önemli görülmektedir.

Çizelge 4.50. Türkiye Zeytinyağı Arz-Talep Dengesi (Ton)

Yıllar	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14
Sezon Başı Stoku	43	15	-4	3.5	53	23.5	28.5
Üretim	72	130	147	160	191	195	180
İthalat	-	-	-	-	-	-	-
Toplam Arz	115	135	143	163.5	244	218.5	208.5
İhracat	15	31	29.5	12	20	30	50
İç Tüketim	85	108	110	131	150	160	150
Toplam Talep	100	139	139.5	143	170	190	200
Sezon Sonu Stoku	15	-4	3.5	23.5	74	28.5	8.5

Kaynak: UZZK verilerinden hesaplanmıştır. * Tahmin ** Öngörü

2012/2013 sezonunda bir önceki yıla göre üretimin yanı sıra tüketim ve ihracat da artmış, sezon sonuna 28,5 ton stokla girilmiştir. 2013/2014 sezonunda ise üretimin azalması ve toplam talebin artması beklenmektedir. Buna bağlı olarak zeytinyağı fiyatlarında artış öngörülmektedir.

5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

5.1. İşleme Tesisleri ile ilgili sorunlar

-Etiketsiz tenekelere dolum yapılması ve Beyaz teneke kontrol ve denetim eksikliği. Etiketsiz teneke ile satış (Bölgede bulunan tüm işletmenin etiketsiz teneke ile zeytinyağı satması) (Anonim, 2014).

-Zeytinyağı fabrikalarının depolama mekanizmalarının (Krom ve Azot Tanklarının) olmaması,

-Sıkma taban ve tavan ücreti belirlenmişolmasına rağmen uyulmaması,

-Karasu problemi ve cezai uygulamaların getirdiği yük, Nizip'te bulunan diğer sektörlere benzeri uygulamaların olmaması,

-Gıda Üretim İzin Belgesi alınmaması, (Gıda Mühendisi çalıştırılma zorunluluğu)

-Zeytin ve Zeytinyağı üretim standardının güncel olmaması (iyi depolama standardı dahil) Kooperatifleşmenin olmaması,

-Eğitim eksikliği

-Etiketsiz teneke ile satış (Bölgede bulunan tüm işletmenin etiketsiz teneke ile zeytinyağı satması),

-Tağşişuygulamaları,

-Marka ve vergilendirme olmaması,

-Rafine prina yağının gelişinin engellenememesi,

-Marka-patent destek bilgi eksikliği,

-Şikayet mekanizmasının olmaması/ilgi eksikliği,

-Kooperatifleşememe,

-Yönlendirme ve bilgilendirme eksiliği,

-Zeytin ve zeytinyağı pazarlama strateji belgesinin bulunmaması,

-Çiftçilerin yeterince yönlendirme yapılamaması (Dip ve sırık ayrımının yapılması ve ayrı sıkılması vb.),

-Uygun depolama sistemleri geliştirilememesi (Krom tanklar ve azotlu tankların olmaması, zeytinyağının özeliklerine göre farklı depolama yapılmaması),

-Ürün işlemede doğru tekniklerin uygulanmasında yaşanan eksiklikler (Zeytinyağı üretiminde preslerde yüksek ısı ile işlem yapılması, zeytinyağının yanmasına sebep olması),

-Naturel zeytinyağları (doğrudan tüketime elverişli olmayan lampant yağlar dahil) uygun olmayan (kalitesiz plastik bidon gibi) şartlarda depolanması, (kalite kaybına neden olmaktadır.

-Denetim Eksikliği,

-İşletmeler kapasitelerini verimli kullanamamaktadır.

5.2. Tanıtım ve Pazarlama Alanındaki Sorunlar

-Pazarlama ve tanıtım eksikliği,

-Kayıtsız ürün çokluğu ve haksız rekabetin önüne geçilememesi,

-Tüketiciye ürünü güzel sunma, paketlemede eksiklikler,

-Kooperatifleşme olmaması,

-Tesisler yakın bölge illerine de hizmet vermektedir.

-Üretim birliği, kooperatif eksikliği, örgütlenme yetersizliği,

-Laboratuvarların olmaması nedeniyle Zeytinyağı'nda analizlerinin yeterli düzeyde yapılamaması,

-İşletmelerin çoğu yerden toplanan zeytinler ile ağaçtan toplanan zeytinler beraber işlenmektedir.

İşletme sahipleri bölge zeytinlerinin daha çok yağlık olduğunu ve salamuralık zeytinlerin hasadı ve taşınması konusunda çiftçilerimizin isteksiz davrandıklarını belirtmektedirler. Son yıllarda bazı çiftçiler ile çalışmaya başladıklarını da ifade etmişlerdir. Ancak hammadde ihtiyaçlarının büyük bölümünü diğer bölgelerden karşılamaktadır. Bölge halkı salamura zeytini sezonda büyük bir çoğunluk yeşil zeytinden evlerde yapmakta, tüketim bilinci zayıftır.

5.3. Çözüm Önerileri

Kaliteli zeytinyağı üretmek için sağlam ve hasarsız zeytin elde edilmesi ilk önemli şart olup, bu bakımdan elle veya makine ile hasat yapılmalıdır.

Çeşitlere göre uygun hasat periyotları belirlenmeli ve bu periyotlara göre hasat yapılmalıdır. Zeytin çeşitlerine göre uygun budama tipleri belirlenerek toplu ve tek tip budama uygulamaları benimsetilmelidir. Yaşlı ağaçlar kademeli olarak

gençleştirmelidir. Bu sayede ağaçlarımız makineli hasada uygun hale gelerek ve üretim maliyetinin azalması yönünde olumlu sonuçlar oluşacaktır.

Zeytin hasadı ürün kalitesini ve verimini etkileyen en önemli unsurlardan birisidir. Bölgede, özellikle de Hatay'da ürün hasadı büyük oranda sırıkla çırparak yapılmaktadır. Hasat edilen zeytinin çuvallarla taşınması ve bekletilmesi zeytin kalitesini dolayısıyla da nihai ürünün kalitesini olumsuz etkilemektedir. Hasat sırasında, ağaçların zarar görmesini engelleyecek modern hasat tekniklerinin –en azından taraklar gibi basit el aletlerinin- kullanımı yaygınlaştırılmalı, kasalarla taşıma teşvik edilmelidir (Seçer, 2001).

Etkin bir üretici örgütlenmesi sağlanmalı ve kooperatifleşme oranı arttırılmalıdır. Bölgede zeytin halleri, zeytin ve zeytinyağı kooperatifi aracılığı ile doğru alım yapılması sağlanmalıdır.

Tesis kapasiteleri yeterli olsa bile zaman zaman hasattan sonra çiftçi bahçesinde ve fabrika avlusunda zeytinler naylon veya jüt çuvallarda bekletilmektedir. Zeytinyağında tad, aroma ve lezzetin korunması açısından dip ve dal zeytin ayırımı kesinlikle yapılmalıdır.

Dip ve dal zeytinler ayrı olarak yağa işlenmelidir. Bunların yağları kesinlikle karıştırılmamalıdır. Zeytinler yağa işleme öncesinde asitlik, peroksit değerlerinin artmaması, tad, koku ve aromalarının bozulmaması açısından kesinlikle uzun süre bekletilmemelidir. Bu nedenle zeytinin işletmelere randevulu sistem ile getirilmesi uygun olacaktır.

Zeytinlerin taşınması çuvallar içinde değil hava alan delikli ve plastik kasalarda olmalıdır. Geleneksel yağhanelerdeki preslerde yağın daha kolay ayrılması için çok sıcak su (40 ºC'den yüksek ısıl işlem uygulaması) kullanılmaktadır. Aynı duruma üç fazlı kontinü sistemlerde de zaman zaman rastlanılmaktadır. Fazla ısı nedeniyle yağ yanmaktadır. Modern kontinü sistemlerde kontrollü ısıl işlem uygulanmalıdır.

Hamur yoğurma sıcaklığı 28 – 30ºC arası ve sıcak su sıcaklığı en çok 40 ºC olmalıdır. Kaliteli yağ üretimi sağlanması halinde tüketim (ihracat ve iç tüketim) artacaktır.

Depolama, Muhafaza ve Ambalajlama şartları iyileştirilmelidir. Yağların üretimden sonra satış veya ambalajlanmaya kadar olan depolama şartları uygun değilse, zeytinyağının asitlik ve duyusal özellikleri olumsuz etkilenecek, kalite düşecektir.

Kalite kayıplarının önlenmesi için zeytinyağı depolama sistemlerindeki bozukluk giderilmeli, zeytinyağlarımız, azot korumalı paslanmaz çelik tanklarda korunmalıdır. Bunun için modern stoklama tesislerine gereksinim vardır. Bölge genelindeki paslanmaz çelik tank kapasitesi düşüktür.

Naturel zeytinyağlarının bünyelerine yabancı kokuları yüksek düzeyde ve çabuk absorbe etmelerinden dolayı taşıma-depolamada ortamın temiz ve yabancı kokulardan uzak olmasına dikkat edilmelidir. Zeytinyağı her türlü kokuyu çeker, içine alır. Bu nedenle yabancı koku olmayan yerlerde ağzı kapalı olarak muhafaza edilmelidir. Zeytinyağı ağzı açık olarak uzunca bir süre hava ile temas ederse yağ bozulmaya başlar; asitliğide yükselir. Uygun olmayan şartlarda depolamada yağda oksidasyon başlar. Oksijen çeken yağda peroksit oluşur. Peroksit ise diğer yağ asitlerini parçalar. Sonuçta yağda acılaşma (ransidite) olur ve yağın tadı ağırlaşır. Nem ise aslında zeytinyağının yağ asitleri ve gliserole hidrolizinde etkili olduğu halde acılaşmayı da çabuklaştırır.

Zeytinyağları cam şişelerde, renkli damacanalarda ve içi laklı teneke kutularda dolu olarak saklanmalıdır. Plastik bidonlar, kalaysız teneke veya saç kaplar uygun değildir. Usulüne uygun olarak saklanan natürel zeytinyağları özelliklerini kaybetmeden 2 yıl; riviera ve rafine zeytinyağları 1,5 yıl dayanırlar.

Erken hasat (pembe olum ve hatta yeşil olum yağları gibi) naturel zeytinyağı üretimi teşvik edilmelidir.

Kendine özgü yöresel niteliği olan üretim yerlerinde çok kaliteli ve bölgenin toprak, iklim ve çeşit özelliklerini karakterize eden yağ üretimine (butik yağ) geçilmelidir. Üretilen yağların fiziksel ve kimyasal özellikleri, duyusal nitelikleri ambalaj üzerinde kullanılmalıdır.

Üretilen yağların fiziksel ve kimyasal özellikleri, duyusal nitelikleri ambalaj üzerinde kullanılmalıdır.

Bölgenin doğru zeytinyağını öğrenmesi için tadım konusunda altyapı geliştirilmelidir. Bunun için bölgede akredite ve yetkili panel ve panelist alt yapısı kurulmalıdır.

Zeytinyağına hile amacıyla başka bitkisel yağların (özellikle ayçiçeği, mısırözü, pamuk ve kimyasal bileşimi kısmen zeytinyağına benzeyen fındık, kolza, kanola ve avokado yağı gibi) karıştırılması alan tağşişin belirlenmesi ve engellenmesi, ayrıca naturel zeytinyağlarının saflık – kalite kriterlerin izlenmesi için akredite olmuş modern laboratuarların kurulması teşvik edilmelidir.

Diğer bir hile yolu olan naturel zeytinyağlarına yine kendi türevleri olan rafine zeytinyağı, ikinci ekstraksiyon zeytinyağları, yemeklik rafine pirina yağı ilavesinin de önlenmesi için gereken yasal yapı (denetim ve laboratuvarlar) oluşturulmalı ve gereken bilimsel çalışmalar teşvik edilmelidir.

Karasu sorunu, tüm boyutu ile ele alınmalı ve bu sorunu çözmenin birinci yolu Birincisi mevcut 3 faz çalışan tesislerin 2 faza dönüştürülmesi ve 2 faz işleme sonucu elde edilen sulu pirinanın işlenmesine yönelik bir pirina entegre tesisi kurulmasıdır. İkincisi ise, 3 faz çalışmaya devam edilerek meydana gelen pirinayı entegre tesisinde işleyip, oluşan karasuyu yeterli kapasitelerde karasu buharlaştırma havuzlarında buharlaştırmaktır. Bir diğer yöntem ise arıtma tesisi kurulması ve meydana gelen karasuyun arıtılarak başka alanlarda (içerdiği azot ve potasyum gibi bitki besin maddeleri ve organik maddeler nedeniyle uygun işlemler sonucu sıvı ve katı gübre olarak) kullanımının sağlanmasıdır. Arıtma tesisi konusunda; Gıda, Tarım ve

Hayvancılık Bakanlığı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, Orman ve Şehircilik Bakanlığı ve ilgili belediyeler bir araya gelerek belli noktalarda arıtma tesisleri oluşturmalıdır. Dönüşüm ve tesis maliyeti konusunda sektörün desteklenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca karasuyun çevreye verdiği etkileri en aza indirebilmek için Ar-Ge çalışmaları teşvik edilmelidir.

Tüketicilere yönelik bilgilendirme çalışmaları yapılarak; güvenilir ve markalaşmış Zeytinyağlarını almaları sağlanmalıdır.

İşletmeler ciddi şekilde eğitilerek kaliteli zeytinyağı üretim teknikleri öğretilmelidir.

Yasaların elverdiği ölçüde denetimler artırılmalıdır. Gıda üretiminde AB standartlarına uygun örnek tesis planları hazırlanmalı, kaliteli zeytinyağı üretimi teşvik edilmeli. En değerli olan natürel sızma zeytinyağının üretiminin ana üretim hedefi olması gerekir. Bunun için ağaçtanşişeye kadar üretimin her aşamasında, verim ve kaliteye etki eden bütün faktörlere dikkat edilmelidir.

Zeytin üretiminin belirli bölgelerde yapılıyor olması ve son gelişmelerle GAP bölgesinde dikim alanlarının diğer bölgelere göre daha hızlı artış kaydetmesi sonucu gelecekte bu bölge önemli bir üretim potansiyeline sahip olacaktır. Ancak, zeytin üretiminde, zeytinyağı ve sofralık zeytinin işlenmesinde ve pazarlama hizmetlerinin etkin şekilde yerine getirilmesinde belirlenen bu sorunların bir an önce çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Elde edilen ürünlerin değerlendirilmesi için ileriye dönük pazarlama stratejilerinin oluşturulmasıyla mümkündür. Böylece sektörün bir bütün olarak gelişmesi ile bölgesel ve ulusal düzeyde katma değer artışı sağlanabilecektir.

KAYNAKLAR

ANONİM, 2002. Tariş zeytin ve zeytinyağı Birliği.www.taris.com.tr

ANONİM, 2010. Tarım ve Köyişleri Bakanlığından Türk Gıda Kodeksi Zeytinyağ ve Pirina Yağı Tebliği (Tebliğ No: 2010/35)

ANONİM, 2013a, b. Türkiye İstatistik Kurumu. www.tuik.gov.tr

ANONİM, 2014. Nizip Zeytinyağ Sektör Analizi Raporu, NİZİP Ticaret Odası 2014 30s.

ÇOLAKOĞLU, A. 1986. Zeytinin Hasadından İşleme Zamanına Kadar Geçirdiği Safhalar ve Zeytinyağı Kalitesine Etkileri (Seminer Notları). Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, İzmir.

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.

GÖKÇE, O., 2003. Türkiye'de Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sektörünün Üretim Öncesi Sorunları Üzerine Bir İnceleme. Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri. Çiğli-İzmir. s. 18-23.

GÜNEŞ, T., 1996. Tarımsal Pazarlama. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Yayın No:1467, Ankara. 339s.

MCGEE, J., (2003), ABD'de perakende zeytinyağı sektöründe pazarlama ve Türkiye'nin pazar payının arttırılmasına yönelik görüşler. Türkiye 1.zeytinyağı ve sofralık zeytin sempozyumu 02/03 EKİM 2003 s.69-72

NAS, S., GÖKALP, H.Y., ÜNSAL, M., 1992. Bitkisel Yağ Teknolojisi. Atatürk Üni. Yay. No: 723. Ss 220. Erzurum.

OLGUN, A., 2003, Avrupa birliği'nde zeytinyağı piyasa düzenine yönelik reform çalışmaları ve reformu gerektiren nedenler. 1. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu, 89-92 S, 02-03 Ekim, İzmir.

ÖZGÜRSOY, S., 2006. Hatay İlinde Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Ekonomik Analizi Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü s.I

ÖZTÜRK, F., YALÇIN, M., VAROL, N. 2009. Ege bölgesinde konvansiyonel ve organik zeytin yetiştiriciliğinin ekonomik analizi. Türkiye IV. Organik Tarım Sempozyumu, (28 Haziran – 1 Temmuz 2010), pp. 90-94, Erzurum.

SEÇER, A. 2001. Doğu Akdeniz Bölgesi'nde Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi, Pazarlaması ve Bölgede Zeytinciliği Geliştirme Olanakları. Doktora Tezi (Prof. Dr. Faruk EMEKSİZ). Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. TEPGE YAYIN NO: 206. ISBN: 978-605-4672-05-9

TAN, H. W., K. L. TUCK, I. STUPANS, P. J. HAYBALL 2003. Simultaneous Determination of Oleuropein and Hydroxytyrosol in Rat Plasma using Liquid Chromatography with Fluorescence Detection. Journal of Chromatography B, 785: 187 – 191.

TUNALIOĞLU, R., 2003. Dünya Zeytinyağı Tüketimindeki Gelişmelerin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu ve Sergisi. 15-17 Eylül. İzmir. s. 517-528.

TÜMER, E.İ. 2012. Tüketicilerin Zeytin Tüketimine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: İzmir İli Örneği, II. Zeytin ve Zeytinyağı Kongresi, Şanlıurfa.

UZZK, 2013. Uluslararası Zeytin Zeytinyağı Komitesi Raporu.

YAVUZ, O. GÜRBÜZ, B. 2000. 1. Zeytincilik Sempozyumu. Türkiye Zeytin ve Zeytinyağı Sektörünün Üretim ve Pazar Yapısı, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. s:412-419, 1. Zeytincilik Sempozyumu 2000, Bursa.

YILDIRIM, A., 2013. Sütçüler/Isparta Yöresinde Yetiştirilen Ayvalık, Uzun Aşı ve Tavşan Yüreği Zeytin Çeşitlerinin Fenolojik, Pomolojik ve Yağlık Özelliklerinin Belirlenmesi. BAP-2601-M-10.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı	**:**Zeynep Müjde SAKAR
Uyruğu	**:**T.C.
Doğum Yeri ve Tarihi	**:** Şanlıurfa/ 1982
Telefon	**:** 0544 668 36 01
E-posta	**:**zeynep.sakar@gmail.com

EĞİTİM

Derece	Adı, İl, İlçe	Bitirme Yılı
Lisans	Gaziantep Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Gaziantep	2001-2005
Lisans	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, Lefkoşa	2014-
Yüksek Lisans	Ankara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi ve Kariyer Danışmanlığı Anabilim Dalı, Ankara	2006-2008
Doktora	Harran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Şanlıurfa	2011-2015

İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görevi
2008-2012	HESA Ltd.Şti.	Yönetici
2013	2071 Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri sanayi ve Ticaret Limited Şirket.	Şirket Müdürü

UZMANLIK ALANI

1.İşletme
2.İnsan Kaynakları
3.Tarım Ekonomisi

YABANCI DİL

İngilizce --- İyi Düzey
Almanca---Orta Düzey

EKLER

EK 1 (Zeytin Yağı İşleme Tesisi Analizi)

İLİ: **Tarih: …../…../……**
İLÇESİ:
TESİS ADI:
ADRESİ VE TELEFONU:
1-İşletmenin kuruluş tarihi.....
2-İşletmenin hukuki yapısı.....
a)Kooperatif b)Limited şirket c)Anonim şirket d) şahıs veya aile şirketi
3- İşletmenin Statüsü
a)Kira b) Mülk c)Ortakçılık
4- Sermaye Yapısı **Bin (TL)**
a)Bina .....
b)Alet –Makina .....
c) Diger .....
Toplam .....
5-İşletmenin Kapasitesi .....Ton /Yıl
Kapasite kullanım oranı(%).....(.....yılı için)
Kapasite kullanım oranı(%).....(.....yılı için)
6- İşletmenin kaç yıldan beri bu sektörde faaliyet gösterdiği .....yıl
7-İşletme yöneticisinin eğitim durumu nedir?
a)İlk öğretim b) Ortaokul c) Lise d) Üniversite e) Yüksek lisans
8- İşletme yöneticisinin mesleği ……
9- İşletme yöneticisinin yaşı ……..
10- İşletmenin üretim sezonuna başlama tarihi …….
11- İşletmenin üretim sezonunun bitiş tarihi ……..
12- İşletmedeki personel sayısı
a)Daimi (tam zamanlı)…… ….kişi
b)Geçici ……kişi
c)Vardiyalı ……kişi
13-İşletmelerdeki Aylık Personel Giderleri
a)Daimi İşçilere ödenen ……Lira
b)Geçici İşçilere ödenen…….Lira
c)Vardiyalı İşçilere……..…Lira
14- İşletmenin Yıllık Elektrik Gideri
15- İşletmenin Yıllık Su Gideri
16- İşletmenin Yıllık Yakıt Gideri
17- İşletmenin Yıllık Giderleri
18-İşletme yöneticisi ile işletme sahibi/sahipleri arasındaki bağ nedir?
a)Kendisi b) Akrabası c) Yabancı
19-Hangi sistemle üretim yapıyorsunuz?
a)Klasik sistem b)Kontinü sistem
20-Hangi çeşit (sınıf) yağlar üretiyorsunuz?
a) Naturel b)Rafine c) Her ikisi d) Başka var ise ……..

21- Genel olarak yılda kaç ay işletmenizde üretim yapıyorsunuz? ..... Ay

22- Bu çalıştığınız Aylar hangileridir?

..... **.....** **.....**

23-Günlük işleme kapasiteniz ne kadardır? ..... Ton /Gün

24-Çift Vardiye çalıştığınız ay var mı?

a)Evet b) Hayır , Evet ise hangi aylar .... **.....**

25- Son iki yıl kaç ton zeytin işlediniz .....Ton/yıl ..... Ton/yıl

26-. Genel olarak götürü usulü ile çalışıyorsunuz yoksa kendi adınıza mı

27- 2005 yılında kaç ton zeytin götürü usulü ile işlendi (üreticiye belirli bir fiyat karşılığı) ..... Ton

28- Götürü usulü ile zeytinin 1 kg'ı için ne kadar istiyorsunuz? ....TL

29- 2005 yılında kaç ton zeytin satın alıp, işlediniz?(kendi adınıza işlenip pazarlandı)..... Ton

30- Pazarladığınız zeytin yağının nakliyesi size mi alıcı firmaya mı ait ?.....

31- Size ise nakliye masrafları ne kadardır? ....

32-. 2005 sezonunda zeytin yağını karşı firmaya toptan olarak ne kadara sattınız?

33- Şişeleme üniteniz var mı?

a) Evet b) Hayır

34- Laboratuarınız var mı?

a) evet b) hayır

35-. Analiz yaptırıyormusunuz

a) evet b) hayır

36- 35. soru evet ise Hangi analizleri yapıyorsunuz veya yaptırıyorsunuz?

a)…….

b)…….

c)…….

37-. Düşük kaliteli ve/veya kalan eski yağları ne yapıyorsunuz?

……

38-. Zeytiyağı dışında başka yan ürünler üretiyor musunuz (hangi ürünler)?

a)…….

b)…….....

c)…….

39- İşletmenizde zeytinyağı yan ürünü olarak sabun üretiyor musunuz?

□ Evet □ Hayır

40-. Ticari olarak sabun üretimi yapıyorsanız, üretim miktarınız yıllık kaç tondur?

41-. Küspe üretiyor musunuz?

□ Evet □ Hayır

42- Küspe üretiyorsanız, üretim miktarınız yıllık kaç tondur? …….

43- Antioksidan kullanıyormusunuz?

a) evet b)hayır

evet ise hangileri…….

44-. Üretimde karşılaştığınız sorunlar var mı? Varsa nelerdir?

a)…….

b)…….

c)…….

<u>Üretici ile İlgili Problemler</u>

1- Hammamde konsunda en önemli problemler nelerdir, sıralayınız.

a)……

b)……

c) ……

2- Bu problemler çözüm önerileriniz neler olabilir ?.....

3- Kara su nasıl imha ediliyor?.....

PAZARLAMA

1-Zeytinyağını kimden temin ediyorsunuz?

Zeytinyağı	**Satın Alınan Kişilerin Payı**
a)Kendi zeytin bahçemden	%
b)Üreticiden	%
c)Toplayıcı (yerel)tüccardan	%
d)Büyük Tüccardan alıyorum	%
e)Komisyoncudan alıyorum	%
f)Diğer	%

2-Zeytini öncelikle hangi ilçelerden ve yörelerden almayı tercih ediyorsunuz?

İlçe yada yöre	**Nedeni**

3)Hammadde alım fiyatınız ne kadardır?

Zeytin	**Fiyat(L/kg)**	**Zeytinyağı**	**Fiyat(L/Kğ)**
2014		**2014**	

4-)Zeytinyağı alımında alış fiyatınızı belirleyen faktörler nelerdir(ödeme zamanı ürün miktarı, ürün kalitesi)önem sırasına göre sıralayınız.

1 ……..

2……...

3……

5)Kaliteli ve yeterli hammadde temininde yaşadığınız sorunlar oluyormu?

a)evet (Neden)…….

b)Hayır (Neden)…….

6)Zeytinyağı alımınızda dikkat ettiğiniz kalite unsurları nelerdir?(renk,zeytin çeşidi,asitlik derecesi vs)önem sırasına göre sıralayınız

1……

2……

3…….

7)İşletmenize gelen zeytinde bekletme yapıyormusunuz?

a)evet b)hayır

evet ise ortalama ne kadar süre bekletiyorsunuz?

……

8)Hangi tür Zeytinyağı üretiyorsunuz?

a)Naturel (Sızma)Zeytinyağı ,(<0.8)%.....

b)Naturel birinci (<2.0),%.....

c)naturel ikinci (<3.3),%.....

d)rafine zeytinyağı(<0.3),%.....

9)Zeytinyağını hangi şekilde elde ediyorsunuz?

a)torbalı hidrolik presler

b)iki fazlı kontinü santrifüjleme sistemi

c)üç fazlı kontinü santrifüjleme sistemi

d)Perkolasyon sistemi

e)kombine sistemi

10)Zeytinyağını hanği sıcaklıkta elde ediyorsunuz?

……

EK 2 (Zeytin Yağı Depolama ve Pazarlama Analizi)

İLİ: **Tarih: …../…../……**
İLÇESİ:
TESİS ADI:
ADRESİ VE TELEFONU:

1)Elde ettiğiniz zeytinyağını nasıl değerlendiriyosunuz?

Değerlendirme Şekli	**Miktar**	**Ambalaj Şekli(Teneke kutulu, cam şişe,plastik şişe,varille…)**
Aile Tüketimi	%.....	……..
Tüketici	%.....	…….
Toptancı	%.....	…….
Perakendeci	%.....	……..
İhracatçı	%.....	……
Toplam	……..	……

2)Zeytinyağı satışlarınız içinde bölge dışına yaptığınız satışların oranı ne kadardır?
%.....
3)Zeytinyağında ortalama ne kadar süre depolama yapıyorsunuz?
……..
4)Depolama süresini neler bekliyor?
……..
5)Zeytinyağını hangi şekilde depoluyorsunuz?(çelik tanklar,bidonlar)
……..
6)Ürettiğiniz zeytinyağını satıncaya kadar kalitede bozulmalar yaşıyormusunu
a)Evet ,neden?.....
b)hayır
7)Zeytinyağı üretimi sırasında karşılaştıgınız en önemli sorunlar ve bu sorunların çözümü için önerileriniz nelerdir?

Sorunlar	**Öneriler**

8)Zeytinyağı pazarlaması sırasında karşılaştıgınız en önemli sorunlar ve bu sorunların çözümü için önerileriniz nelerdir?

Sorunlar	**Öneriler**

9)Zeytinyağında uygulanmakta olan politikalarla ilğili düşünceleriniz nelerdir?
……
10)Zeytinyağı ortalama ne kadar fiyata satıyorsunuz?

Zeytinyağı Çeşitleri	**Fiyat**
Naturel Zeytinyağı	
Naturel birinci	
Naturel ikinci	
Rafine zeytinyağı	
Riviera	

11). Zeytin yağını genel olarak nasıl pazarlıyorsunuz

a) Sadece tankerlere doldurup batıya (..... şehrine) pazarlama.

b) Hem toptan tankerle batıya hemde bölgeye ambalajlanmış şekilde

12). Perakende kaç ton pazarladınız? ..... Ton /yıl

13). Hangi tür ambalajlarda pazarlıyorsunuz?

.....

14). Prina genel olarak kimlere pazarlanıyor?

.....

15). Prinanın geçen sezon kg fiyatı ne kadardı?.....

16) İhracat yaptınız mı?

a) Evet b) Hayır

Evet ise kaç ton ..... , genel olarak hangi ülkeye .....

17). Pazarlamada karşılaştığınız en önemli problemler nelerdir?

<u>İşletme yönetimi ve iş Güvenliği</u>

1- İşletme yönetimi ile ilgili olarak her hangi bir özel danışmanlık firmasından danışmanlık hizmeti aldınız mı?.....

2-. KOSGEB'in destekleri konusunda bilginiz var mı?

a) Evet b)Hayır

.Evet ise bu destekler nelerdir, kısaca belirtiniz.

a)…….

b)…….

c)……..

3- Şu ana kadar KOSGEB desteklerinden faydalandınız mı?

a) Evet b) Hayır

Evet ise hangi destekten faydalandınız lütfen belirtiniz

……..

4-Engelli çalışan var mı? Varsa kaç kişi ……

5-İşletme Risk degerlendirlmesi Yapıldı mı

a)Evet b) Hayır

Evet ise ne gibi Riskler tespit edilmiştir……

6- İş Güvenliği açısından ne gibi önlemler alınmaktadır.

……

7-Kişisel Koruyucu Donanım Kullanılıyor mu Kullanılıyorsa tanımlar mısınız

8- Çalışanların Eğitim Belgeleri var mı varsa ne tür belgelerdir.

<u>İşletmelerde Swot Analizi</u>

1-zeytinyağı üretiminde bölgenin güçlü gördüğünüz noktaları nelerdir?

……

2-Zeytinyağı Üretiminde bölgenin Zayıf gördüğünüz noktaları nelerdir?

……....

3- Zeytinyağı Üretiminde bölgede Fırsat olarak gördüğünüz noktaları hangileridir?

……

4- Zeytinyağı Üretiminde bölgede Tehdit olarak gördüğünüz noktalar nelerdir?

……

Türkiye ve bölge zeytinyağı üretimi ve endüstrisi hakkında belirtmek istediğiniz görüşler

……