



T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET

ULUSLARARASI TİCARET

**KÜRESEL REKABET ORTAMINDA TÜRKİYE’NİN ZEYTİN
SEKTÖRÜ:GEMLİK ZEYTİN ÜRETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR
ANALİZ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Elif HAYRETCİ

BURSA 2022



T.C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET

ULUSLARARASI TİCARET

**KÜRESEL REKABET ORTAMINDA TÜRKİYE’NİN
ZEYTİN SEKTÖRÜ: GEMLİK ZEYTİN ÜRETİCİLERİ ÜZERİNDE
BİR ANALİZ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Elif HAYRETCİ

Doç.Dr.Müslüm BASILGAN

BURSA 2022

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı :Elif HAYRETCİ

Üniversite :Bursa Uludağ Üniversitesi

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Anabilim/Anasanat Dalı: Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret

Bilim/Sanat Dalı : Uluslararası Ticaret

Tezin Niteliği : Yüksek Lisans Tezi

Sayfa Sayısı : ix+129

Mezuniyet Tarihi : 07/12/2022

Tez Danışmanı : Doç.Dr.Müslüm BASILGAN

KÜRESEL REKABET ORTAMINDA TÜRKİYE’NİN ZEYTİN SEKTÖRÜ: GEMLİK ZEYTİN ÜRETİCİLERİ ÜZERİNDE BİR ANALİZ

Günümüzde küreselleşme önemli bir faktör haline gelmiştir. Ülkeler uluslararası alanlarda yer alabilmek için bu kavramın önemini ve devamlılığını etkili bir şekilde kavramalıdır. Çalışmada küreselleşmenin gelişimi, boyutları ve etkileri incelenmiştir. Küresel rekabet ile birlikte üretim ve tüketim anlayışlarında değişim yaşanmıştır. Çalışmada küresel rekabet ortamında Türkiye’nin zeytin sektörü ve diğer ülkelere karşı konumunu araştırılmaktadır. Dünya ve Türkiye’de zeytincilik sektörünün durumu ve zeytin sektörünün tarihsel gelişimi incelenmiştir. Bu sayede sektörün geçmişi ve günümüzdeki hali karşılaştırarak, geleceği hakkında öngörülerde bulunulmasına yardımcı olması amaçlanmaktadır. Ülkemizde zeytin ve zeytinyağı sektöründe zeytin üretiminin, kalite standartlarının ve rekabet edebilirliğin artırılması için yapılması gerekenlerin doğru bir biçimde belirleyebilmek için mevcut durumu, yaşanan sorunları ve potansiyeli saptamak önemlidir. Türkiye’nin rekabet edebilirlik seviyesinin artırılması için karşılaşılan sorunların çözümünü anlamak ve uygun politikalar izlenmesi gerekmektedir. Çalışmada zeytin sektörünün güncel durumu ve Türkiye’nin sektördeki potansiyeli incelenmiştir. Zeytincilik sektörü hakkında somut bilgiler araştırılarak sektörün dünyada ve ülkemizdeki mevcut durumu ortaya konulmuştur. Sonraki bölümlerde ise rekabetçilik bakımından Türkiye ve dünyada zeytincilik sektörünün durumu, sorunları ve çözüm önerilerine yer verilmiştir. Çalışmamızda Türkiye’de zeytin sektöründe karşılaşılan sorunlar araştırılmış ve çözüm önerileri incelenmiştir. Gemlik zeytin üreticilerine yönelik anket çalışması düzenlenmiştir. Üreticilere sektörel sorular yöneltilmiştir ve alınan cevaplar neticesinde veriler analiz edilmiştir ve bulgular yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Küreselleşme, Rekabet, Dış Ticaret, Zeytin, Zeytin Üreticileri

ABSTRACT

Name and Surname: Elif HAYRETCİ

University : Bursa Uludag University

Institution : Social Science Institution

Field : International Business and Trade

Branch :International Trade

Degree Awarded:Master

Page Number : ix+129

Degree Date : 07/12/2022

Supervisor: Doç.Dr.Müslüm BASILGAN

TURKEY'S OLIVE SECTOR IN A GLOBAL COMPETITION ENVIRONMENT: AN ANALYSIS ON GEMLİK OLIVE PRODUCERS

Globalization has become an important factor today. Countries must effectively understand the importance and continuity of this concept in order to take part in international areas. The study examines the development, dimensions and effects of globalization. The study explores Turkey's position against the olive sector and other countries in a global competitive environment. The state of the olive sector and the historical development of the olive sector in the world and Turkey have been examined. This is to help predict the future by comparing the history of the sector and the present state. In the olive and olive oil industry in our country, it is important to determine the current situation, the problems and potential to determine the correct conditions for the production of olives, quality standards and what needs to be done to improve competitiveness. In order to increase Turkey's level of competitiveness, it is necessary to understand the solution of the problems encountered and follow appropriate policies. The study examined the current status of the olive sector and the potential of Turkey in the sector. The current situation of the sector in the world and in our country has been established by researching concrete information about the olive sector. In the following sections, the situation, problems and solutions of the olive industry in Turkey and the world are covered in competitiveness. In our study, problems in the olive industry in Turkey have been investigated and solution proposals have been analyzed. The survey for the manufacturers of the Gemlik olives has been conducted. Industry questions have been addressed to manufacturers and data has been analyzed and findings have been interpreted as a result of the responses received.

Keywords:Globalization,Competition,ForeignTrade,Olives,OliveProducer

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
TABLOLAR.....	vii
ŞEKİLLER.....	ix
GİRİŞ.....	1

1. KÜRESEL REKABET

1.1.Küreselleşme ve Küreselleşmeyi Etkileyen Faktörler.....	3
1.2.Küresel Rekabet Kavramı.....	4
1.3.Küreselleşmenin Gelişimi.....	7
1.4.Küresel Rekabet Stratejileri.....	9
1.5.Küresel Rekabetin Önemi.....	12
1.6.Küresel Rekabetin Etkileri.....	13
1.6.1.Ticarete Etkisi	14
1.6.2.Sermaye Hareketlerine Etkisi.....	14
1.6.3.Üretim ve Tüketime Etkisi.....	15
1.6.4.Küreselleşme ve İş Hukuku.....	16
1.6.5.Kültürel Etkisi.....	17
1.6.6.İstihdama Etkisi.....	17
1.6.7.Siyasete Etkisi.....	17
1.7.Standartlaşma.....	18

2.DÜNYADA ZEYTİN SEKTÖRÜ

2.1. Dünyada Zeytin Sektörünün Tarihsel Gelişimi.....	22
2.1.1.Zeytinin Tarihsel Gelişimi.....	24
2.1.2.Zeytinyağının Tarihsel Gelişimi.....	25

2.2.Dünyada Zeytin Sektöründe Güçlü Olan Ülkeler.....	26
2.2.1.İspanya.....	27
2.2.2.İtalya.....	30
2.2.3.Yunanistan.....	31
2.2.4.Mısır.....	34
2.2.5.Fas.....	36
2.2.6.Tunus.....	38
2.3.Uluslararası Zeytin Konseyi	40
2.3.1.UZK Amaçları.....	45
2.4.Dünyada Zeytin Sektöründe Riskler ve Çevresel Sorunlar.....	46
2.5.AB’de Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Politikaları	48
2.6.Dünyada Zeytin Sektörünün Ekonomi ve Ticarete Katkısı	51
2.7.Dünya Zeytin Günü.....	54

3.TÜRKİYE’DE ZEYTİNCİLİK SEKTÖRÜ

3.1.Türkiye’de Zeytin Sektörünün Gelişimi.....	56
3.1.1.Zeytin Üretiminin Gelişimi.....	56
3.1.2.Zeytinyağı Üretiminin Gelişimi.....	58
3.2.Türkiye’de Zeytin Sektörünün Bölgelere Göre Durumu.....	60
3.2.1.Ege Bölgesi.....	62
3.2.2.Marmara Bölgesi.....	63
3.2.3.Akdeniz Bölgesi.....	63
3.2.4.Güneydoğu Bölgesi.....	63
3.2.5. Karadeniz Bölgesi.....	64
3.3.Türkiye’de Zeytin Üretiminde Güçlü Olan İller.....	65
3.3.1.Aydın.....	65
3.3.2.İzmir.....	66
3.3.3.Muğla.....	67
3.3.4.Balıkesir.....	68
3.3.5.Bursa.....	70
3.3.6.Çanakkale.....	71

3.3.7.Manisa.....	72
3.3.8.Gaziantep.....	73
3.3.9.Hatay.....	74
3.3.10.Mersin.....	75
3.4.Zeytin Sektörünün Türkiye Ekonomisine Katkısı.....	76
3.5.Türkiye’de Zeytin Sektöründe İzlenen Politikalar.....	77
3.5.1.Türkiye’de Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Politikaları.....	79
3.6.Türkiye’de Zeytin Sektöründe Yaşanılan Sorunlar.....	83
3.6.1.Hammadde.....	84
3.6.2.Hasat.....	84
3.6.3.Periyodisite(Dönemsellik).....	84
3.6.4.Fidan Üretimi.....	85
3.6.5.Ambalajlama.....	85
3.6.6.Zeytinliklerin Rant Olarak Kullanılması.....	85
3.6.7.Zeytinyağında Yaşanılan Sorunlar.....	85
3.7.Küresel Pazarlarda Türkiye’nin Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı.....	86
3.7.1.Türkiye’nin Zeytin ve Zeytinyağı İhracatında Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük(AKÜ) Endeksi.....	87

4.GEMLİK ZEYTİN ÜRETİCİLERİ ÜZERİNDE ANALİZ

4.1.Yöntem.....	91
4.2.Amaç ve Kapsam.....	91
4.3.Evren ve Örneklem.....	91
4.4.Veri Toplama Yöntemi.....	92
4.5.Araştırma Soruları.....	92
4.6.Veri Analizi.....	93
4.7.Bulgular.....	95
4.7.1.İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	95
4.7.2.Zeytin/Zeytin Yağı Üretimi Ve Pazarlama İstatistikleri.....	98
4.7.3.Satış Ve Dış Ticaret İstatistikleri.....	101

4.7.4.Hipotez Testleri.....	113
SONUÇ.....	119
KAYNAKÇA.....	123

Tablolar

Tablo 1:Standart Çeşitleri.....	19
Tablo 2: Ülkelerin Akreditasyon Kurumları.....	20
Tablo 3:İspanya Zeytinyağı Üretim Tüketim.....	28
Tablo 4: İspanya Zeytin Sektörü.....	29
Tablo 5: İtalya Zeytinyağı Üretim ve Tüketim.....	30
Tablo 6: İtalya Zeytin Sektörü.....	31
Tablo 7: Yunanistan Zeytinyağı Üretim ve Tüketim.....	33
Tablo 8: Yunanistan Yıllara Göre Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı.....	33
Tablo 9: GTİP Kodu.....	34
Tablo 10: Mısır Zeytinyağı Üretim ve Tüketim.....	35
Tablo 11: Fas Zeytinyağı Üretim ve Tüketim.....	37
Tablo 12: Tunus Zeytinyağı Üretim ve Tüketim.....	39
Tablo 13: Tunus Dünya İthalat ve İhracat Verileri.....	40
Tablo 14:UZK Üye Katılım Payları.....	44
Tablo 15: Dünya Zeytin Sektörü.....	53
Tablo 16 :Aydın Rekolte Tahmini.....	66
Tablo 17 :İzmir Rekolte Tahmini.....	67
Tablo 18 :Muğla Rekolte Tahmini.....	68
Tablo 19 :Balıkesir Rekolte Tahmini.....	69
Tablo 20:Bursa Rekolte Tahmini.....	71
Tablo 21:Manisa Rekolte Tahmini.....	73
Tablo 22:Hatay Rekolte Tahmini.....	75
Tablo 23 :Yıllara Göre Destekleme Şekilleri.....	81
Tablo 24: Zeytin ve Zeytinyağında Üretim ve Dış Ticaret Destekleri.....	83
Tablo 25:Küresel Pazarlarda Türkiye'nin Payı.....	87
Tablo 26: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değişkenlerine Ait Gözlemler.....	88
Tablo 27: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değerleri.....	90
Tablo 28 :İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	95

Tablo 29: Üye Olunan Örgütler İle İlgili İstatistikler.....	96
Tablo 30:Mevcut Kalite Sistemleri İle İlgili İstatistikler.....	97
Tablo 31:İşletmelerin Marka Sahipliği Ve AR-GE Bölümü İle İlgili İstatistikler.....	97
Tablo 32:Zeytin Üretim Tipi Ve Amacıyla İlgili İstatistikler.....	98
Tablo 33:Üretim, Hasat vb. Konularda Eğitim Faaliyetleri ve Üretim Konusunda Bilgi Edinilen Kaynaklara Dair İstatistikler.....	99
Tablo 34: Tercih Edilen Zeytinyağı Üretim Türü.....	99
Tablo 35:Zeytin Ve Zeytinyağı Pazarlarına Dair İstatistikler.....	100
Tablo 36:Devlet Desteği İle İlgili İstatistikler.....	100
Tablo 37: Satışlara Dair İstatistikler.....	101
Tablo 38: İhracat İle İlgili İstatistikler.....	102
Tablo 39: İhracat Yapılan Ülke Gruplarına Dair İstatistikler.....	103
Tablo 40:Dış Pazarlar Hakkında Bilgi Almak İçin Kullanılan İlk 3 Kaynağa Dair İstatistikler.....	103
Tablo 41:Zeytin-Zeytinyağı İhracatında Fiyatın Belirlenmesi Konusunda Dikkate Aldıkları İlk Üç Faktör İle İlgili İstatistikler.....	104
Tablo 42:Üreticilerin Zeytincilik Yapmakta Etkili Gördükleri İlk 3 Faktöre Dair İstatistikler.....	105
Tablo 43: Zeytin Üretimi İle İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri.....	106
Tablo 44: Zeytin Üretimindeki Sorunlar ile İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri.....	108
Tablo 45: Kredi Şartları İle İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri.....	112
Tablo 46: Normal Dağılım Testi.....	113
Tablo 47: Ciro Miktarı Bakımından Farklı Çalışan Sayısına Sahip Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Kruskal Wallis H Testi Bulguları.....	114
Tablo 48:Ciro Miktarı Bakımından Çalışanlarına Eğitim Veren Ve Vermeyen Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları.....	115
Tablo 49:Ciro Miktarı Bakımından Üretim Türüne Göre Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları.....	115
Tablo 50:Ciro Miktarı Bakımından Pazarlama Türüne Göre Firmalar Arasındaki Farkları inceleyen Kruskal Wallis H Testi Bulguları.....	116

Tablo 51:Ciro Miktarı Bakımından Dış Ticaret Birimi Olan Ve Olmayan Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları.....	117
Tablo 52:Aile İşletmesi Olup Olmama İle Hedef Pazarları Arasındaki İlişkiyi İncelemek Üzere Yapılan Ki-Kare Testi Ve Çapraz Tablo İstatistikleri.....	117
Tablo 53:İhracat Yapıp Yapmama Durumuna Göre Pazar Araştırması Yapması Arasındaki İlişkiyi İncelemek Üzere Yapılan Ki-Kare Testi Ve Çapraz Tablo İstatistikleri.....	118
ŞEKİLLER.....	
Şekil1:Girişte Rekabet Gücü Yapısı.....	6
Şekil2:Çıkışta Rekabetçi Yapı.....	7
Şekil 3:Rekabet Stratejileri(M.Porter).....	10
Şekil 4:Küreselleşmenin Boyutları.....	11
Şekil 5: Verimli Hilal	23
Şekil 6: Levant Bölgesi.....	24
Şekil 7:Dünyada Zeytinyağı Üretiminde Güçlü Olan Ülkeler.....	26
Şekil 8:Dünyada Zeytin Üretiminde Güçlü Olan Ülkeler.....	27
Şekil 9: UZK Yapısı.....	42
Şekil 10:İllere Göre Yağlık Zeytin Üretim Alanları.....	57
Şekil11:İllere Göre Zeytinyağı Üretim Oranları.....	58
Şekil 12 :Türkiye Zeytinyağı İhracatında Önemli Ülkeler(2020,%).....	59
Şekil 13:Türkiye'nin Zeytinyağı İthalatı Yaptığı Ülkeler(2020,%).....	60
Şekil 14:Türkiye Zeytin Üretim Haritası.....	61
Şekil 15: Çanakkale İli Lokasyon Haritası.....	72
Şekil 16:Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değişkenlerine Ait Zaman Yolu Grafikleri.....	89
Şekil 17:Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeksi Zaman Yolu Endeksi.....	90

GİRİŞ

Zeytin geçmiş zamanlardan günümüze kadar gelen önemli bir tarım ürünüdür. Tarihi neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. Zeytin tarihine bakıldığında hem barışın sembolü olarak adlandırılmış hem de kutsal olarak görülmüştür. Aynı zamanda zeytin tarih boyunca efsanelerde de yer almıştır. Anadolu coğrafyasında doğmuş ve binlerce yıldır Akdeniz havzasında tarımı geleneğe dönüşmüş bir bitkidir. Son yıllarda dünyada sağlıklı yaşam ve beslenmeye artan ilgi ile birlikte sofralık zeytin ve zeytinyağı üretim ve tüketiminin önemi de artmaktadır. Dünya’da zeytin üretimi önemli bir yere sahiptir çünkü zeytin her ülkede yetişmeyen bir meyvedir. Dünyada yoğun olarak zeytinciliğin yapıldığı ülkeler Akdeniz ülkeleridir. Zeytincilik önemli geçim kaynaklarından biridir. Zeytincilik bölgenin hem ekonomik hem de siyasal ve sosyal yapısını etkilemektedir. Zeytin ve zeytinyağının ekonomik değerinin ve katma değerinin yüksek olması bunun en önemli sebeplerindedir. Zeytin ve zeytinyağı; gıda olarak tüketilmesinin haricinde, bilim, kozmetik savunma, teknoloji gibi birçok alanda kullanımı sağlanan maddelerdir. Bu durum zeytinin tüm dönemlerde önemini korumasının sebebidir

Zeytin işlenerek ve belli süreçlerden geçerek zeytinyağı haline gelmektedir. Zeytin bölgelere göre çeşitlilik göstermektedir. Eski dönemlerde de yağ üretiminde kullanılan bir tarım ürünüdür. Ülkelerin zeytin üretimi ve ticareti konusunda farklı politikaları ve stratejileri olabilmektedir. Türkiye, sahip olduğu zeytin ağacı miktarı, zeytinyağı ve sofralık zeytin üretimi ile en önemli üretici ülkelerden biridir. Ülkemizde zeytin yetiştiriciliği, 5 bölgede 35 ilde yapılmaktadır. Zeytin, Karadeniz, Ege, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu ve Marmara bölgelerinde üretilmektedir. Birçok farklı ülkede olduğu gibi Türkiye’de de tarımsal nüfus açısından önemli bir geçim kaynağıdır. Aynı zamanda Türkiye ekonomisi açısından da önemli bir ihracat kalemini oluşturmaktadır. Gün geçtikçe toplumda sağlıklı yaşam bilinci gelişmeye başlamıştır bu bilincin oluşması ile doğru orantılı olarak zeytinyağı ve sofralık zeytin kullanımının önemi de artmıştır. Dünya’da zeytin sektöründe önemli bir yere sahip olan diğer ülkeler ise İspanya, İtalya, Yunanistan, Mısır, Fas ve Tunus’dur.

Zeytinyağı ve sofralık zeytin konusunda faaliyet gösteren hükümetler arasındaki tek örgüt Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK)’dir. Çalışmada Uluslararası Zeytin Konseyi’nin görevleri ve işleyişinden bahsedilmektedir. 26 Kasım Unesco tarafından

Dünya Zeytin Ağacı Günü ilan edilmiştir. Çalışmada ülkelerin zeytin üretimleri ve sektörel gelişimleri ile ilgili detaylı bilgi verilmiştir ve küresel rekabet ortamında Türkiye'nin zeytin sektörü, diğer zeytin üreticisi ülkelerin durumu ve Türkiye'nin küresel alanda konumu incelenmiştir. Çalışmanın amacı Dünyada ve Türkiye'de zeytin sektörünün araştırılması ve küresel rekabet ortamında Türkiye'nin sektördeki yerinin analiz edilmesidir. Ayrıca Gemlik zeytin üreticilerine yönelik yapılan anket çalışması ile üreticilerin durumlarının ve sorunlarının analiz edilerek çözüm önerileri sunulması amaçlanmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde, küreselleşme ve küreselleşmeyi etkileyen faktörler, küreselleşmenin gelişimi, evreleri, küresel rekabet stratejileri ve küresel rekabetin öneminden bahsedilmiştir. Küresel rekabet toplulukları birçok açıdan etkilemiştir. Birinci bölümde bu etkilere de yer verilmiştir. Ayrıca standartlaşmanın kavramının tanımı ve standart çeşitlerinden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde, dünyada zeytin ve zeytinyağının tarihsel gelişimi ve dünyada zeytin sektöründe güçlü olan ülkeler ayrıntılı olarak incelenmiştir. Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK) hakkında bilgiler verilmiş ve amaçlarından bahsedilmiştir. Dünyada zeytin sektöründe yaşanan çevresel riskler ve sorunlar analiz edilmiştir, AB'de zeytin sektöründe izlenen politikalar, sektörün dünya ekonomisine ve ticaretine katkıları araştırılmıştır ve bu bölümde son olarak dünya zeytin gününden bahsedilmiştir.

Üçüncü bölümde, Türkiye'de zeytin sektörünün tarihsel gelişimi, bölgelere göre durumu ve zeytin üretiminde güçlü olan iller incelenmiştir. Sektörün ekonomimize katkıları ve zeytin sektöründe izlenen politikalar araştırılmıştır. Türkiye'de zeytin sektöründe yaşanan sorunlar analiz edilmiştir. Türkiye'nin küresel pazarlarda zeytin ve zeytinyağı ihracatı araştırılmıştır ve Balassa Endeksi ile Türkiye'nin zeytin sektöründe küresel pazarlarda rekabet gücünün hesaplanması amaçlanmıştır.

Dördüncü bölümde ise Gemlik zeytin üreticileri üzerinde yapılan anket çalışmasının amaç ve kapsamı, evren ve örnekleme, veri toplama yöntemleri ve araştırma sorularına yer verilmiştir. Sonuçlar incelenerek veriler analiz edilmiştir ve bulgular yorumlanmıştır. Son olarak bu bölümde veri istatistiklerine ve hipotez testlerine yer verilmektedir.

1. KÜRESEL REKABET

1.1.Küreselleşme ve Küreselleşmeyi Etkileyen Faktörler

Küreselleşme kavramı 1980 yıllarda ortaya çıkmış ve internet gibi görsel iletişim alanlarının gelişmesiyle doğru orantılı olarak küreselleşme kavramı da gelişmiştir. Genel anlamı itibariyle küreselleşme; “haberleşme, etkileşim, iletişim, sermaye alanlarında yerel, bölgesel, ulusal sınırların aşındığı ülkeler arasındaki sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal bağımlılığın arttığı bir süreçtir” (Zencikıran,2015,s.80). Küreselleşmenin ekonomik açıdan tanımı; global ekonomik entegrasyon tamamlanmış, üretim ölçeklerinin dünya çapında planlandığı, serbest rekabet ve piyasaların düzeni uluslararası kuruluşlar tarafından desteklendiği, kuralların belirli uluslara dayalı olmadan çalıştığı ekonomik bir sistemdir (Kürkçü,2013,s.2; Ertürk,2015,s.415).

Küreselleşme sürecini anlamlandırmak kolay değildir bunun nedeni küreselleşme sürecinde olumlu ve olumsuz birçok zıtlık mevcuttur. Bu sebeple küreselleşme süreci çok boyutludur ve geniş etki alanlarına sahiptir. Bu durum küreselleşme sürecinin anlam çeşitliliğini arttırmaktadır (Aktel,2001,s.193).

Gün geçtikçe küreselleşme, küresel ekonominin karakteristik eğilimi haline gelmiştir; performansının çok boyutlu olması, uluslararası mal, hizmet ve üretim faktörleri, bilgi ve teknoloji hareketinin ölçek ekonomileri de etkilidir (Kharlamova ve Vertelieva,2013,s.43).

Küreselleşme sürecinde bazı farklılıklar ve değişimler yaşanmıştır. Sürecin özellikleri; tüketici davranışları gün geçtikçe artarak daha dinamik bir sürece girmektedir ve bunun sonucunda homojen bir yapı ortaya çıkmaktadır. Üretim faktörlerinin dünya ölçeğinde değerlendirilmektedir. Ticari faaliyetlerin, dünya ölçeğindeki standartlara uygun olarak yapılmaktadır. İşletmelerin birbirleri ile olan ilişkileri gelişmektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımları gelişim göstermektedir. Dünyada ortak ekonomik stratejisine dayalı planlamanın yapılması. Üretimde olan faktörlerin birbirleriyle küresel alanda bütünleşmesi böylece teknolojik, ekonomik ve hukuki olarak bütünlük göstermektedir. Yönetim kavramı ve yönetici profillerinde değişim görülmektedir (Karabulut,2004,s.4).

Küreselleşme, kültürel, siyasi, sosyal ve ekonomik birçok farklı yönü bünyesinde bulundurmaktadır. Çeşitli başlıklar ve etkileşimler açısından değişim ve gelişmeleri ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır. Yeni bir dünya düzeni oluşmuştur. Farklı bir deyişle yeni düzen, farklı ülkeler tarafından uyum sağlanması gereken bir değişim sürecidir. Bu süreç küreselleşmeye duyulan gereksinimde artış yaşanmasına sebep olmaktadır. Teknolojide yaşanan gelişmeler, değişimle ve inovasyonlar, fikirlerin, değişen ve yenilenen üretim tekniklerinin ülkeler arasındaki entegrasyonuna katkı sağlamaktadır. Böylece dünyada yani küresel, sosyal ve yapılar oluşmuştur. Küreselleşme toplumlar arasında entegrasyon oluşmasına, işgücü, piyasa ve sermaye yapılarının uluslararası bir düzeye erişmesine yol açmaktadır. Küreselleşme sayesinde, toplumların bünyelerinde barındırdıkları değer yargıları ve toplumsal özellikleri birbirlerine uyum sağlayabilmekte ve ülkelerin birbirleri ile olan sosyal etkileşimleri artmaktadır(Pehlivan, Efeoğlu ve Han,2019,s.3404).Küreselleşmenin hızlı bir şekilde gelişmesini ve yaygınlaşmasını etkileyen etmenler vardır. Bu etmenler; Teknoloji alanında gerçekleşen gelişmeler ve değişimler, kültür, ekonomi, politika, doğal çevre ve işletme faaliyetleridir (Yeşil,2010, s.28).

Küreselleşme sürecinin hızlanmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri teknolojik gelişmelerdir. Bilgi-sistem ve iletişim teknolojilerinde gerçekleşen gelişmeler üretim ve dağıtım maliyetlerinde fark yaratmaktadır ve bu durum karlılık oranlarında artışa yol açmıştır. Teknolojide yaşanan gelişmeler ile beraber yeni piyasalara ulaşabilme fırsatı gelişmiştir ve mevcut piyasalara ulaşım ucuzlamış ve kolaylaşmıştır. Aynı zamanda iletişim imkanları artmıştır ve iletişim kurabilmek daha da kolaylaşmıştır. Ulaşım ve iletişim maliyetlerinde yaşanan düşüş direkt şekilde teknolojideki gelişmelerin geniş piyasalara hızlı bir şekilde yayılmasına katkı sağlamıştır (Elçin,2012,s.10).

1.2.Küresel Rekabet Kavramı

Akademik ve araştırma alanı olarak 'rekabetçilik' terimi oldukça yenidir.1980'lerde olduğu gibi ilk kez ortaya çıktı. Rekabet gücü olguları analiz eden bilgi ve politikaları oluşturma becerisi daha yüksek katma değer sağlayan bir ekonomik dal olarak tanımlanmaktadır. Rekabet gücünün artırılabilmesi ve sürdürülebilir olması

önemlidir. Ülkenin refah seviyesinin yüksek olması ülkelerin rekabet gücünün yüksek olması ile doğru orantılıdır (Zukowska ve Pindelski,2011,s.2).

Dünya Ekonomi Forumu'na göre rekabetçilik, bir ülkenin verimlilik düzeyini oluşturan kurum, politika ve üretim faktörlerinin toplamı olarak tanımlanmaktadır. Böylece verimlilik düzeyi ekonomide sürdürülebilir refah düzeyini belirler. Daha rekabetçi bir ekonomi, vatandaşları için gelir seviyelerini daha yüksek hale getirme eğilimindedir. Verimlilik düzeyi bir ekonomideki yatırımlardan elde edilen getiri oranlarını da belirler. Getiri oranları, ekonomideki büyüme oranlarının temel itici gücü olması sebebiyle daha rekabetçi bir ekonomi, orta ve uzun vadede daha hızlı büyümesi beklenen bir ekonomidir (WED,2008,s.3).

Son yıllarda ülkeler arasındaki ekonomik rekabet yoğunlaştı ve çoğu devlet küreselleşmenin beraberinde getirdiği büyük riskleri önlemek için uluslararası ekonomik ilişkilerde etkili olmayı dünya pazarlarında söz sahibi olmayı hedeflemektedir. Rekabet edebilirlik kavramı diğer bir anlamda rakiplere ve pazara karşı iyi bir değerlendirme yapabilmek ve etkili politikalar geliştirilebilmek bir devletin gelecekteki konumu ve gelişimi açısından çok önemlidir (Kharmova ve Verteliava,2013, s.39). Küreselleşme alanındaki gelişmeler 20.yy. da global ekonomik entegrasyonlarla başlamış, bu dönemde ekonomilerde liberalleşme yönelimlerinde artış görülmüş bu durum uluslararası alanlardaki ticaret ve finans alanlarına da yayılmıştır. Bölgesel ekonomik entegrasyonlar küreselleşmenin yayılma hızı artırmıştır (Ertürk,2015, s.415).

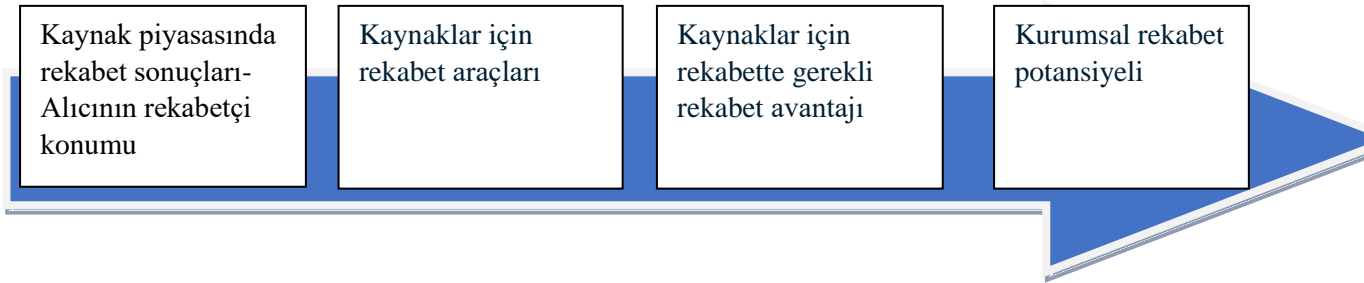
Günümüzde herhangi bir alanda çıkan bir ürün veya hizmet, görsel ve işitsel medya araçları aracılığıyla dünyanın her yerine saatler içinde yayılmaktadır. Bu durum farklı milletlerden kişilerin taleplerini belirli dönemlerde belirli alanlarda toplamasına neden olmaktadır. Durum böyle olunca yerel veya uluslararası şirketler arzlarını belirli ürün veya hizmetlere yöneltmektedir (Zencikıran,2015,s.80).

İktisadi açıdan rekabetin tanımı yapacak olursak; ekonomik faaliyet gösterenlerin daha fazla maddi fırsatlara ve daha iyi olana ulaşmak için karşısındakine üstünlük kurmaya çaba göstermesi olarak da ifade edilebilir (Sabır,2014,s.25).

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte artan bilgi paylaşımı ve ortaya çıkan küreselleşme kavramı yerel ve bölgesel işletmelerin büyümesine ve dünya da ki diğer işletmelerle rekabet etmesine yol açmıştır. Bu ortaya çıkan rekabet, küresel rekabet olarak adlandırılmıştır. Küresel pazarların büyüklüğü ve ortaya çıkardığı fırsatlar küresel rekabeti artırmıştır (Bilge, 2004,s.66).M. Stankiewicz rekabet gücünü dört boyut prizmasıyla göstermektedir. Bunlar; (Stankiewicz,2005,s.17).

- Rekabet potansiyeli- şirketin rekabet avantajı yaratmasını sağlayan maddi ve maddi olmayan kaynaklar sistemi olarak anlaşılmaktadır.
- Rekabet avantajı –Rekabet potansiyeli bileşenlerinin yapılandırılmasıdır.
- Rakip araçlar – Bu araçların görevleri teklife ilgi uyandırmaktır. Müşteri ve daha sonra rakipten daha yüksek çekicilik sağlamaktır.
- Rekabetçi pozisyon- Aynı anda rekabet etme yeteneğinin sonucu ve ölçüsüdür.

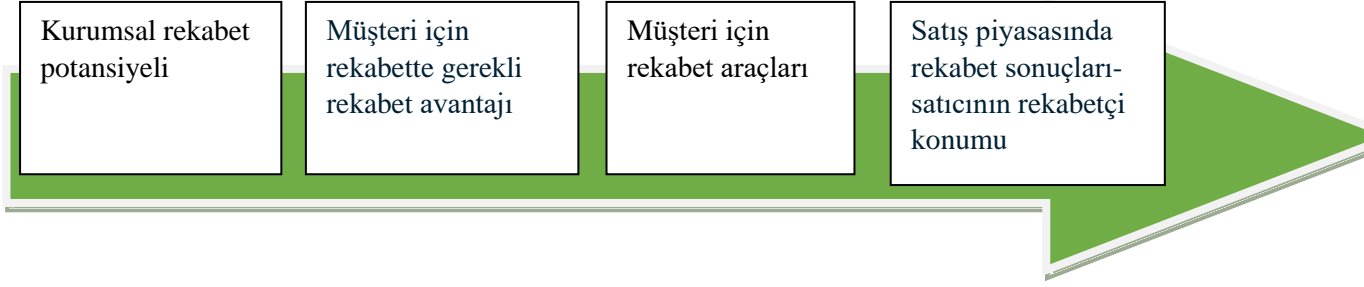
Şekil1:Girişte Rekabet Gücü Yapısı



Kaynak:Stankiewicz,M.J.,Konkurencyjnośćprzesiębiorstwa.

Badaniekonkurencyjnościprzesiębiorstwaw warunkachglobalizacji, TNOiK, Toruń 2005.

Şekil2:Çıkışta Rekabetçi Yapı



Kaynak:Stankiewicz,M.J.Konkurencyjnośćprzeǳsiębiorstwa,Badaniekonkurencyjności przeǳsiębiorstwaw warunkachglobalizacji, TNOiK, Toruń 2005

1.3.Küreselleşmenin Gelişimi

Tarih boyunca, küreselleşmede gelişim ve duraklama dönemleri yaşanmıştır, fakat ekonomik ve toplumsal sebeplerle etkilenilen duraklama dönemlerinin ardından küreselleşme akımları yeniden hızlanmıştır. Özellikle 1980 yılından sonra yaşanan Berlin duvarının yıkılması, SSCB'nin çöküşü ve Doğu Bloğunun dağılması süreçleri sonrasında teknolojinin, üretim yapısında ve yönetim yapısında değişiklikler meydana gelmiştir ve çokuluslu şirketlerde artış yaşanmasının da etkisiyle yüksek seviyede bir hıza ulaşılmıştır. Küreselleşme kavramının reddedilmesi yerine düzenlenerek ve sınırları belirlenerek, toplumlara fayda sağlamak amacıyla kullanılmalı ve bu yönde politikalar belirlenmelidir (Elçin,2012,s.1).

Küreselleşme en büyük gelişmesini 80'li yılların sonunda gösterse de aslında daha eskiye dayanmaktadır. Ekonomik anlamda küreselleşmenin 60'lı yıllarda ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu dönemde ülkeler arasında ekonomik entegrasyonlar oluşmaya başlamış ve teknolojinin gelişmesiyle ticari faaliyetler hız kazanmıştır (Kürkçü,2013,s.1; Ertürk,2015,s.415).

İkinci Dünya savaşından başlayıp seksenli yılların sonuna kadar süren kutuplaşma dünyayı SSCB ve ABD etrafında toplamıştır. ABD etrafında toplanan ülkeler daha liberal politikalar izlerken, SSCB etrafında toplanan ülkeler sosyalist politikalar izlemişlerdir. Ama bilindiği üzere SSCB, ABD bloğu ile rekabet edememiş ve yıkılmıştır. SSCB'nin yıkılmasından sonra bölgesel entegrasyonlar artmış, uluslararası ticareti düzenleyen kurumlar kurulmuş ve siyasi eğilimlerde yumuşamalar

yaşanmıştır. Bunların sonucunda siyasi ve ekonomik engeller azalmıştır. Serbest Pazar ekonomisine ve kapitalizme geçen ülkeler arttırmıştır (Kürkçü,2013,s.3).

Küreselleşme kavramının yaygınlaşması sonucunda gelişmekte olan ülkeler diğer ülkelerin gerisinde kalmamak için küreselleşmenin beraberinde getirdiği değişim ve gelişime uyum sağlamak zorundadır. Bu durum ülkeler için mecburi bir durum haline gelmiştir. AR-GE, yazılım, mühendislik, tasarım vb. tüm alanlarda, pazarlama, yönetim, eğitim, mal ve hizmetlerin üretiminde gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir. Ülkelerin rekabet edebilirlik seviyesi, sahip olduğu yeteneklere, yeniliklere adapte olabilme düzeyine, bilgi ve teknolojiyi kullanmaları ile bağlantılıdır. İnovasyonun hayatımızdaki önemi gün geçtikçe artmaktadır. İnovasyon ülke ekonomileri üzerinde etkili olmaktadır (GII,2015,s.81-82).Günümüzde küreselleşmede yaşanan artış ile tüketim anlayışlarında değişimler yaşanmış ve ortak bir tüketim anlayışı benimsenmiştir. Diğer bir ifade ile tüketimde homojenlik ve dünya tüketim kültürü kavramları oluşmuştur. Ürün ve hizmet sektöründe çalışan kurumlar küresel boyuttaki tüketici ihtiyaç ve isteklerine karşılık verebilir konuma gelmişlerdir (Kürkçü,2013,s.4).

Bir başka görüşe göre küreselleşme 5 evreden geçmiştir ve günümüze kadar gelmiştir. Bu evreler şunlardır (Kürkçü,2013,s.4-5).

1. Oluşum Evresi(15-18.yy)

Bu evrenin Avrupa’da ortaya çıktığı düşünülür. Ulus toplulukları bu evrede ortaya çıkmaya başlar ve böylece Orta çağda ulus ötesi sistem çökmüştür. Birey ve insanlığa ilişkin düşünceler önem kazanmaya başlar. Katolik kilisesi daha geniş alanlarda faaliyet gösterir.

2. Başlangıç Evresi (18.yy-1870)

Üniter devletler düşüncesinde yön değişiklikleri oldu. Bu evrede uluslararası ilişkiler anlayışında gelişmeler yaşandı ve birey bilinci oluştu böylece eskiye kıyasla daha somut bir insanlık anlayışı benimsendi. Uluslararası ilişkiler alanında yasal sözleşmeler yapıldı.

3. Yükseliş Evresi (1870-1920)

Bu evrede ilk kez modernlik sorunu tartışılmaya başlandı. Ulusal ve kişisel kimliklere ilişkin yeni düşünceler oluştu. İletişim daha küresel bir hal aldı ve olimpiyatlar gibi uluslararası oyunlar ve yarışmalar düzenlenmeye başlandı.

4. Hegemonya için Mücadele Evresi (1920-1960)

İlk önce milletler cemiyeti daha sonrasında Birleşmiş Milletler kurulmuştur. Ayrıca bu evrede ulusal bağımsızlık ilkesi kabul edilmiştir ve modernlik anlayışlarında çatışmalar meydana gelmiştir.

5. Belirsizlik Evresi (1960-1990)

Daha önce de bahsettiğimiz bu yıllarda soğuk savaş sona erdi ve hak ve özgürlük konular tartışılmaya başlandı. Global çapta kurum ve kuruluşlar çoğalmaya başladı. Görsel ve işitsel iletişim araçlarının artması küreselleşmeyi hızlandırdı ve kültürler birbirine benzemeye başladı.

Yukarıda ve 5. Evrede görüldüğü gibi küreselleşmenin hızlanması iletişim araçlarının ve teknolojinin gelişmesiyle artmıştır.

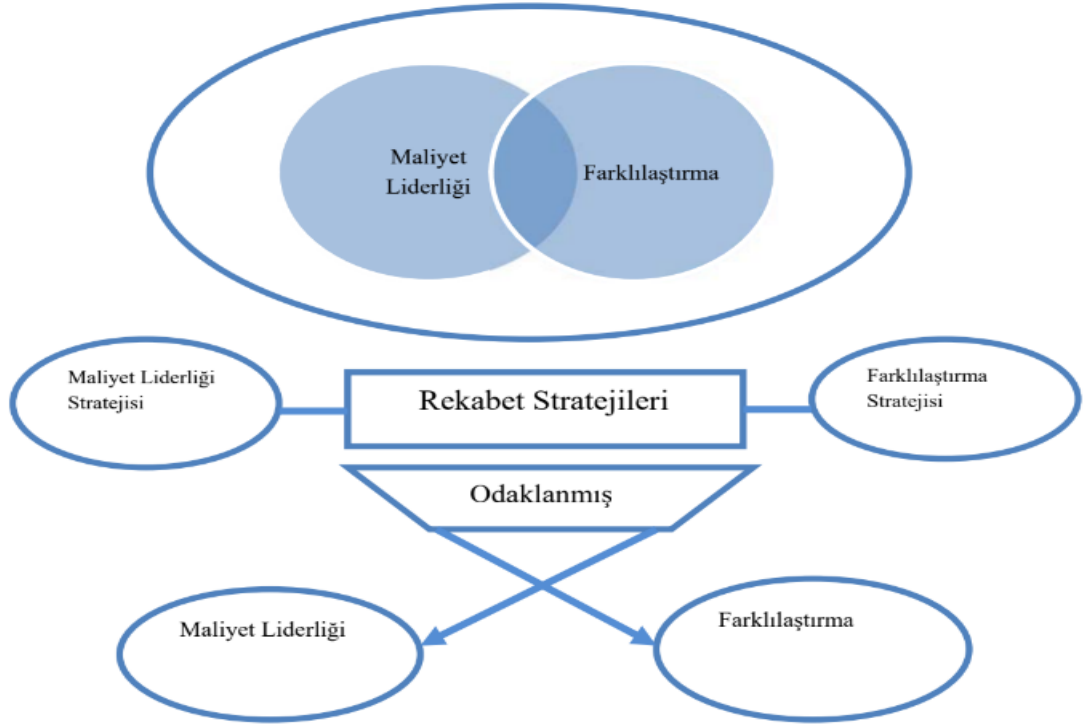
1.4.Küresel Rekabet Stratejileri

Rekabet kavramının özünde firmaların başarısının veya başarısızlığı yer almaktadır. Rekabet, bir firmanın yenilikçi olması, iyi uygulama veya uyumlu bir kültür gibi performansına faydalı olacak faaliyetlerin uygunluğunun belirlenmesini sağlamaktadır. Rekabet stratejisi olumlu bir arayıştır bir sektördeki rekabetçi konum, rekabetin gerçekleştiği temel arenadır. Rekabet stratejisi, sanayi rekabetini belirleyen güçler karşısında karlı ve devamlılık sağlayabileceği bir konum oluşturmayı amaçlamaktadır (Porter,1985,s.1).

Bu rekabet ortamında başarılı olmak, etkin ve radikal stratejiler kullanılmasına bağlıdır. Küresel çapta rekabet eden firmalar ancak kendilerine özgü ve rakipler tarafından kısa sürede veya süresiz olarak taklit edilemeyecek yetenekler kazanarak güçlü olabilir. Bu yeteneklerin firmaya ait olma gücü ne kadar fazla ise uygulanacak stratejinin de başarılı olma ihtimali yüksektir. M.Porter tarafından ortaya atılan üç değişik rekabet stratejisi vardır. Bunlar; (İleri ve Horasan,2010,s.175).

1. Toplam maliyet liderliği stratejisi
2. Farklılaştırma stratejisi
3. Odaklanma stratejisi

Şekil 3: Rekabet Stratejileri(M.Porter)



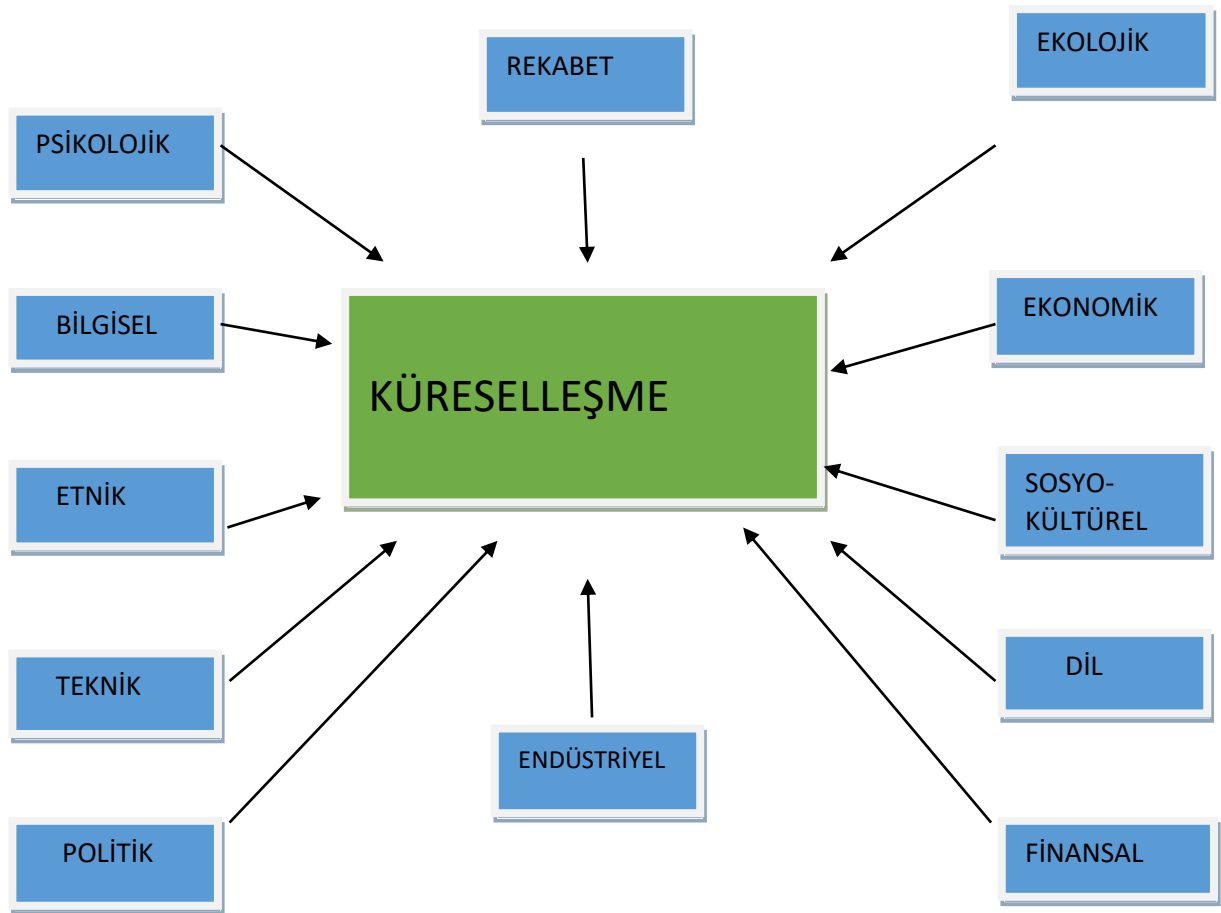
Kaynak: (Ülgen ve Mirze, 2006)

Rekabet stratejilerinin temel işlevleri şöyledir;

- Mevcut sektördeki rekabet durumunu belirlemektedir.
- Rekabet şartlarını işletmenin kazançlı çıkacağı bir duruma getirmek
- Rekabeti belirleyen unsurlara karşı sürekli güçlü bir durumda olmak.

Rekabet stratejilerinin temel amacı, mevcut sektörde var olan rekabet şartlarına karşı mücadele etmek ve bu zorlukları işletme lehine çevirmektir (İleri ve Horasan,2010,s.175).Küresel rekabet stratejisi, firmanın rekabet stratejisidir. Ürünlerini satmakta ve birçok ülkede faaliyetlerini yürütmek sürdürülebilir rekabet avantajları elde etmek için birleşik bir yaklaşım uygulanmaktadır. İlk olarak etkileşim alanında gelişmiş bir değer zincirine sahip olunmalıdır. İkinci olarak küresel rekabet stratejileri planlı olmalıdır, belirli bir ülkedeki koşullardan kaynaklanan dezavantajlar ve avantajlar saptanmalı, dezavantajlar telafi edilmeye çalışılmalıdır (Ugrimova,2018,s.5).

Şekil 4: Küreselleşmenin Boyutları



Kaynak: (Pehlivan,Efeoğlu ve Han:2019:3406)

Ulusal rekabet gücünün artırılmasını destekleyebilecek faktörler;(Kharlamova ve Vertelieva,2013,s.42).

- Makroekonomik istikrar (karşı döngüsel düzenleme)
- İşletmelerin gelişimi (endüstri boyutu)
- Altyapı (kurumsal kalite)
- Yönetişimin etkinliği
- Beşerî sermayenin gelişimi (bilgi ekonomisinin etkisi)
- Modern finansal piyasa
- Çevresel koşulların istikrara kavuşturulması (Çevresel faktörlerin geliştirilmesi)
- Yeniliklerin geliştirilmesi (ülkenin rekabet avantajı)
- Küreselleşme ve entegrasyon (ülkenin ilgili kalkınma süreçlerine katılımı)

1.5.Küresel Rekabetin Önemi

İşletmelerin küresel pazarlarda faaliyet göstermeye başlaması ve bu pazarlara uygun strateji ve faaliyet geliştirmesi rekabet kavramının yerini küresel rekabet almasına neden olmuştur. İşletmeler, bu bağlamda ortaya çıkan yeni pazarlama ve yönetim anlayışını başarılı bir şekilde analiz edip, faaliyetlerini küresel rekabet piyasasına uygun olarak planlamalıdır (Sönmez,Pirtini ve Göksel, 2020,s.191).

Küreselleşmenin etkisi ile firmalar sadece ülke içi pazarı değil, tüm dünya pazarını hedeflemeye başlamışlardır. Bu da onları farklı konularda, farklı şirketlerle iş birliği yapmayı artırmış ama diğer taraftan da küresel rekabeti artırmıştır. Bu rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin ortak amacı kârı maksimize etmek ve dünya çapında ekonomik faaliyetlerin entegrasyonunu sağlamakta ve organize etmektir (İleri ve Horasan,2010,s.173).

Küreselleşme, öncelikle uluslararası rekabetin gereklerini yerine getirmeyi ve ülkelerin rekabet ortamında hem olumlu hem de olumsuz etkileri olan nicel ve nitel değişiklikler yapmayı amaçlayan nesnel bir süreçtir. Birincisi, piyasa ekonomisine dayalı yeni bir ekonomik sisteme duyulan ihtiyacı pekiştirmekte ve böylece genel olarak rekabetin rolünü gerçekleştirmektedir; ikincisi, rekabetin yoğunlaşmasına katkıda

bulunur; üçüncüsü, ciddi bir rekabeti belirler ve sonuç olarak rekabet ilişkisini değiştirir. (Kharlamova ve Vertelieva,2013,s.43).

Küreselleşme, işletmelere karşılaştırma için çeşitli alanlar sağlar ve bu amaçla geniş, farklılaştırılmış ve çok kısa vadeli karar verme ufuklarıyla tutarlı bir bilgi sistemi gerektirir. Böylece açık iletişim ve dijitalleştirilmiş iletişim ve bilgiye dayalı olmalıdır. Bilgi alışverişi süreçleri etkili ve anlaşılır olmalıdır. Son yıllarda, çok sayıda büyük şirket faaliyetlerini küresel bir yönetim perspektifinde genişletmek ayırt edici rekabet becerilerini yeniden düzenlemek ve ekonomik sınırları genişletmek için planlar geliştirmeye teşvik etmektedir (Brodoni,2005,s.15).Küreselleşmenin etkisiyle birlikte ülke ekonomilerinde serbestleşmeler yaşanmış ve ülkeler arasındaki ticaret hacmi artmıştır. Oluşan piyasalardan payını almak isteyen işletmeler, rekabet avantajı sağlamak ve devam ettirebilmek için bir arayış içine girmişlerdir. Rekabet, günümüz küresel ekonomisinin en önemli unsurudur (Sönmez, Pirtini ve Göksel, 2020,s.194).

İç pazarlarda yaşanan aksak rekabet piyasaları, dış ticaretin önündeki engellerin kaldırılması, teknoloji ve iletişim araçlarının gelişmesi nedeniyle uluslararası ekonomik ilişkiler kolaylaştırmış ve küresel rekabet piyasaları oluşmuştur. Önceleri firmalar ülke içinde sadece kendi aralarında rekabet ederken şimdi uluslararası firmalar ile de rekabet etmesi gerekmektedir. Rekabet edebilirlik sadece firmalar arasında değil sektörler ve ülkeler arasında da önemli bir kavramdır. Çünkü her ülkenin rekabet gücü aynı zamanda refah seviyesini de göstermektedir. Sonuç olarak günümüzde sadece firmalar için değil ülkeler için de rekabet gücü önemli bir kavramdır (Aktan,2011,s.1).

1.6.Küresel Rekabetin Etkileri

Rekabette küreselleşmenin değişik etkileri mevcuttur. Bir yandan teknolojik gelişme hızlı bir şekilde artarken, ekonomik büyüme sağlanır ve toplumlar da bu büyümeden pay alırlar böylece refah seviyeleri artarken, diğer taraftan da engeller kalkmakta, kültürel, sosyal ve ekonomik etkileşimler kolaylaşmaktadır. Küreselleşmenin ortaya çıkması ve gelişmesinde en etkili unsurlar, teknoloji ve bilgide yaşanan hızlı değişimler ve gelişmelerdir. Bu gelişmeler ile birlikte iletişim kolaylaşmıştır, sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş yaşanmıştır, neo-liberal politikaları benimsenmiş ve hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır, uluslararası ticaret hacminde ve çok uluslu şirket faaliyetlerinde artış yaşanmıştır. Ayrıca, (NAFTA),

Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN), AB, Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması gibi bölgesel entegrasyonlara ek olarak, Dünya Ticaret Örgütü' (WTO) nün evrensel düzeydeki düzenlemeleri ile Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) ve Doğu Bloğunun dağılmasının da küreselleşme üzerindeki etkilerini belirtmek gereklidir. Bu etkenler küreselleşmeyi arttırmaktadır ve hem mal ve hizmet ticaretinin yapısında hem de rekabetin yapısında değişimlere yol açmıştır (Gökdere, 2001,s.73-75).

1.6.1.Ticarete Etkisi

Küreselleşmenin en önemli olgularından biri ticaretin serbestleşmesidir. Ticaretin serbestleştirilmesi ile birlikte uluslararası ticaret hacmi artmıştır ve şirketlerin büyümeler yaşanmıştır. Ayrıca şirket evliliklerinde ve doğrudan yabancı yatırımlarda artış yaşanmasına, çok uluslu şirketlerin dünya piyasalarına ve ekonomik kaynaklara egemen olmasına sebep olmuştur. Küreselleşmenin iki önemli göstergesi; sermayenin ve üretimde küreselleşmedir. Uluslararası hareketinin artması sermayede ve üretimde küreselleşmenin ortak noktası olmaktadır. Son yıllarda uluslararası sermaye akışının hızlanmasında liberalizmin yayılması ve sermaye piyasalarının bilgisayarlaşması rol oynamaktadır (Aytuğ, 2011,s.48-49).Küreselleşme , bir devletteki rekabeti işgücü dışında tüm dünyada geçerli kılma yönelimindedir .Küreselleşmenin zayıf yanlarından biri, eşit koşullarda olmayanların eşit rekabet şartlarıyla karşı karşıya kalmalarıdır (Gökdere, 2001,s.75).

1.6.2.Sermaye Hareketlerine Etkisi

Küreselleşme neticesinde rekabet koşullarını değiştiren bir diğer etken sermaye hareketleri olmuştur. Sermaye hareketleri, 1800'lerde yaşanan küreselleşme sürecinde, altın reel bir mal konumundaydı ve altına dayalı bir sistem mevcuttu. Ancak günümüzde yaşanan küreselleşme sürecinde ise bilgisayar ve bilgisayara dayalı bir sistem anlayışı benimsenmiştir ve bu anlayış diğer donanımlarla, direkt bir şekilde elektronik kaydi paraya ve bunların nominal değişim hareketlerine dayalı duruma gelmiştir. Balkanlı(2002,s.8) tarafından da belirtildiği üzere “elektronik kaydi para, bilgisayara dayalı uluslararası finansal sistemin ürünüdür ve elektronik kaydi para, ekonomik işlemlerin hızını ve hacmini arttırmaktadır ve bu da dünya ölçeğinde ekonomik ilişkilerin geçmişe kıyasla yaygınlaşmasını sağlamıştır. Dünya da devletlerin birbirleri ile olan ilişkilerin artması, iletişim ve ulaşım teknolojilerinde gelişmelerin yaşanması ile

mesafeler kısalmıştır böylece mekân ve zaman kavramlarında değişimler meydana gelmiştir. Bu sayede dünya hızlı bir şekilde küreselleşmiştir. Dünyanın hızlı bir şekilde küreselleşmesi ile birlikte piyasalarda serbestçe hareket etmek fırsatı yakalamışlardır. Küreselleşme, gerçekleştirilen üretimin dünya ölçeğinde yapılmasını sağlamıştır. Üretimin daha çok düşük maliyetli ve yüksek karlı yerlerde yapılmasına öncelik verilmektedir (Atik,2007,s.10). Sermaye hareketlerinin serbestleşmesi, sermayenin üretimden ziyade spekülâtif amaçlarla kullanılması, sermaye hacminin artması, hızlanması ve yaygınlaşması, entegrasyonların gündeme gelmesi, üretimin küreselleşmesi ve küresel pazara yöneliminin ve uluslararası mal ve hizmet hareketlerinin hız kazanması küreselleşmenin sermaye hareketlerine etkilerindedir(Erbay,1998,s.297).

1.6.3.Üretim ve Tüketime Etkisi

İşletmeler, pazarlardaki hızlı değişikliklerden, ürün ve üretim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerden ve gün geçtikçe daha da zorlaşan rekabet ortamından oldukça etkilenmeye başlamışlardır. Tüketicilerin daha seçici olmasının ve buna bağlantılı olarak ürün çeşitliliğinin artmasının sebebi iç pazarın doyum noktasına ulaşmasıdır. Ayrıca, gün geçtikçe artan rekabet ve teknolojik gelişmeler ürünlerin yaşam eğrilerinin kısalmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla işletmeler, kaliteli fakat düşük maliyetli üretime olanak sağlayan, stok düzeylerini en aza indirgeyen ve daha çok emek yoğun olan üretim ve üretim teknolojilerini kullanmayı tercih etmektedirler bunlara ek olarak esnek üretim sistemlerini devreye sokmaya başlamışlardır. Küreselleşmenin ekonomik açıdan her zaman ekonomik refah getirmediği, eşitsizlik ve adaletsizliğe yol açtığına dair birçok farklı görüş bulunmaktadır (Kılıç,2008,s.10-11).

Küreselleşme süreci, ekonomiden siyasete kadar birçok farklı alanda etkili olmaktadır. Dolayısıyla yaşamlarımızda değişimlere yol açmaktadır. Sürecin olumlu ve olumsuz etkileri bulunmaktadır ve değişim gün geçtikçe hızlanarak devam etmektedir. Süreci anlamak ve ayak uydurmak özellikle gelişmekte olan ülkelerin yararına olacaktır. Küreselleşme yalnızca ekonomik bir entegrasyon değildir, dünyanın genelinde standartların evrenselleştirilmesini içermektedir (Aktel,2001,s.201).

Rekabetçi küresel pazarda meydana gelen değişikliklere uyum sağlama yeteneği, yatırım hacmi, inovasyon yeteneği, üretim tesisleri vb. ekonomik faktörlere dayanmaktadır. Bununla birlikte, performansları, ulusal ekonominin dünya pazarındaki işleyişini de etkileyen politik ve sosyal faktörlerle birleştirilmelidir (Kharlamova ve Vertelieva,2013,s.41).

1.6.4.Küreselleşme ve İş Hukuku

Hukuk, bir devletteki en yüksek güç tarafından emredilen, doğru olanı emreden ve yanlış olanı yasaklayan bir medeni davranış kuralıdır (Bigelow,1905,s.1).

Hukuk, rekabeti mümkün kılar, teşvik eder ve şekillendirir. Bu görevleri küresel pazarlar için nasıl geliştirdiği önemlidir. Rekabet soyut bir fikirdir. Bir ekonomik değişim sürecini ifade eder. Kurumlar rekabeti mümkün kılar ve onun biçimini ve yoğunluğunu şekillendirir. Yasalar, piyasaların daha etkin çalışmasını sağlayabilir fakat aynı zamanda etkinliklerini de bozabilir. Kanunlar, piyasalarla ilgili olmak üzere iki temel işlevi yerine getirir. Birincisi, arka plan hak ve hükümlülükleri sağlamaktadır. Örneği yasalar mülkiyet haklarını belirler ve sözleşmeleri yöneten kuralları uygular. Bu rol, piyasalarda etkin bir şekilde işlev görür. Katılımcıların riskleri ve fırsatları hesaplamalarını sağlar. Pazar inşa etmek ve onların üretken kapasitesini arttırmak yasaların yapıcı işlevlerindedir. Diğer bir temel işlevi, piyasalar için davranış normları sağlamak ve böylece piyasaların hem bunlara katılanlarla hem de etkilenenlerle ilişkilendirilmektedir (Gerber,2010,s.2-4).

Küreselleşme ile beraber birçok farklı sektör, küresel rekabet sürecine dahil olmuşlardır sürece dahil olmalarının sonucunda ise birtakım gereksinimleri ortaya çıkmıştır. Esneklik, küreselleşmenin getirdiği en önemli kavramlardan biridir. İş ilişkilerinde meydana gelen esnekleşme ile çalışma sürelerinin, işçi ve işyeri kavramının, ücretlerin esnekleşmesine yol açmıştır. İşverenler rekabet piyasasının gerisinde kalmak istemediklerinden dolayı iş ilişkilerinde esneklik yoluna gitmişlerdir. İşçiler de işlerini kaybetmemek için çalışma saatlerinde, ücretlerde ortaya çıkan esnekliğe razı olmuşlardır. Küreselleşme ile iş hukuku arasında bağlantı vardır (Albayrak,2012,s.165).

1.6.5.Kültürel Etkisi

Kültürlerin yayılma alanları küreselleşme ile beraber genişlemektedir. Kültürler birbirine yakınlaşmakta ve kültürel homojenliği sağlamak amacıyla kültür planlaması yapılmaktadır kendilerinin kabul ettirebilmek isteyenler homojen kültür oluşturma gereksinimi hissetmektedir (Akdemir,2004,s.45).Küreselleşmenin kültür açısından etkilerine bakıldığında, bütün kültürlerin katkı sağladığı tekleşmiş bir kültürün yanı sıra bazı kültürlerin simgeleri ve özellikleri dünya genelinde bilinmektedir bazı ülkelerin kültürleri ise unutulmakta ya da önemsenmemektedir. Zaman içinde devamlılık ve diğerlerine kıyasla farklı olma anlayışları küresel kimlik ve kimlik olgusunun temelini oluşturmaktadır. Bazı ülkeler bu iki önemli şartı yerine getirememektedir (Şimşek ve Ilgaz ,2010,s.196).

1.6.6.İstihdama Etkisi

Küreselleşme dünyada önemli bir yere sahip olan küresel emek piyasasının ortaya çıkışmasını katkı sağlamıştır. Küreselleşme emeğin niteliklerinde kalıplaşmalara sebep olmuş, düşük vasıflı ve yüksek emek arasındaki fark daha fazla artmaktadır. Yüksek vasıflı emek için işgücünde hareketlilik yaşanmıştır ve daha çok sermaye üretim maliyetlerinin daha az olduğu alanlara eğilim göstermiştir. Bunun sonucunda gelişmiş ülkelerin işgücü piyasalarında dalgalanmaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bazı araştırmalara bakıldığında, dünya, işin yapılması için en az fiyatları vererek, bütün işgücünü aralarındaki rekabete yönelten ulusların, büyük bir pazarı haline gelmiştir (Yüksel,2014,s.146).

1.6.7.Siyasete Etkisi

Küreselleşme sürecinin, toplumsal ve bireysel olguların ulusal sınırların haricinde hem bireyler üzerinde hem de farklı toplumlar üzerinde de etkileri mevcuttur. Buna ek olarak siyasal alanda birçok konu ulusal alandan uluslararası alana çekilmektedir. Küreselleşme süreci, insan hakları taleplerinin ve demokrasinin ön plana çıkmasına katkı sağlamaktadır.

İnsan hakları taleplerinin ulusal alanda dillendirilmesinin dışında küresel dinamikler tarafından da desteklenmektedir. Siyasal küreselleşmenin bir diğer tanımı,

siyasal alanların devletler üstü bir şekilde yeniden eklenmesidir. Bu sayede devletlerarası ilişkiler, evrensel veya bölgesel uluslararası örgütlerin çatısı altında tekrar düzenlenmesidir. Küresel toplumun ortaya çıkması ile birlikte dünyanın ufalması küreselleşmenin diğer bir tanımı olarak adlandırılabilir (Özkan,2006,s.6).

1.7.Standartlaşma

Ülkeler arasındaki rekabet gün geçtikçe artmaktadır ve küresel pazarlarda başarılı olmanın önemi kazanmaktadır. Ülkeler arasında rekabette ortak bir kalite güvenlik sisteminin uygulanması gereklidir. Ülkeler küresel pazarlarda başarılı olmak için bu sistemlere uygunluk göstermelidir. Ülkeler geleneksel sistemlerini ve düşünceleri yerine çağdaş kalite yönetimlerini benimsemeli ve işletmelerinde bu sistemi hâkim kılmalıdır. Global pazarlarda birçok ülke, ülkesine girecek mal ve hizmetlerde bazı kalite belgelerini zorunlu tutmaktadır. Ülke içine girecek mal ve hizmetler bu şartları sağlamalıdır.

AB ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Birliği) üyesi ülkeler üreticilerin gerekli şartları yerine getirdiklerini belgelemelerini zorunlu kılmaktadır. Yayınladıkları ISO 9000 Kalite Standartları serisi gerekli koşulları ve bu koşulları yerine getirebilmek için gereken yönetim sisteminin nasıl oluşturulabileceğini, dokümantasyon işlemlerini nasıl yapılacağını ve sürdürülebileceği konusunda bilgi sağlamaktadır. (Kozlu,1995,s.104).

Standartlaşma, bazı üretilen ürünlerin uymasının gerekli olduğu koşulların, derecelerin belirlenmesidir. Ek olarak ürünlerin ayrımını yapabilmek için kullanılmaktadır. Standart, üretilen ürünlerin, özelliklerini niteliklerini, kalitelerini belirlemek için kullanılan bir tanımlama listesidir.Ürünlerin standartlaştırılması,belirlenen bir standarda göre, ortaklık ve beraberliğin olmasını sağlamaktadır(Tenekecioğlu,1994,s.180).

Standartlar, genel olarak bakıldığında maliyeti azaltmada ve tasarruf sağlamada etkilidir. Ayrıca yalnızca üretim aşamasında değil etkili değildir. Üretim aşamasındaki etkilerinin haricinde mal akımını hızlandırarak ürünlerin piyasada elden ele geçmesini kolaylaştırmaktadır ve böylece dağıtım maliyetlerini düşürmektedir. Standartlara uygun, kaliteli ürün üretebilen ülkeler, ihracat konusunda rakip ülkelere karşı üstünlük

sağlamaktadır. Standart çeşitleri 3'e aşağıdaki tabloda gösterildiği gibi 3'e ayrılmaktadır(Kocabaş,2013,3-4).

Tablo 1 :Standart Çeşitleri

Yapı Karakterine Göre	Uygulama Şekillerine Göre	Uygulama Alanlarına Göre
1-Temel Standartlar	1-İhtiyari	1-İşletme
2-Türev Standartlar:	2-Mecburi	2-Endüstri
-Madde Standartları		3-Milli(TS,DIN vb.)
-Mamul Standartları		4-Bölgesel(EN vb.)
-Metot Standartları		5-Milletlerarası(ISO vb.)
-Hizmet Standartları		

Kaynak:(Kocabaş,2013,3-4).

Uluslararası ürün standartlaştırmayı kolaylaştıran politikaların haricinde benzer uluslararası ürünleri düzenlemede dört temel yaklaşımdan bahsedilebilir.

- 1- Öz ürün Parçalarını standartlaştırma: Bu yaklaşım, değişen yerel ihtiyaçlar ve kullanım şartlarına uyarlanması ya da standart ürünler için yalnızca estetik değişikliklerin gerekli olduğu ürünler geliştirmeye yöneliktir bir standartlaşmadır.
- 2- Ürün tasarım ailesi: Bu öz ürün parçalarını standartlaştırmanın farklı bir çeşididir. Dünyada ürün kullanım kalıplarındaki kültürel farklılıklardan ürünlerin geniş bir aralığını pazarlayan firmaların bu sayede ölçek ekonomilerinin imkanlarından faydalanmaları mümkündür. Ayrıca bu sayede ürün geliştirme maliyetlerinin azaltabilir ve farklı pazardaki ihtiyaçların karşılanmasını sağlayabilir.
- 3- Tüm özellikleri ile standartlaştırılmış ürün: Bu yaklaşım, tüm dünyada talep edilen tüm özellikleri ile evrensel bir ürünün geliştirilmesidir.
- 4- Farklı konumlandırma ile evrensel ürün: Global ürün politikasında diğer bir seçenek evrensel olan bir ürünün farklı pazarlarda farklı şekilde konumlandırılmasıdır.

Bu politikanın başarı göstermesi tutundurma çalışmaları ile bağlantılıdır (Varinli,2000,s.127-128).

Dünya Ticaret Örgütü ve bölgesel ekonomik bloklar tarafından uygunluk değerlendirmesi hizmetleri sağlayan muayene, laboratuvar ve belgelendirme Kuruluşlarının çalışmalarının yeterlilik seviyesi ve nitelikleri konusunda ürünlerin, güvenli ve gerekli standartları sağladığını göstermek için tanzim edilmiş tek bir belge ile uluslararası pazarlarda kabul edilmesine özel olarak önem verilmektedir. Bu doğrultuda, yoğunluk değerlendirilmesi faaliyetleri yapan kuruluşların ortak işleyiş usullerine ve prensiplere göre çalışmasını sağlamak, belirlenmiş uluslararası şartlar karşısında yeterli olduğu tespit edilenlerin verdiği raporların ve belgelerin karşılıklı tanınabilirliğini temin etmek için birçok ülke, uygunluk değerlendirmesi sahasını düzenleyen akreditasyon birimlerini oluşturmaktadır(Kocabaş,2013,s.7).

Tablo 2 : Ülkelerin Akreditasyon Kurumları

Ülke Adı	Kurum Adı	Kuruluş Yılı
Türkiye	TÜRKAK	1999
Amerika	RAB	1993
Almanya	DAR	1991
Fransa	COFRAC	1994
Danimarka	DANAK	1973
İspanya	ENAC	1986
İsveç	SVVEDAC	1989
İtalya	SINAL	1988
İngiltere	UKAS	1995
Finlandiya	FINAS	1991

Kaynak:(Kocabaş,2013,s.7)

Türk standartları için belirlenen türler aşağıdaki şekildedir.

Ürün Standardı: Bir ürün hakkındaki hükümleri içeren, ürünün özelliklerini tanımlayan ürünün ait olduğu sınıfı, üründen numune alınması, numunelerin değerlendirilmesi bu değerlendirmeler ile gerekli raporlama biçimi ve ürünün piyasadaki arzı ile ilgili bilgileri içeren standarttır.

Deney Yöntemi Standardı: Deney yöntemi, deney ile ilgili kurallar, kullanılacak cihazlar veya benzeri bileşenler ile açıklayan, ilgili hesaplama, saptama ve raporlama şeklini tanımlayan standartlardır.

Kural Standardı: Standardın kapsadığı konular hakkında kurallar koyan ve kuralları tanımlayan, gerektiği durumlarda kurallara uygunluğun tayini için kılavuzluk sağlayan standartlardır (<https://www.tse.org.tr>). Standartlaşma , sembol, görünüş, ambalaj ,etiket, ürün bileşim ve üretim yöntemlerine kadar ürünün değerini ortaya çıkaran tüm özelliklerin tek bir örnek şekline getirilmesidir. İlk olarak standartlaştırılacak mal veya hizmet için benimsenen temel nitelik ve ölçülerin belirlenmesi gerekmektedir. Uluslararası ticaret açısından standartlaşmadaki temel neden, ticarete karşılaşılan engelleri ortadan kaldırmak, ülkeler arasındaki ticareti geliştirmek, sağlık, çevre ve güvenlik bakımından koruma sağlamaktır. Kalite belgesi, yetkili kurumların, standart verdikleri bir mal ya da hizmetin belirli nitelikleri taşıdığını ve kendine has olduğunu ve belirttikleri ve bunu onayladıkları belgedir. Kalite belgesine yönelik olan ürün ve kalite sistem standartlarının uygulandığı alanlar aşağıdaki şekildedir.

1-) Firma standartları: İşletmeye özel olarak kullanılan, sadece o işletme için kullanılan standartlardır.

2-) Birlik standartları: Meslek birlikleri tarafından geliştirilen ve aynı alanda faaliyet gösteren firmalar için olan ortak standartlardır.

3-) Ulusal standartlar: Tüm ülkelerde, ülkenin tamamını kapsayacak şekilde uygulanan standartlardır. Türkiye’de Türk Standartları Enstitüsü Kurumu (TSEK) tarafından uygulanmaktadır.

4-) Uluslararası standartlar: Ortak kalite birliğinin ve küreselleşmeye uyumun sağlanması için çeşitli ülkelerde birlikte uygulanan standartlardır (Koç,2008,s.9-11).

2.DÜNYADA ZEYTİN SEKTÖRÜ

2.1.Dünyada Zeytin Sektörünün Tarihsel Gelişimi

Yüzyıllar boyunca Akdeniz uygarlığının sembollerinden biri zeytin ağacı olmuştur. Ayrıca bölgede bulunan uygarlıkların yaşamındaki en önemli yapı taşlarından birisi zeytin ağaçları olmuştur. Arkeolojik çalışmalar, zeytin ağacının binlerce yıl öncesinden beri var olduğu ve insanlar tarafından zeytinin binlerce yıldır kullanıldığını doğrulamaktadır (Yılmaz,2019,s.3).

Dünya da zeytin sektörünün tarihsel gelişiminden bahsetmeye başlamadan önce zeytinin yetiştiği, olgunlaştığı zeytin ağacına bakmamız daha doğru olacaktır. Bilim insanlarının yaptığı çalışmalar incelendiğinde zeytin ağacının tarihinin günümüzden yaklaşık bir milyon yıl öncesine yani 3. Jeolojik zamana dayandığı görülmektedir. Bu incelemeler, Akdeniz ve Kuzey Afrika ülkelerinde bulunan fosil ve çekirdekler üzerinden yürütülmüş incelemelerdir (Eryılmaz,2020,s.17).Gerçekleştirilen kazı çalışmaları neticesinde İsrail Har Hangev 'de yabancı zeytin odunu bulguları bulunmuştur. Ancak bu halk arasında “delice” olarak da bilinen Latince “oleaeuropaoloeaster” adı verilen yabancı zeytin ağacıdır ve dünyada birçok çeşidi bulunmaktadır. Bu haliyle zeytinyağı ancak aydınlatma ve sağlık gibi alanlarda kullanımı sağlanmıştır. (Ünsal,2019,s.12).

Yukarıda bahsettiğimiz zeytin sofralarımız da kullandığımız veya zeytinyağı olarak yemeklerimizde kullandığımız zeytin değildir.

Bizim kullandığımız zeytin diğer bir deyişle kültür zeytini Latince ismiyle“oleaeuropeasativa” bilinenin aksine kalıntıları ilk olarak Akdeniz’ de değil Güneydoğu Anadolu bölgesinin de içinde bulunan Yukarı Mezopotamya’dır. Bu bölge hakkında bilgi vermek gerekirse; Güney Ön Asya, Batı Anadolu, Doğu Akdeniz, Antep, Mardin ,Urfa, Adana, Hatay, Lübnan, Filistin, Suriye, İsrail’e kadar uzanan, Asi Havzası(Orontes) ve çevresindeki bölgelerden oluşmaktadır. Aynı zamanda “verimli hilal” olarak da adlandırılmaktadır (Özbiley,2014,s.1).



Şekil 5: Verimli Hilal / Kaynak: (Eryılmaz,2020:20)

Babil de bulunan ve MÖ 2000 ait olduğu düşünülen kil tablet zeytinyağı konusunda ki ilk yazılı ticari belgelerden biri sayılıyor ve çivi yazısıyla şu ifadeler yer alıyor;“25 Sila (yaklaşık 25 litre) en iyi zeytinyağının ödemesi, bay pqu-Lisi tarafından Bay Sin-Ashared'e ayın 3'ünde yapıldı”.Babil Mezopotamya ve tarihin en önemli kentlerindedir (Eryılmaz ,2020,ss.19-20).

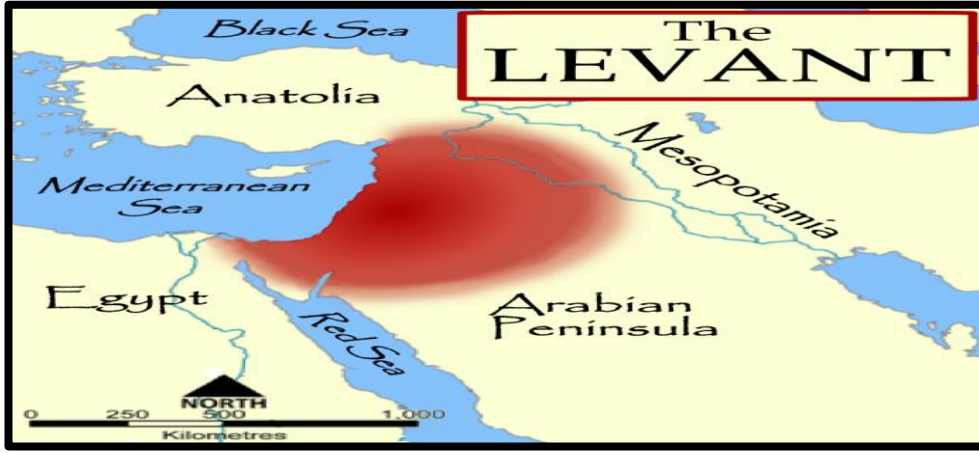
Günümüzden 6000 bin yıl önce Fenikeliler ve Sami kabileleri aracılığıyla zeytin ağacı, bölge için önemli bir yere sahip olan Ege bölgesine ve kıyılarına taşındı. Sonrasında uygarlıklar arası alışverişin ilk materyallerinden biri olarak Akdeniz'e yayılmıştır. Ayrıca, Filistin ve Ürdün 'de zeytin sektörü gelişim göstermeyi sürdürmüştür ve yayılma çift yönlü ilerlemiştir

(Efe, Soykan, Cürebal ve Sönmez,2013,s.15).

Fenikeliler, özellikle zeytin ağacını Kıbrıs, Mısır ve Girit'e yaymışlardır. MÖ 1300-1100 yılları arasında zeytin Yunanistan'a ulaşmıştır. MÖ 800'lü yıllara gelindiğinde Yunanlılar şarap ve zeytin yağından elde ettikleri gelirle kurmuşlardır. Bukoloni“Syrakusa” olarak adlandırılmaktadır. Yunanlılar Syrakusa kolonisi ile zeytini Sicilya'ya taşımışlardır. Böylece Yunanistan için zeytin tarımı büyük öneme sahip olmaya başlar. 16. Yüzyılda İspanyolların keşiflerde bulunmuştur. Daha sonraları 19.yüzyılda yaşanan göçler sırasında Avrupa'nın farklı bölgelerinden göç eden göçmenler farklı kullanım alanlarıyla beraber, zeytini Amerika ve Avustralya kıtalarının birçok yerine ulaştırmışlardır (Eryılmaz,2020,ss.22-23).

2.1.1.Zeytinin Tarihsel Gelişimi

Tarih boyunca birçok farklı ülke kültüründe zeytine yer verilmiştir, farklı anlamlar yüklenmiş, birçok dini kitapta da zeytinden söz edilmiştir. Ehlileştirilmiş zeytinin tarihi 6000 bin yıl öncesine kadar dayanmaktadır buna ek olarak ehlileştirilen ilk ağaç türlerinden biri zeytin ağacıdır. Zeytin ağacı ilk ehlileştirilen ve kültüre alınan ağaçtır ve bu ağacın ilk olarak kültüre alındığı bölgenin, Levant adı verilen bölge olduğu düşünülmektedir Öte yandan Libya üzerinden İtalya'ya, diğer taraftan Fas üzerinden İspanya'ya olmak üzere çift taraflı olarak Batı Akdeniz'e yayıldığına inanılmaktadır (Blatchly, Nircan ve O'Hara, 2020,ss.14-15).Levant olarak adlandırılan bölgenin konumu şekil 6 'da gösterilmektedir.



Şekil 6: Levant Bölgesi/ Kaynak: Blatchly,Nircan,O'Hara,2020,s.14)

Fenikeliler, zeytinin Akdeniz'in birçok ülkesine yayılmasında en önemli ve etkili rolü üstlenen uygarlıktır. Fenikeli denizciler ürettikleri zeytinyağı ve fidanlarını ilk olarak Ege kıyı ve adalarına (özellikle Girit adasına. Girit adasında MÖ 3000 yıllarında zeytinliklerin olduğu kırıp saklandığı bilinmektedir) sonrasında Yunanistan'a yaymışlardır. Sonraki yıllarda zeytinin Batı Akdeniz ve Ege denizinden Avrupa'nın iç kısımlarına doğru yayılmasında Roma imparatorluğunun geniş bir coğrafyaya yayılması etkili olmuştur (Eryılmaz,2020,s.22).

Bir başka açıdan, MÖ 3750 yıllarında Filistin ve Ürdün'de kazı çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalarda zeytin tarımı yapıldığını gösteren bulgular ortaya çıkmıştır.. Eski Mısır'a ait mezarlarda zeytin kalıntıları bulunmuştur ve bulunan bu

bulgular neticesinde Filistin’de ve Mısır’ da binlerce yıldır zeytin yetiştirildiğini ve işlediği görülmektedir (Ünsal,2019,s.15).

Önceki kısımda da bahsettiğimiz gibi Fenikeli denizciler aracılığıyla zeytin Avrupa’nın belirli bölgelerine ardından da Roma imparatorluğu sayesinde Avrupa’nın birçok yerine yayılmıştır. Zeytinin meyve olarak tüketimi içinde glikozit bulunması sebebiyle tuzlama yapmayı gerektirmektedir ve salamura yapılan zeytin antik mutfak için çok önemli bir besin kaynağı olmuştur. (Kaplan ve Arıhan, 2012,s.8).

2.1.2.Zeytinyağının Tarihsel Gelişimi

Zeytinyağı, zeytin ağacı ehlileştirilmeden önce yabani zeytin yani bir diğer adıyla delice meyvesinden üretiliyordu. Ancak bu şekliyle sadece aydınlatma, sağlık ve kozmetik alanında kullanılabilmiştir (Ünsal,2019,s.12-13).

Zeytin ağacının ehlileştirilip farklı coğrafi bölgelere yayılmasıyla zeytinyağı üretimi gelişmişim göstermiş ve kullanım alanları artmıştır. Daha önce bahsettiğimiz gibi zeytin ağacı Levant adlı bölgede ehlileştirilip Fenikeliler tarafından Ege kıyısı ve adalarına taşınmış ve oradan da Avrupa’ya taşınmışlardır. İlk olarak tarihte bilinen zeytin yağı üretim tesisinin M.Ö.6. Yüzyıla ait İzmir’in Urla ilçesinin yakında bulunan antik Klazomenai kentinde yapılan arkeolojik araştırmalar neticesinde ortaya çıkmıştır(www.wikipedia.org). Bu tesiste ayakla ezilerek hamur şekline getirilen zeytin sıcak su yardımıyla yağa dönüştürülüyordu. Bu bölgeden dünyaya yayılmıştır. Roma İmparatorluğu ile tanışması zeytinyağının sıçrayış göstermesini sağlamıştır. Roma İmparatorluğu ticaretle zeytinyağını Avrupa’ya taşımış ve zeytinyağının işlenmesiyle ilgili yeni teknikler geliştirmişlerdir. Roma İmparatorluğunda zeytinler ayak yerine taşla ezilmeye başlanmıştı. Bu teknik zeytincilik endüstrisinin temellerinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Bu teknik sadece Roma’da değil aynı zamanda Mısır’da da kullanılmıştır. Zeytinyağı bahsedilen birçok teknikle üretilmiştir. Zeytinyağı amfora adı verilen çömleklerle taşınmış ve ihraç edilmiştir (Efe, Soykan, Cürebal ve Sönmez, 2013, s. 26-27).

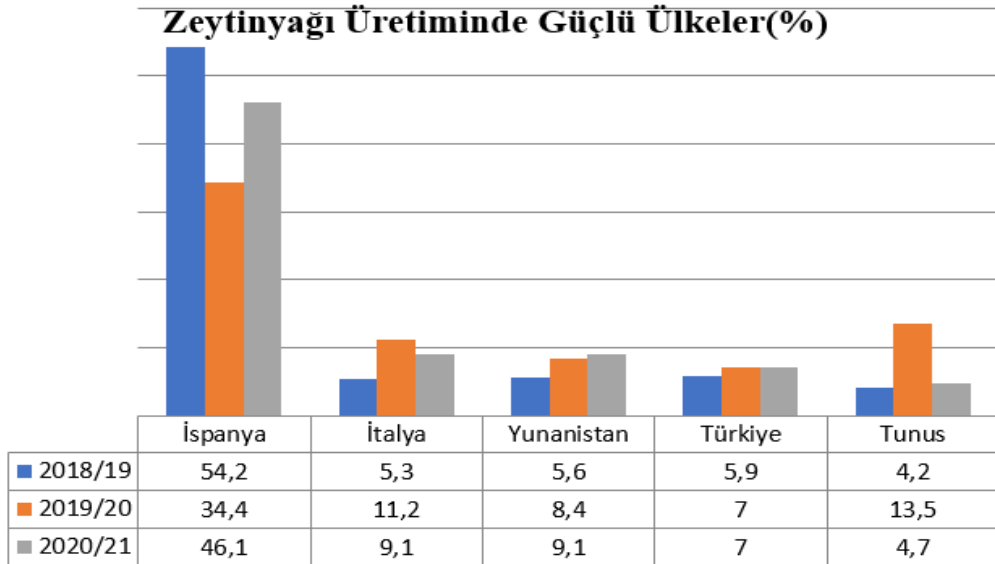
Zeytinyağının tarihine bakıldığında sadece yemeklerde değil sağlık alanında da kullanıldığı görülmektedir. Zeytinyağı, M.Ö. 460-377 yılları arasında yaşamış olan Koslu Hipokrates ve Pergamonlu Galenos’un tavsiye ettikleri bir ilaç olmuştur.

Günümüzde modern tıp da zeytinyağının koroner kalp hastalıkları, AIDS, şeker hastalıklarına faydasının olduğu bilinmektedir (Kaplan ve Arıhan, 2011,s.9).

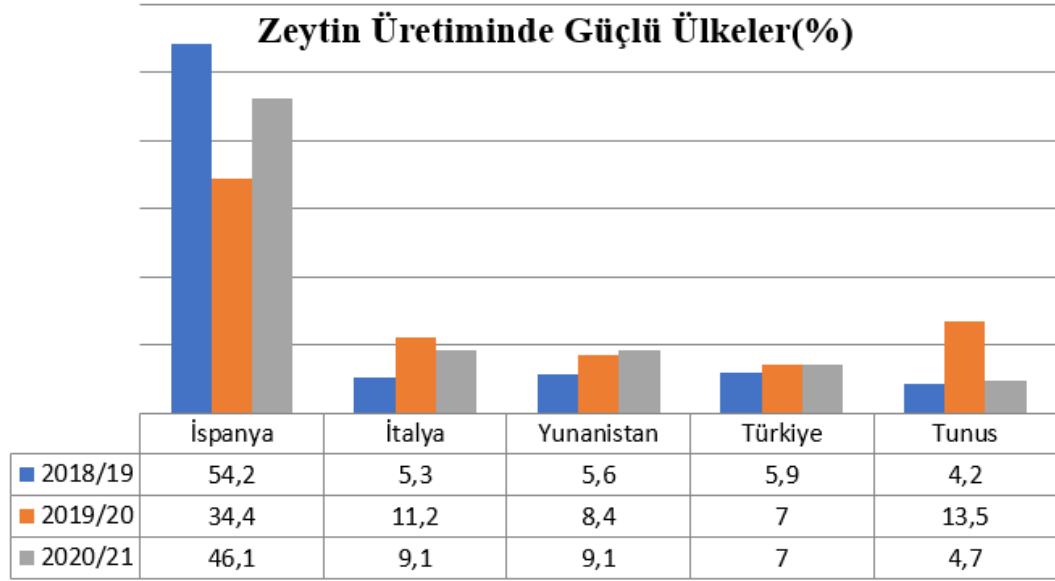
2.2.Dünyada Zeytin Sektöründe Güçlü Ülkeler

Tarım sektörü, gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin bütün ülkelerin ekonomilerinde önemli bir konuma sahip olmaktadır. Bu sektör, hammadde ve insanların beslenmesi için gerekli gıda ürünleri üretmektedir. Ayrıca zeytin sektörün ikame kaynağı bulunmamaktadır. Tarım sektörü, toplam istihdama bakıldığında önemli bir konumda yer almaktadır (Peker,2019,s.1).

Dünyada gelirlerin artması ve ticarete büyümenin yaşanmasıyla beraber kişi başına düşen tüketimde artış yaşanmıştır. Zeytin ekonomik değeri yüksek olan bir meyvedir. Özellikle zeytin Akdeniz ülkelerinin tarım sektöründe önemli bir konumda yer almaktadır. Sofralık olarak değerlendirilmesine ek olarak, değerli bir besin maddesi olması, yağa işlenebilmesi ve insan sağlığı için öneminin günümüzde daha fazla ön plana çıkması, zeytini çok daha değerli bir konuma getirmiştir (Dogaka Sektör Raporu,2015,s.8-9).Aşağıdaki grafiklerde zeytin ve zeytinyağı üretiminde önemli ülkeler ve oranları gösterilmektedir. Dünya’da zeytin sektörünün yaygın olduğu ülkeler ayrıntılı olarak incelenecektir.



Şekil 7: Dünyada Zeytinyağı Üretiminde Güçlü Ülkeler/Kaynak:TEPGE,2022



Şekil 8: Dünyada Zeytin Üretiminde Güçlü Ülkeler /Kaynak:TEPGE,2022

Yukarıdaki tabloda dünyada zeytin üretiminde önemli ülkeler gösterilmiştir.

2.2.1.İspanya

İspanya'yı zeytin ile tanıştıran ve birçok medeniyetin zeytinle tanışmasını sağlayan Fenikelilerdir. İspanya zeytin ile Fenikeliler sayesinde tanışmıştır. Ancak asıl gelişmeyi Roma ve Arap ülkelerinde zeytinin işlenmesi ile yaşanan gelişmeler sonrasında sağlamıştır. İspanya kendi içinde gelişim göstermesinin haricinde 16 yy. da İspanyol misyonerlerin gerçekleştirdiği keşifler esnasında zeytini Amerika kıtasına ve Hint adalarına taşımışlardır ve orada yetiştirmişlerdir. Daha sonra 19 yy. da yaşanan göçler esnasında yalnızca fide ve yağ haricinde yemeklerde kullanılan bir kültür olarak Amerika kıtasına yayılmıştır(Ünsal,2019,s.15).

İspanya, zeytin üretiminde dünyanın önde gelen üretici ülkesidir. İspanya'da ve dünya çapında zeytin dağıtımı ve üretiminde 1990-96 yılına kadar ekilen alanın %28'ini ve dünya zeytin üretiminin %35'ini oluşturuyordu. Son yıllarda, İspanya'nın ekim alanı, üretimi ve verimi devamlı bir şekilde artış göstermiştir İspanya'nın üretimi, önümüzdeki yıllarda dünya toplam üretiminin %40'ına ulaşabileceği düşünülmektedir. İspanyol üretiminin %92'si zeytinyağı, %8'lik kısmı sofralık zeytin için kullanılmaktadır (Barranco ve Rallo,2000,s.107).

İspanya, zeytinyağının lider üreticisidir. İspanya için zeytinyağı ve zeytincilik sadece önemli bir ekonomik zenginlik kaynağı değil, aynı zamanda hem ulusal hem de uluslararası alanda tanınan kültürünün ve gastronomisinin simgesidir (Millan,Arjona ve Amador,2014,s.179).

2019-2020 döneminde yapılan Uluslararası Zeytin Konseyi verilene göre İspanya zeytin üretiminde Mısır'ın ardından 410 bin tonla ikinci sırada yer almaktadır. Bu rakamla AB ülkeleri arasında lider konumda yer almaktadır. Aynı dönem içerisinde zeytinyağı üretiminde İspanya, 1,23 milyon ton ile bu sektörde lider ülkedir. İspanya bu dönemde dünya çapında gerçekleştirilen 3,14 milyonluk üretimin %39,1'ini tek başına gerçekleştiriyor (TİM, 2020,ss.6-7; www.internationaloliveoil.org).

İspanya Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
1.230.000	550.000

Tablo 3: İspanya Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020:4)

İspanya,2020 yılında hazırlanan birçok rapora göre zeytin ve zeytin yağı üretiminde lider olan ülkelerdendir. Lider konumda yer almasına ek olarak tüketiminde de ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Hazırlanan raporlar sonucunda İspanya zeytin tüketiminde dünya genelinde 5. sırada, AB ülkeleri içinde ise ilk sırada yer almaktadır. Zeytinyağı tüketiminde ise 550 bin zeytinyağı tüketimi ile bu sıralamada lider konumdadır. Bu dönemde dünya genelinde zeytinyağı tüketimi 3,09 milyon olarak gerçekleşmiştir. Buna göre İspanya dünya genelindeki zeytinyağı tüketiminin %18' tek başına yapmaktadır (TİM, 2020,s.6-7; www.internationaloliveoil.org).

Son zamanlarda, İspanyol zeytin sektörü, tarımsal uygulamalarla ilgili derin değişiklikler geçirdi. Zeytinlik ekimi, geleneksel düşük yoğunluklu mahsullerden yeni yüksek yoğunluklu mahsul sistemlerine geçme eğilimindedir. Sulama, zeytincilik sektöründe büyük bir değişim yaratmıştır ve rasyonel tarım tekniklerinin uygulanması

nedeniyle entegre üretim önemli bir rol oynamaktadır (Gamez,Rodriguez, Rey,2017,s.149).

Zeytin ve zeytinyağı üretimde birçok gelişmiş ülkeyi gerisinde bırakan İspanya bu başarısını küresel ticaret alanında sürdürmüştür. Zeytin ihracatında 2019 yılında hazırlanan raporlara göre İspanya en çok zeytin ihracatından en çok gelir elde eden ülke olmuştur. İspanya 2019 yılında 842 milyon dolarlık ihracat yapmış ve bu rakamla dünya genelinde yapılan 2,08 milyar dolarlık ihracatın %40,6'sını tek başına yapmıştır.

Benzer durum zeytinyağı ihracatı içinde geçerlidir. İspanya aynı yıl içinde 3,55 milyar dolarlık zeytinyağı ihracatı yapmış ve bu rakamla dünya zeytinyağı ihracatının %47,8 oluşturmuştur.

Zeytin ve zeytinyağı ihracatından yapmış olduğu 4,4 milyar dolarlık gelire bu sektörde lider konumda yer almaktadır (TİM,2020,s.8-9 ; www.internationaloliveoil.org).

Üretim ve ihracat rakamları bu kadar yüksek olmasına rağmen ithalat kanadına bakıldığında azımsanmayacak ölçüde rakamlar görülmektedir. İspanya 2019 yılı içerisinde zeytin ithalatı için 40 milyon dolar harcarken, zeytinyağı ithalatı için 428,2 milyon dolar harcanmıştır. Zeytinyağı açısından, dünya ithalatının %8'ni,428,2 milyon dolarla İspanya gerçekleştirmiştir (TİM, 2020,s.8-9; www.internationaloliveoil.org).

İspanya'nın zeytin ve zeytinyağı üzerinde yaptığı ticaretin genel tablosu aşağıdaki gibidir;

Ülke	Zeytin İthalatı	Zeytinyağı İthalatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İthalatı	Zeytin İhracatı	Zeytinyağı İhracatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı	Zeytin Dış Ticaret Dengesi	Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi
İspanya	40.819	428.186	469.005	847.133	3.554.686	4.396.819	801.314	3.126.500	3.927.814

Tablo 4: İspanya Zeytin Sektörü/ Kaynak: (TİM,2020,s.11)

Görüldüğü gibi İspanya zeytin ve zeytinyağının üretiminde hem de zeytin ve zeytinyağı ihracatında bu sektörün lokomotif ülkelerinden biridir.

2.2.2.İtalya

İtalya'da zeytin ve zeytinyağı üreticiliğinin kökleri Roma İmparatorluğuna dayanmaktadır. Bu dönemlerde Yunanlılardan aldıkları zeytin ve zeytinyağı üretimini zamanla geliştirmişlerdir ve daha ileriye taşımışlardır. Roma İmparatorluğu zeytin üretimini desteklemiş ve teşvik etmişlerdir. Roma imparatorluğu bu dönemde zeytin yetiştirmeye elverişli toprak ve iklim şartlarına sahip ülkelerde zeytin yetiştiren kişilere vergiden muaf tutma, askerlikten muaf olma gibi destekler sağlamış ve zeytin yetiştirmek isteyen topraksız köylülere toprak vermiş, delice (yabani zeytin) ağlarını ehlileşiren kişilere teşvikler sağlamıştır(Efe, Soykan, Cürebal ve Sönmez,2013,s.15-17).Roma İmparatorluğunda yıllık zeytin yağı tüketimi kişi başı 50 litreyi buluyordu ve bu dönemde zeytinyağı, uluslararası bir emtia olmuştur (Eryılmaz, 2020,s.33).

İtalya Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
340.000	500.000

Tablo 5: İtalya Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020,s.4)

İtalyan sızma zeytinyağı tedarik zinciri, sürdürülebilirlik ve evrim yoluna girmek için önemli bir potansiyele sahiptir. İtalya'da, farklı çeşitlerde üretim teknikleri vardır. Ayrıca yerel zeytin yetiştirme sistemlerine bağlı kalınmıştır, kendine özgü niteliksel özelliklere sahip sızma zeytinyağları üretilmiştir. İtalya'da zeytin yetiştiriciliğinin sürdürülebilirlik sertifikalarında bulabileceği rekabet gücü, değer yaratmanın kalıcı bir itici gücüdür olmuştur. Ortak standartlaştırmalar ve sertifikalar gerekli olmaktadır. Çünkü ortak standartlaştırmalar ve sertifikalar sürecin gelişim göstermesi için sürdürülebilirliğin önemli etkenleri arasında yer almaktadır (Lombardo,Farolfi ve Capr,2021,s.1).

İtalya zeytin sektöründe dünya genelinde dokuzuncu sırada yer almaktadır ancak zeytinyağı üretim ve tüketiminde ikinci sırada bulunmaktadır. İtalya sadece bu ürünleri üretmeyi ve tüketmeyi başarılı bir şekilde sürdürmemiş buna ek olarak bu ürünleri ticaret alanında dünyaya pazarlamasına da önem vermişlerdir. İtalya 2019-2020

döneminde dünya genelinde en fazla zeytin ihracatında 4.sırada yer almaktadır. İtalya bu dönemde 91,8 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş ve bu rakamla dünya genelinde gerçekleştirilen 2,08 milyar dolarlık zeytin ihracatının %4,4 tek başına gerçekleştirmiştir. Zeytinyağı ihracatı incelendiğinde İtalya, 1,56 milyar dolarlık ihracatı ile dünya ve AB genelinde en fazla ihracat yapan ikinci ülkedir. Bu dönemde dünya zeytinyağı ihracatını %21’ni tek başına gerçekleştirmiştir (TIM,2020,s.9; www.internationaloliveoil.org)

İtalya’nın zeytin ve zeytinyağı ticaretini rakamlarla özetleyen tablo aşağıdaki gibidir;

Ülke	Zeytin İthalatı	Zeytinyağı İthalatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İthalatı	Zeytin İhracatı	Zeytinyağı İhracatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı	Zeytin Dış Ticaret Dengesi	Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi
İtalya	161.448	1.632.897	1.794.345	91.781	1.562.293	1.654.074	-69.667	-70.604	-140.271

Tablo 6: İtalya Zeytin Sektörü / KAYNAK: (TIM,2020,s.11)

Ürettiğinden fazlasının tüketilmesinden kaynaklı olarak toplam zeytin ve zeytinyağı dış ticaret dengesinde açık görülmektedir. İtalya hem tarihinde hem şu an ki üretim, tüketim, ihracat ve ithalat rakamlarına göre zeytin ve zeytinyağı, İtalyan kültürünün önemli bir parçası haline gelmiştir. Roma İmparatorluğunda olduğu gibi günümüz İtalya’sında zeytinciliğin gelişmesini sağlamak amacıyla çiftçiye teşvik vermeye devam edilmektedir (TIM,2020,s.10).

2.2.3.Yunanistan

Yunanlıların zeytine verdiği değer incelendiğinde, birçok mitolojik efsaneler ve hikayeler ile karşılaşılmaktadır. Zeytin günlük hayatta insanların hayatlarını kolaylaştırmayı sağlayan bir obje olarak görülmektedir ve kahramanların ve tanrıların altında doğdukları bir obje olduğuna inanılmaktadır. Zeytin kentlerin ve tapınakların kuruluşunda da önemli bir etken olarak yer almıştır. Yunanlıların bu ve bunlara benzer sebeplerden dolayı zeytine çok değer verdikleri görülmektedir (Peker,2019,s.28). Yunanlılar küçük çiftliklerde basit değirmenler kullanılmıştır ve değirmende zeytinin

yağı çıkarılarak hem Yunanlıların hayatlarında hem de ticari bir mal olarak kullanılmıştır. Ayrıca, üretilen bu ürünlerin ihracatı yapıldıktan sonra karşılık olarak ihtiyaç duyulan tahıl ürünleri ithal edilmiştir (Rodriguez, 1997,s.48-49).

Bilimsel kanıtlara bakıldığında Yunanistan'ın en eski zeytin ağaçları Girit adasında bulunmaktadır. Daha önce de bahsettiğimiz gibi ilk ehlileştirilmiş zeytin ağacı Güneydoğu Anadolu ve yukarı Mezopotamya denilen Levant bölgesinden çıktığı ve Fenikeliler ve Sami Kabileleri tarafından ege kıyısı ve adalarına taşınmıştır. Yunanistan'a ait olan Girit adası, Ege denizinin ve Akdeniz'in en büyük adalarından biridir. Girit adasına ilk ehlileştirilmiş zeytinin bu dönemde geldiğine inanılır. Zeytin ağacının yetişmesi için gerekli iklim ve toprak koşulları olduğu için bu adada zeytinlikler kurulmuş ve zeytinyağı üretilmiş depolanmış ve ticareti yapılmıştır. Girit adasında MÖ yıllardan kalma zeytinyağı üretim ve depolama tesisleri bulunmaktadır. (Blatchly, Nircan, O'Hara, 2020,s.15).

Tarımsal ürünler Yunan, ekonomisinin yapısını oluşturmaktadır. Ticarete ilk sırada tarımsal ürünler yer almaktadır. Çiftçiler başlarda yalnızca kendilerinin ve komşu kentlerin ihtiyaçlarını karşılamak için üretim yaparken bir süre sonra fırsatların artması ve gün geçtikçe güçlü bir deniz gücüne ulaşmalarının ardından deniz aşırı pazarlara yönelim göstermişlerdir. Bu ticaretin başında gelen ürünlerden bazıları; zeytinyağı, zeytin ve zeytin odunudur. Ürünler gemiler ile taşınmıştır. Ticari ürünler incelendiğinde zeytin ve zeytinyağının önemli bir ticari ürün olduğu görülmektedir. Bunların ardından zeytinyağından ve başka yağlardan banyo yağları ve parfümler üretilmeye ve bunların ihracatı yapılmaya başlanmıştır (Freeman, 2003,s.150).

Yunan zeytin sektöründe üreticiler, özel sermayeye karşı rekabet edebilirlik seviyesini arttırmak ve ürünlerini mümkün olan en iyi koşullarda pazarlamak için kendilerini kooperatifler olarak örgütlemişlerdir. Ek olarak, siyasi ortam 1980'lerde kendileri için daha elverişli olduğu için, başka herhangi bir dönemde üreticilerin kooperatif örgütünün zeytinyağı ticaretine kendi kurallarını koymasına ve dolayısıyla çiftlik kapısı fiyatlarının seviyesini korumasına sağlanmıştır (Gannopoulou,1990,s.8).

Yunanistan, zeytin sektöründe köklü geçmişe sahiptir ve bu geçmişi sürdürmeye ve devamlı olarak geliştirmeyi amaçlamaktadır.2019-2020 yılında hazırlanan raporlarda görüldüğü üzere Yunanistan zeytincilik sektörü 207 bin ton zeytin üretmiştir. Bu

rakamla dünyadaki zeytin üreticisi ülkeler arasında beşinci sıradadır. Zeytinyağı üretiminde ise 300 bin ton ile ülkeler arası sıralamada üçüncüdür (TİM,2020:6-7; www.internationaloliveoil.org).

Yunanistan Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
300.000	125.000

Tablo7: Yunanistan Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020,s.4)

Zeytin ve zeytinyağı tüketim rakamlarına bakacak olursak Yunanistan'ın, zeytini meyve veya sofralık olarak tüketimi çok az olduğundan zeytin tüketiminde ilk on ülke arasına bile girememiştir. Fakat bu durum zeytinyağında farklıdır. Yunanistan halkı 2019-2020 yılı verilerine göre yaklaşık 125 bin ton zeytinyağı tüketmişlerdir (TİM,2020,s.6-7; www.internationaloliveoil.org).

(070992, 071120, 150910,150990, 151000 ve 200570 GTİP kodları)

İhracat Yapan Ülke	2016 İhracat Değeri	2017 İhracat Değeri	2018 İhracat Değeri	2019 İhracat Değeri	2020 İhracat Değeri
Yunanistan	1.118.296	1.066.556	1.305.309	936.727	1.161.116

Tablo 8: Yunanistan Yıllara Göre Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı/Kaynak:Uludağ İhracatçılar Birliği (UİB),2021,s.7).

GTİP Kodu	Açıklama
070992	Zeytin (taze ve soğutulmuş)
071120	Zeytin (Geçici konserve)
150910	Saf Zeytinyağı
150990	Zeytinyağı <u>Fraksiyonları</u>
151000	Zeytinden elde edilen diğer sıvı yağlar
200570	Zeytin(sirke,asetik asitten başka şekilde konserve edilmiş) (dondurulmamış)

Tablo 9: GTİP Kodu /Kaynak:Uludağ İhracatçılar Birliği (UİB),2021:7

Yunanistan da her üreten toplum gibi malını dünyaya ihraç etmiş ve bu sektörün ekonomilerine katkı sağlayan bir kalem olarak devamlı olmasını amaçlamaktadır. 2019-2020 yılı verilerine göre Yunanistan 523,1 milyon dolarlık zeytin ihracatı gerçekleştirmiştir. Yunanistan bu rakamla küresel zeytin ihracatının %25, 2'sini tek başına yapmıştır. Zeytinyağı ihracatın da ise Yunanistan gerçekleştirdiği 416,7 milyon dolarlık ihracatla küresel ticaret piyasasında gerçekleştirilen zeytinyağı ihracatının yaklaşık %3tek başına gerçekleştirmiştir Yunanistan bu dönemde zeytin ve zeytinyağı sektöründe toplam 940 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirmiş ve bu sektörün başarılı ülkelerinden olmaya devam etmiştir (TİM,2020,s.7-9).

2.2.4.Mısır

Mısır da zeytin ile ilgili kalıntıların MÖ 2500'lü yıllarda yapılmış olan ve tarihi açıdan dünyanın en eski basamaklı piramidi olarak bilinen Sakkarah da bulunan zeytin sıkma aleti ve piramidin duvarlarında çizilmiş sıkma işlemini anlatan resimler vardır. Bu sonuçlar Mısır'ın zeytinle tanışmasının ve işlenmesinin yaklaşık 4500 yıl önce zeytinle tanıştığını ve işlediğini göstermektedir. MÖ1911-1168 yılları arasında III. Ramses, Güneş Tanrısı Ra için tapınak yaptırmıştır. III.Ramses'in bu tapınağı aydınlatması için zeytinlikler kurduğuna ve Ra' nın kenti olduğuna inanılan Heliopolis'i zeytin ağaçlarıyla süslediğine inanılmaktadır. Ayrıca bazı firavunların taktıkları taçların zeytin dallarından yapıldığına inanılır. Ehlileştirilmiş zeytin ağacını birçok Akdeniz ülkesiyle tanıştıran Fenikeliler bir Kuzey Afrika ülkesi olup Akdeniz'e kıyısı olan Mısır'ı da bu ağaçla tanıştırmışlardır (Eskiyörük,2016,s.232).

Graeco-Roman döneme ait bazı belgelerde Thebaid, İskenderiye ve özellikle Fayoum vahasında zeytin yetiştiriciliğinin hızlı bir şekilde arttığını göstermektedir. Bu artış günümüzde de devam etmektedir. Bu artış Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından belirlenen zeytin ve zeytinyağı standartlarına göre sürmektedir (www.olioofficina.it).

Mısır zeytin üreticiliğinde lider ülkeler arasında yer almaktadır. Mısır 2019-2020 döneminde yapılan araştırmalara bakıldığında 690 bin ton zeytin üretmiştir ve bu dönem içinde en fazla zeytini üreten ülke olmuştur. Bu dönem içerisinde dünya da 2,93 milyon ton zeytin üretilirken bunun %23,6'sını Mısır tek başına üretmiştir. Ancak bu başarıyı zeytinyağı üretiminde sağlayamamış ve 27.500 ton zeytinyağı üretebilmiştir (IOC, 2019-2020; TİM, 2020,s.6-7).

Bu dönemde tüketim rakamları incelendiğinde, Mısır da zeytin tüketiminin 500 bin ton olduğu görülmektedir. Mısır bu rakamlar ile dünyada en çok zeytin tüketen ülke konumundadır. Dünyadaki toplam zeytin tüketimi 2,79 milyon ton olarak gerçekleşirken bunun %17,9 'unu tek başına Mısır gerçekleştirmiştir. Zeytinyağı tüketimine bakıldığında, üretimde olduğu gibi burada da karşımıza düşük sayılar çıkmaktadır. Mısır da zeytinyağı tüketimi sadece 25.000 ton olmuştur (IOC, 2019-2020; TİM, 2020,s.6-7).

Mısır Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
27.500	25.000

Tablo 10: Mısır Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020,s.4).

Mısır'ın zeytin sektörde ki ihracatı incelendiğinde, Mısır, zeytin ihracatında dünya genelinde 150 bin ton ile ilk on ülke içinde yer almaktadır. Ancak zeytinyağı ihracatında üretiminde olduğu gibi çok alt sıralarda yer almaktadır. Mısır 2018-2019 döneminde hiç zeytinyağı ihracatı yapamamıştır, 2019-20 döneminde ancak 2500 ton zeytinyağı ihraç edebilmiştir. Yukarıdaki veriler incelendiğinde şu söylenebilir ki Mısır yaklaşık 2500 tonluk zeytinyağı üretim fazlasını ihraç etmiştir (IOC, 2019-2020; TİM, 2020,ss.8-7).

2.2.5.Fas

Fas Batı Akdeniz'in en ucunda bulunan ülkelerdendir. Daha önce de belirttiğimiz gibi zeytin dünyaya çift koldan yayılmıştır. Birinci kol ege kıyı ve adalarından ikinci kol ise Filistin, Ürdün ve Mısır tarafından yayılan koldur. Fas'ın zeytinle tanışması ikinci kol sayesinde gerçekleşmiştir ve zeytin tarımına Roma İmparatorluğu döneminde başlamışlardır. Diğer bir araştırmaya göre ise zeytin Yunanlı sömürgeciler tarafından Sicilya adasına getirilmiş ve buradan Fas'a ulaşmıştır. Tarihte Fas'ın bazı bölgelerinde kullanılan zeytinyağı üretme teknikleri günümüzde gerekli şartlar sağlanıp tekrar kullanıldığında yüksek kalite yağlar elde edilmesini sağlamaktadır (Blatchly, Nircan ve O'Hara, 2020,s.14).

Başlıca zeytin üretimi bölgeler; Marakeş, Kazablanka, Meknes ve Fez 'dir. Marakes'de daha çok sofralık zeytin üretimi yapılırken, Meknes ve Fez de daha çok zeytinyağı üretimi yapılmaktadır(www.plan-it-fez.com).

Fas sadece zeytin ve zeytinyağını en çok üreten ülke olmasına ek olarak zeytin ve zeytinyağı sektöründeki kalitesi ile birçok ödül almıştır. 2015 yılında New York da Uluslar arası Zeytinyağı Yarışması düzenlenmiştir. Fas bu yarışmada birinci olmuştur. Üstelik Fas bu yarışmaya sadece bir zeytinyağı ile katılmıştır. Uluslararası zeytin konseyi tarafından belirlenen kriterlere de uygun olduğu yapılan araştırmalar sonucu kanıtlanmıştır(www.oliveoiltimes.com).

Fas gün geçtikçe zeytin ve zeytinyağı sektöründe gelişim göstermiştir ve bu kalemdeki lider ülkeler arasında yer almıştır. 2020 yılında hazırlanan bir rapor incelendiğinde, Fas'ın dünyada zeytin ve zeytinyağı üretimi yapan ülkeler arasında altıncı sırada yer aldığı görülmektedir. Fas 2019-20 döneminde 135 bin ton zeytin üretmiştir. Fas bu zeytin üretimiyle dünyada gerçekleşen 2,93 milyon tonluk zeytin üretiminin %4,5'ni tek başına üretmiştir. Aynı dönem içerisinde Fas 145 bin ton zeytinyağı üretmiş ve bu rakamla da dünya üretiminin yaklaşık %4,5'ni tek başına gerçekleştirmiştir (TİM, 2020,s.6-7).

Fas Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
145.000	120.000

Tablo 11: Fas Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020:4)

Üretim ve tüketim rakamlarında özet olarak bahsetmek gerekirse Fas bu dönem içerisinde 135bin ton zeytin üretilip 35 bin ton zeytin tüketmiştir. 145 bin ton zeytinyağı üretirken 120 bin ton zeytinyağı tüketmiştir. Görüldüğü üzere iki alanda da üretim fazlası vermiştir. Fas'ın bu sektörde üretim aşamasında lider ülkeler arasında yer aldığından rakamlarla bahsetmiştik. Hem üretim alanında hem de küresel ticaret alanında başarı sağlamıştır. Fas yukarıda belirtilen dönemler içerisinde 158,8 milyon dolarlık zeytin ihracatı ile lider ilk üç ülke arasına girmektedir. 158,8 milyon dolarlık ihracatla Fas, bu sektörde yapılan ihracatın %7,6'sını tek başına gerçekleştirmiştir (TİM,2020,ss.8-9).

Fas, zeytinyağı ihracatında zeytin ihracatında olduğu kadar başarılı değildir ancak zeytin sektöründeki başarısı azımsanmayacak seviyededir. Fas bu dönemde 10500 tonluk zeytinyağı ihracatı gerçekleştirmiştir. Fas'ın bu dönemdeki zeytinyağı ihracatı dünya payı %2'dir Fas'ın bu sektördeki ithalat verilerini incelediğinde düşük rakamlar ile karşılaşmıştır. Fas yine bu dönemler içerisinde sadece 500 ton zeytin ithal etmiştir. Zeytinyağında bu rakam 6500 ton olmuştur. Dünya ithalat payı açısından bu rakam %1'in altında yer almaktadır (Öztimur,2020,s.5).

Fas iklim ve toprak şartları açısından zeytin sektöründe dünya lideri konumunda yer alan İspanya ile çok fazla benzerlik göstermektedir. Zeytin sektörüne yapacağı doğru yatırımlarla İspanya'ya yaklaşacağı düşünülmektedir. Son yıllarda Faslı üreticiler iki büyük pazara odaklanmışlardır. Bunlardan ilki ABD, ikincisi ise AB ülkeleridir. Faslı üreticiler kendi ürettikleri ve kalitesi tescillenmiş zeytinyağlarını bu pazarlarda kalıcı olarak konumlandırmayı ve ihracat oranlarını arttırmayı amaçlamaktadır (TİM, 2020,ss.8-9).

Uluslararası Zeytin Konseyinin raporuna göre Fas'taki zeytincilik sektörünün gelişmesine yönelik beklentiler şöyledir;

- Sektörde kullanılmak üzere, veri tabanı olarak hizmet vermek amacıyla bir operatör bilgi sisteminin kullanılması.
- Diğer bakanlıklarla ortak olarak zeytin ürünlerinin yerli pazarlarda pazarlanmasına yönelik kaliteli ve organize pazarlama kanallarında gelişim sağlanması
- Zeytin ve zeytinyağının ihracatına yönelik teşvik programlarının artırılması ve pazar çeşitliliğinin sağlanması.
- Zeytin ve zeytin ürünlerini korumak amacıyla kapasitenin artırılması (IOC, 2019,s.18).

2.2.6.Tunus

Tunus'un kökenlerinin Fenikelilere dayandığına ve Tunus'a zeytin ağacını Fenikelilerin getirdiğine inanılmaktadır. Tunus'taki en eski zeytin ağacı Cap Bon yarımadasında yer almaktadır. Bu ağaç Katarca hükümetinin 2500 yıl önce diktiğine inanılmaktadır. Sonrasında Roma imparatorluğunun genişleyip bu toprakları ele geçirmiştir. Böylece bölgede zeytin tarımı gelişmeye başlamıştır. Roma İmparatorluğu, sulama ve işleme gibi yeni teknikler bu topraklara aktarılmasını sağlamıştır. Roma İmparatorluğunun hüküm sürdüğü dönemde zeytincilik sektörü gelişim göstermiştir ve ülkenin geneline yayılmıştır. Tunus genel olarak bir tarım ülkesidir. Tunus'un topraklarının %55'i tarıma elverişlidir. Ancak ekilebilir alan oranı %35'dir. Tunus'un dünya zeytin ekiminin %20'sine sahip olduğu düşünülmektedir. Tunuslu çiftçilerin %60'ı yaklaşık 30900 çiftçi ve üretici zeytin üretiminin ya tamamında ya da bir kısmında yer almaktadır (www.oliveoiltimes.com; www.wikipedia.org).

Tunus'ta zeytin sektörü, tarım ve gıda sektörlerinin önemli bir bileşeni olmaktadır. Bu sektör ekonomik büyüme, gıda güvenliği, istihdam yaratma, artan ulusal hedeflere katkı sağlamaktadır. Ayrıca Tunusluların onda birinden fazlasına göre halk gelirinin tamamını veya bir kısmını zeytincilikten kazanmaktadır. Tunus, zeytin ağaçları yetiştirmesiyle bilinen bir güney Akdeniz ülkesidir (Jellali, Hachicha ve Aljuaid,2021,s.3).

Tunus Zeytinyağı Üretim/Tüketim (Ton)	
Toplam Üretim	Toplam Tüketim
300.000	43.000

Tablo 12: Tunus Zeytinyağı Üretim ve Tüketimi/ Kaynak: (Öztimur,2020:4)

2017 yılında Türkiye ve Tunus arasında zeytincilik sektöründe iş birliğine gitme çalışmaları başlatılmıştır. Uluslararası zeytin konseyinin son verilere göre Tunus, 35 bin ton zeytin (sofralık) üretmiştir ve lider ülkeler arasında yer alamamıştır. Fakat bu durum zeytinyağında daha farklıdır. Son verilere göre Tunus zeytinyağı üretimini bir önceki yıla oranla iki katına çıkarmıştır. Türkiye'nin hemen üstünden en çok zeytinyağı üreten ülkeler arasında yer almaktadır. Tunus bu dönemde 350 bin ton zeytinyağı üretimi yapmıştır(www.internationaloliveoil.org).

Tüketilen zeytinyağının %52'sinin Tunus menşeli olması sebebiyle Tunus için klasik bir Pazar olmaktadır. Güney Amerika, Sahra altı Afrika ve Kuzey Afrika'nın yanı sıra Orta Doğu ve Körfez ülkeleri, Asya ve Avustralya da son zamanlarda Tunus zeytinyağını tercih etmektedir. Günümüzde Tunus zeytinyağını beş kıtaya ihraç etmektedir. İhracat çok sık dökme olarak yapılmaktadır. Ancak son dönemlerde organik ve şişelenmiş zeytinyağı ihracatında artış görülmektedir. Günümüzde ihracatın sırasıyla % 12 ve % 10'unu oluşturmaktadır (Jackson,Ribeiro ve Karray,2015,s.13).

Farklı kaynaklarda da görüldüğü üzere Tunus halkı ürettikleri zeytin ürünlerine birçok açıdan bağlı olmaktadır. Zeytinyağını yemek kültürlerinin içine dahil etmişler. Ayrıca gelen turistlere hem yemeklerin içinde hem de ham olarak zeytinyağını ve zeytin ürünlerini başarılı bir şekilde pazarlamaktadırlar. Böylece Tunus da zeytin tüketimi 30 bin tona ulaşmıştır. Zeytinyağı tüketiminde de benzer durum yaşanmaktadır. Uluslararası Zeytin Konseyinin hazırladığı tabloya göre 2019-20 döneminde Tunus da 50 bin ton zeytinyağı tüketilmiştir. Bu oran dünya zeytinyağı tüketiminin %1'ini oluşturmaktadır. Bir önceki yıla bakıldığında bu oran da çok fazla değişim yaşanmamıştır(www.internationaloliveoil.org).

Tunus'un bu sektördeki ticaret verilerine bakıldığında ilk olarak ihracat alanındaki başarısı dikkat çekmektedir. Tunus'un yukarıda bahsedilen dönemlerde 509,4 milyar dolarlık zeytinyağı ihracatı yaparak, dünya çapında en fazla ihracat yapan 4. Ülke konumunda yer almıştır. Fakat sofralık zeytin ihracat rakamları incelendiğinde üretimle de ilgili olarak aynı başarıyı sofralık zeytinde gösterememiştir. Tunus 2019-20 döneminde yalnızca 1000 ton zeytin ihraç edebilmiştir (Öztimur,2020,ss.4-5; www.internationaloliveoil.org).Tunus 2019-20 dönemin hiç sofralık zeytin veya zeytinyağı ithal etmemiştir. Tunusun zeytinyağındaki toplam ithalat ve ihracat rakamlarını en güzel özetleyen tablo aşağıdaki gibidir;

Tunus 2019/2020 Zeytin ve Zeytinyağı İthalat/İhracat Verileri (Ton)	
Toplam İthalat	Toplam İhracat
0	200.000

Tablo 13: Tunus Zeytin ve Zeytinyağı İthalat / İhracat Verileri / Kaynak:(Öztimur,2020:7)

İncelendiği üzere Tunus zeytin sektöründe lider ülkelerden biri olan İtalya'ya yakın zeytinyağı ihracatı yapmaktadır ve hiç ithalat yapmamıştır. Bu ihracatın büyük bir kısmını AB ve ABD pazarına yapmaktadır. AB ülkeleri içinde en çok ihracat İspanya ve İtalya pazarlarına yapılmaktadır(www.oliveoiltimes.com).

2.3.Uluslararası Zeytin Konseyi

Uluslararası Zeytin Konseyi, 1959 yılında Madrid'de Birleşmiş Milletler himayesinde kurulmuştur. İlk olarak Uluslararası Zeytinyağı Konseyi adı altında kurulmuş olan konsey 2006 yılında isim değiştirmiş ve günümüzdeki ismini almıştır. Uluslararası zeytin konseyi dünya genelinde sofralık ve zeytinyağı üretip tüketen toplumları bir çatı altında toplayan tek uluslararası kuruluş olmuştur. (www.internationaloliveoil.org).

Uluslararası Zeytin Konseyi'nin kuruluş amacı zeytin yetiştiriciliğini, sofralık zeytin ve zeytinyağı üretimini teşvik etmektir. Diğer bir amacı ise gerçekleştirilen son uluslararası emtia anlaşmalarını yönetmektir. Günümüzde toplam 6 uluslararası emtia anlaşmasını yönetmektedir. Uluslararası Zeytin Konseyi 1959 yılında 7 kurucu üye ülke tarafından kuruldu. Bu ülkeler;

Belçika

Fransa

Yunanistan

İtalya

Portekiz

İspanya

Birleşik Krallık

Uluslararası Zeytin Konseyinin şu an 44 üyesi vardır. Bu üye ülkelerin 27'si AB ülkesi, 17'si ise diğer ülkelere aittir (www.internationaloliveoil.org).

Türkiye, Uluslararası Zeytin Konseyine ilk olarak 1963 yılında üye olmuş daha sonra 1998 yılında siyasi sebeplerle bu konseyden ayrılmıştır. Sonrasında sektörden gelen talepler doğrultusunda 2004 yılında mülga¹ Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından Uluslararası Zeytin Komisyonuna tekrar üyelik için çalışmalar başlatılmıştır. Böylece Dışişleri Bakanlığıyla birlikte yürütülen çalışmalar kapsamında "2005 Uluslararası Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Anlaşması" iç onay hukuk sürecinin tamamlanmasına yönelik çalışmalar kapsamında;

- 2005 Uluslararası Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Anlaşması'na katılmamızın uygun bulunduğu dair 5929 sayılı Kanun 10.12.2009 tarihli ve 27428 sayılı Resmî Gazete'den yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

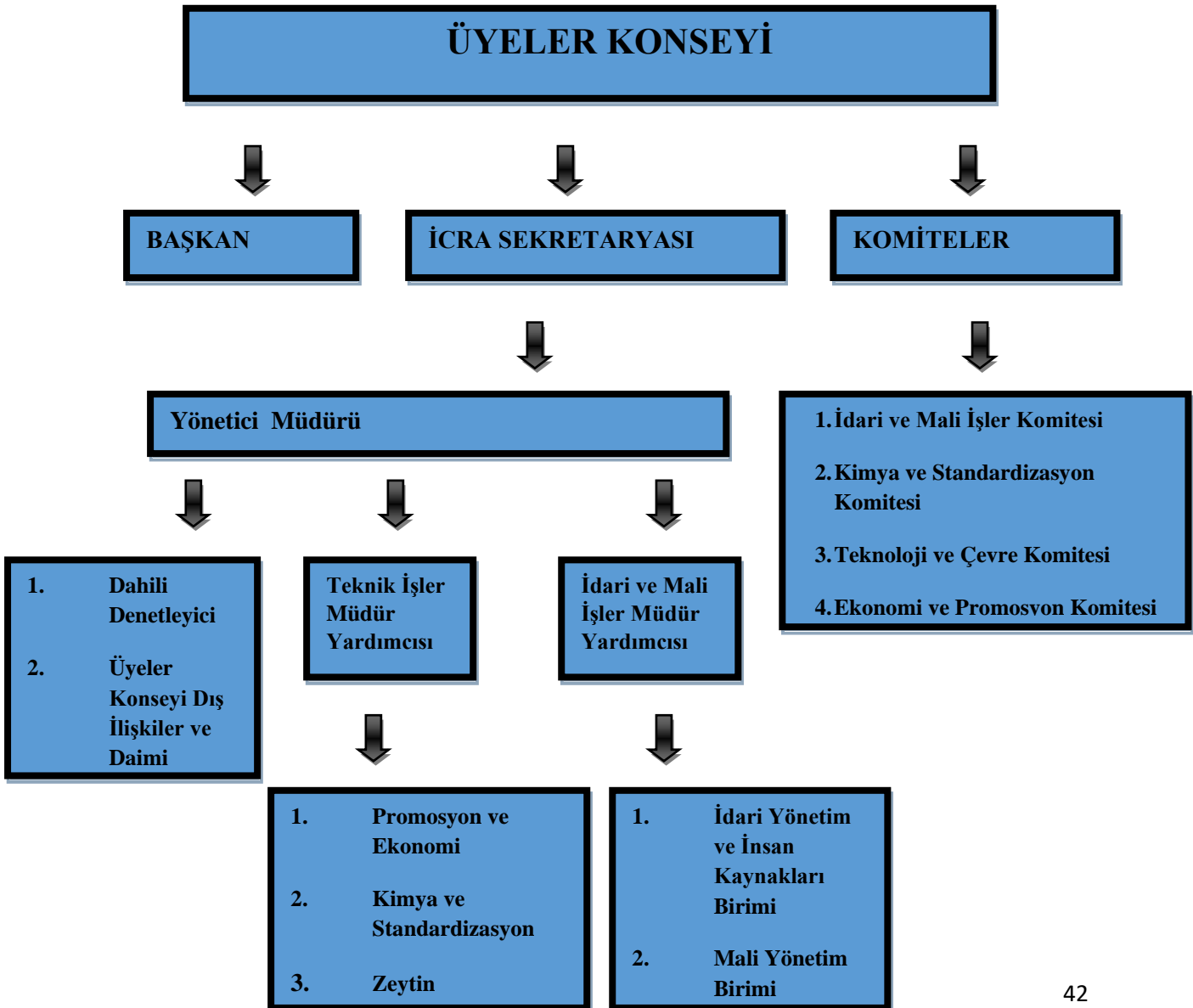
- 5929 Sayılı Uygun Bulma Kanunu'nun verdiği yetkiye dayanarak "2005 Uluslararası Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Anlaşması'na katılmamız 20.02.2010 tarih ve 27499 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 11.02.2010 tarihli ve 2010/113 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kararlaştırılmıştır.

¹Hukukta mülga; "Yürürlükten kaldırılan" anlamına geliyor.

- Dışişleri Bakanlığı tarafından hazırlanan "Katılım Belgesi", 21.02.2010 tarihinde Başbakanımız Sayın Recep Tayyip ERDOĞAN başkanlığında, Anlaşma 'da depoziter ülke olarak gösterilen İspanya'ya yapılan resmi ziyarette İspanya Dışişleri Bakanlığı'na tevdi edilmiştir.

- İspanya Dışişleri ve İşbirliği Bakanlığı tarafından 5 Nisan 2010 tarihinde ülkemizin üyeliğinin bildirilmesine ilişkin bir Tevdi Belgesi düzenlenmiş ve Dışişleri Bakanlığımıza iletilerek Üyeliğimizin 21 Şubat 2010 tarihinden itibaren geçerli olduğu bildirilmiştir (www.ticaret.gov.tr).Aşağıdaki şekilde UZK'nın yapısı daha ayrıntılı olarak verilmiştir;

Şekil 9: UZK Yapısı / Kaynak: (www.internationaloliveoil.org) Erişim:18.02.2022



Bu dört ana yapıyı ayrıntılı olarak inceleyecek olursak;

➤ Üyeler Konseyi

Üyeler Konseyi UZK'nın en üst makamı ve karar alma organıdır

- Anlaşmanın amaçlarına ulaşması amacıyla tüm yetkileri icra ve tüm görevleri ifa eder.
- Üye başına bir delegeden oluşur.
- Üyeler Konseyi yılda iki kez olağan olarak toplanmaktadır. Bir üyeden davet gelip kabul edilmediği sürece toplantılar Madrid'deki genel merkezde gerçekleşmektedir.
- - Üyeler Konseyinin kararları yürürlükte olan anlaşmaya göre 3'e ayrılır;

1.Üyelikten çıkarma, anlaşmanın tadil edilmesi veya sonlanması. (Üyelerin tamamının mutabakatına gerek vardır.)

2.Ticaret standartlarına dair alınacak kararlar. (Bu standartlar ile alınacak kararların, üyelerin en az 4/1'inin veya katılım payları toplamının 100'ünü elinde bulunduran ülkelerin bu kararı reddetmemesi gerekmektedir.)

3. Diğer kararlar. (Katkı payının %86'sını elinde bulunduran ülkelerin olumlu oyu ile alınır.)

Katılım Payı; son anlaşmaya katılan "Aktif Taraf" anlamındadır. Üyelerin katılım payları hesaplanırken son 6 yıl içinde gerçekleştirdikleri üretim, ithalat ve ihracat rakamlarından faydalanılır (www.ticaret.gov.tr;www.internationaloliveoil.org).

Üyelerin katılım payını (2019) özetleyen tablo aşağıdaki gibidir;

Sıra	Üye Adı	Katılım Payı
1	Avrupa Birliği	703
2	Tunus	80
3	Türkiye	66
4	Fas	43
5	Cezayir	23
6	Mısır	22
7	Arjantin	17
8	Ürdün	8
9	Lübnan	7
10	Filistin	6
11	İran	5
12	İsrail	5
13	Karadağ	5
14	Libya	5
15	Uruguay	5
16	Arnavutluk	5
Toplam 16 Üye		100

Tablo 14: UZK Üye Katılım Payları/ Kaynak: (ticaret.gov.tr) Erişim:18.02.2021

➤ Başkan ve Başkan Yardımcısı

- Üyeler Konseyi tarafından bir yıl görev yapmak üzere bir başkan ve bir başkan yardımcısı seçilmektedir. Bu seçim üyelerin delegasyonları arasında yapılır. (2020 yılı başkanlığı Gürcistan tarafından yürütülmektedir.)
- Üyeler konseyinin gerçekleştireceği grup toplantıları başkan yönetmektedir.
- Uluslararası zeytin konseyini yasal platformlarda temsil etmektedir.
- Başkan bu görevi icra ettiği dönem içinde üyeler konseyine karşı sorumlu konumdadır.
- Bu görevi icra ettiği dönemde Başkan'a veya yardımcısına herhangi bir ücret ödemesi yapılmamaktadır.
- Başkanın yokluğunda görevi yardımcısı devralır.
(ticaret.gov.tr; www.internationaloliveoil.org).

➤ İdari İşler Komitesi, diğer komite ve alt komiteler

- Üyeler Konseyi'nin çalışmalarını kolaylaştırmak için idari ve mali işler komitesine ek olarak dört farklı komite kurmuştur. Bu komiteler;

1. Kimya ve Standardizasyon Komitesi

2. Teknoloji ve Çevre Komitesi
3. Ekonomi ve Tanıtım Komitesi
4. Danışma Komitesi

Bu komitelerin ilk 3'ü, Üyeler konseyi genel kurulunun onayına sunulmak üzere, mevcut ise görüş, öneri ve tekliflerini hazırlamakta ve icra sekretaryasının desteğiyle rapor düzenlemektedir.

Danışma komitesi ise diğerler komitelerden ayrı olarak bir sivil toplum platformudur. İşveren, üretici, tüccar ve tüketici temsilcilerinden oluşur. Danışma komitesinin oluşturduğu görüşler tavsiye niteliğinde genel kurula sunulmaktadır. Bu komitenin 102 üyesi bulunmaktadır. Türkiye'den üye olanların sayısı 6'dır (www.ticaret.gov.tr ; www.internationaloliveoil.org).

➤ İcra Sekretaryası

İcra Sekretaryası, Uluslararası Zeytin Konseyinin uygulayıcı birimidir.

2.3.1.UZK'nın Amaçları

Uluslararası Zeytin komisyonun amaçlarını 3 başlık altında toplanabilir. Bu başlıklar şöyledir;(ticaret.gov.tr).

- Standardizasyon ve araştırma
- Zeytin ürünlerinin tanıtımı, bilgi paylaşımı ve zeytin ekonomisi
- Zeytin yetiştiriciliği, zeytinyağı teknolojisi ve teknik iş birliği

Bu başlıklar altında genel olarak UZK'nın amaçları şöyle sıralanabilir; (www.ticaret.gov.tr;www.internationaloliveoil.org).

- Zeytinden elde edilen ürünlerin, genellikle olarak sofralık zeytin ve zeytinyağı ticaretinin, uluslararası platformlarda gelişiminin artmasını teşvik etmektedir.
- Zeytin sektörün de üretilen ürünler için belli standartlarının belirlenmesi ve kalitenin artırılmasını amaçlamaktadır.
- Zeytincilik sektörü ile ilgili bilgilerin güncel olması ve doğru istatistiksel bilgi sağlamak.

- Danışma Komitesi vasıtasıyla özel sektör ile sürekli iş birliği içinde olmak.
- Zeytincilik sektöründe gelişimin sağlanması için eğitim ve teknoloji transferi konusunda uluslararası alanda iş birliğine teşvik etmek.
- Dünyada zeytin ürünlerinin tüketilmesini teşvik etmek için kampanyalar ve eylem planları hazırlamak.

2.4.Dünyada Zeytin Sektöründe Riskler ve Çevresel Sorunlar

Zeytin ağacı yapısından kaynaklı olarak, kuzey 30-45 paralelleri arasında ve denize yakın bölgelerde yetişen bir ağaç türüdür. Yapısı gereği bir yıl hasat verirken diğer yıl ya çok az hasat verir ya da hiç hasat vermeyebilir. Bu dönemler zeytincilik sektöründe “var yılı” ve “yok yılı” olarak adlandırılır. Zeytinin yapısının zeytincilik sektörünü etkileyen etkenlerden biridir. Bunun haricinde birçok etken vardır. Zeytin sektörü iklim koşulları, siyasi faaliyetler, büyük ve küçük ölçekli işletmelerin aldığı kararlardan ve her sektör gibi değişen üretim, dağıtım ve tüketici davranışlarından etkilenmektedir. Bunların haricinde zeytin sektöründe de diğer birçok sektörde olduğu gibi teknoloji de yaşanan gelişmelerden ve rakiplerin hareketlerinden etkilenmektedir (Boynudelik,2012,s.35; www.internationaloliveoil.org).

Zeytincilik sektöründe karşılaşılan zorlukları ve yarattığı çevresel sorunları 8 başlık altında toplayabiliriz. Bunlar;

1. Düşen Ticaret Hadleri

Düşen ticaret hadleri, sadece zeytincilik tarımını etkileyen bir durum değildir. Tarıma dayalı ticari faaliyetlerde devamlı düşüş içerisinde olan ticaret hadleri görülmektedir. Bunun sebebi ham ürün fiyatları düşüş eğilimi gösterirken, üretim maliyetlerinin eğiliminde artış yaşanmasıdır.

2. İklim Değişkenliği ve Küresel Isınma

Çoğu bitkide olduğu gibi zeytin ağacının yetişmesi için de belirli iklim koşullarının sağlanması gerekmektedir. Ancak dünyamızda son yıllarda küresel ısınmanın artması

bazı bölgelerdeki iklim koşullarında değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır, bundan dolayı yağmurun farklı bölgelere kaymasına sebep olmuştur. Zeytincilik sektörü su ve iklim şartlarına bağlı olduğundan, üretimin bölgesi ve miktarlarında değişiklikler meydana gelmektedir.

3. Zararlılar ve Hastalıklar

Zararlılar yani haşere ve böcekler yine yalnızca zeytin tarımı için değil tüm tarım faaliyetleri için problem olmaktadır. Bu durum hastalıklarda da görülmektedir. Ayrıca kötüsü bu hastalık ve haşerelerin iklim değişikliğiyle daha geniş coğrafyalara yayılması da yaşanan problemlerdendir.

4. Ulusal ve Uluslararası Düzenleyici Baskılar

Her sektörde olduğu gibi zeytincilik sektöründe de ulusal ve uluslararası düzeyde kurumların koyduğu standartlar ve düzenlemeler mevcuttur. Ülkeler kendi içlerinde uyguladıkları kurallara göre iç piyasa ekolojik olarak kendiliğinden oluşmaktadır. Fakat küresel ticaret piyasasında uluslararası kurumların uyguladığı standartlar ve düzenlemeler ticareti ülke içine kıyasla daha zor olabilmektedir.

5. Tüketici Beklentileri

Ulusal ve uluslararası açıdan tüketiciler satın aldıkları ürünlerin gıda güvenliği ve ürün kalitesine özen göstermektedir. Tüketiciler satın aldıkları bir ürünün çevresel etkilerinin en az düzeyde olmasını istemektedir. Üreticilerin tüketici beklentilerini doğru bir şekilde analiz etmesi ve tüketici beklentilerin yaşanan değişimleri güncel olarak takip etmeleri gereklidir.

6. Su Kullanımı

Zeytin tarımında başarılı olmak için doğru zaman ve doğru miktarda su kullanım önemlidir. Su hem zeytin üretiminde hem de zeytinyağı üretiminde kullanılır. Zeytin üretiminde kilo başına tahmini olarak 700 litre su tüketildiği düşünülmektedir. Bu oran çoğu gıda ürününde 8-10 litre arasında yer almaktadır.

7. Kimyasalların Kullanımı

Gıda sektöründe kullanılan kimyasallar ürünü daha iyi göstermek veya raf ömrünü uzatmak için kullanılmaktadır. Ancak bu kimyasalların kullanımı havayı, toprağı ve suyu kirletmektedir. Çevremizi, gıda kalitesini ve çalışanları korumak gereklidir ve kimyasalların yönetimi ve kullanımı büyük öneme sahiptir. Bu sebeple kimyasalların kullanımı devlet iznine bağlıdır.

8. Atık Oluşumu

Zeytinyağı üretiminde %80 oranında atık meydana gelmektedir. Bu oranda üretim arttıkça azalma gerçekleşmez. Üretimdeki artış ile işletme için atık yönetimi de doğru orantılı olarak zorlaşacaktır. Bunun sonucunda bölgesel çapta problemlere sebep olacaktır. Üretim, işleme esnasında oluşan atıkların çevreye birçok zararı olduğu bilinmektedir (Quinn,2004,s.10-15).

2.5.AB’de Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Politikaları

Ortak Tarım Politikası (OTP), Avrupa Birliği’ne üye olan ülkelerinin tarım politikalarını ekonomik ve siyasi açıdan bütünleştirmektedir. OTP, Avrupa Birliği’nin ilk ortak politikasıdır ve belirlenen ortak fiyatların korunmasını sağlamak için hazırlanmıştır. Ortak Tarım Politikası çeşitli kuralları içeren geniş kapsamlı bir politikadır. OTP’ye ihtiyaç duyulmasının sebepleri, gıda yetersizliğinin son bulması tarım sektöründe çalışan kişilerin gelir seviyelerini korumak ve arttırmak, piyasa mekanizmaları arasındaki farklılıkların giderilmesidir (Gazanfer,2007,s.50-55; Hekimoğlu ve Altındağ,2006,s.17-18). Avrupa Birliği’nin bütçesinin yarısı, tarım sektörüne aktarılmaktadır. OTP kuruluşundan bu yana sürekli reformlara konu olmasına ek olarak işleyiş mekanizmaları açısından istikrarlı bir yapı sergilemektedir. Ortak Tarım Politikası, ilk ortak piyasa düzeninin oluşturulmasıyla birlikte 1962 yılında resmen hayata geçirilmiştir. OTP’nin Roma Antlaşmasında belirtilen amaçları, tarımsal piyasalarda istikrarı temin etmek, verimlik artışı, tarım sektöründe teknik gelişmeyi teşvik etmek ve çiftçilerin gelirlerinde artışı ve tüketicilerin uygun fiyatlarla tarımsal ürünleri satın alabilmelerine imkan sağlamak, tarımsal ürün arzını güvence altına almak, şeklinde özetlenebilir(Gazanfer,2007,s.50-55). Ortak Tarım Politikası ile ilgili harcamaların tamamının Birlik üyelerinin ortaklaşa üstlenmesi

amaçlamaktadır. Bu sebeple 1962’de AB bütçesinde Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu (FEOGA) oluşturulmuştur. Roma Antlaşması uyarınca oluşturulmuş olan FEOGA, OTP harcamalarını karşılanmaktadır. FEOGA, topluluk genel bütçesinin bir parçası olması sebebiyle mali bakımdan özerk bir fon değildi ancak 1970 senesinde öz kaynaklar sistemi oluşturulmuştur ve bu sayede mali özerkliğe kavuşmuştur. FEOGA, topluluk bütçesinden en çok pay ayrılan fondur. FEOGA oluşturulduğu ilk seneler de topluluk bütçesinin %90’ını teşkil ediyordu ancak FEOGA’nın bütçe payında yıllar içinde önemli ölçüde düşüş yaşanmıştır. FEOGA’nın payının önemli seviyede düşmesinde farklı etkenler rol sahibidir. Topluluk, kurulduğu dönemden bu zamana geçen zaman diliminde sanayi, çevre ve ticaret gibi alanlarda ortak politikalar belirlemiştir (Yaşarlar,2011 s.66-69).

Bazı dönemlerde sofralık zeytin fiyatlarının düşüşler yaşanmaktadır. Bu dönemlerde, zeytin üreticiler, zeytinlerini zeytinyağına dönüştürerek değerlendirmişlerdir. Bu sebeple, bazı üye ülkeler AB’de üretilen sofralık zeytine, en az zeytinyağı için ödenen üretim yardımı kadar bir primin ödenmesinin gerekli olduğu fikrini savunmuşlardır. Bu sebeple, 1998/1999 pazarlama senesi itibariyle, üye ülkelerin, garanti edilen ulusal kotalar kapsamında sofralık zeytin üreticilerine destek verilmesi sağlanmıştır. Sağlanan destekler ile hem sofralık zeytin hem de zeytinyağı üreticilerine verilecek yardımların üreticiler arasında dengeli bir şekilde dağılmasını sağlamak için katsayı ile hesaplanarak verilmesi hedeflenmiştir (Bayramer,2015,s.27).

Avrupa Birliği’nde, toplam hayvansal üretim ve bitkisel üretim içerisinde, zeytinyağı üretimi %1,3’lük bir payı oluşturmaktadır. İspanya ilk sırada yer almaktadır. İspanya’dan sonra İtalya, Yunanistan ve Portekiz gelmektedir. AB’nde 5 milyon hektarlık üretim alanında 1,9 milyon zeytin ağacı bulunmaktadır. AB, İspanya ve Portekiz’in Birliğe katılımları ile dünya zeytin ve zeytinyağı üretiminde, tüketiminde, ithalat ve ihracatında lider duruma gelmiştir (Toplu Yılmaz, 2013)

İlk dönemlerde Avrupa Birliği zeytinyağı politikalarında asıl amaç; üreticilere iyi bir yaşam düzeyi sunabilmek, fiyat dalgalanmalarının önüne geçebilmek, arzın devamlılığını sağlamak ve ticareti düzenlemek olarak belirlenmiştir. Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde zeytinyağının da içinde bulunduğu birçok tarım ürünü için Ortak Piyasa Düzeni (OPD) uygulanmaktadır. 1968 senesinde zeytinyağı OPD

kapsamına alınmış ve günümüze kadar bu çerçevede değerlendirilmiştir. Avrupa Birliği'nin kurulduğu zamanlarda bitkisel yağların iç tüketimi yüksek olmasından kaynaklı olarak üretimde bir yetersizlik yaşanmaktaydı. O dönemde bitkisel yağ üretimi topluluğun iç tüketiminin sadece %10'unu karşılamış ve AB desteklemelerini diğer sanayi 20 ürünleri için kullanmıştır. Bu sebeple bitkisel yağ yetersizliğini ortadan kaldırmak ve bu açığı kapatabilmek amacıyla topluluğun üçüncü ülkelerden gelen yağlı tohumlara sıfır gümrük vergisi ile bitkisel yağ ithali gibi bir çözüm sağlanmaya çalışılmıştır fakat bu durum pazarda bolluğa ve bu doğrultuda bitkisel yağ fiyatlarının azalmasına yol açmıştır. Bu durum diğer yağlara göre fiyatı yüksek olan zeytinyağında ise talebin düşmesine sebep olmuştur. Özellikle büyük bir üretici ve ihracatçı konumundaki İtalya'nın mevcut durum karşısındaki şikayetleri sonucunda da zeytinyağında Ortak Piyasa Düzenine geçilmesine karar verilmiştir (Bayramer,2015,s.19-20;Metel,2015,s.374).

AB'nin zeytinyağında için bazı tarımsal destek politikaları uygulamaktadır. Tarımsal destek politikaları, zeytinlik yardımı, özel stoklama yardımı ve üretim yardımı olarak adlandırılmaktadır.

Üretim yardımı: Zeytinyağı sektöründe başlıca destek politikalarındandır. Bu yardımın bir kısmı üretimin kalitesini arttırmak ve üretici organizasyonlarının işleyişini sağlamak için verilmektedir.

Özel stoklama yardımı: Daha önce müdahale sistemi uygulanıyordu ancak bu sistem 1998'de kaldırıldı ve yerine özel stoklama yardımı getirildi. Özel stoklama yardımı ile birlikte Avrupa Birliği içinde veya bazı bölgelerinde herhangi bir kriz anında Komisyon stok yapabilmektedir. Bu yardımın amacı zeytinyağı piyasasında fiyatların düşmesinden kaynaklı olarak problem yaşanması durumunda arzın düzenlenmesi ile kullanılması düşünülen tek emniyet mekanizmasıdır.

Zeytinlik Yardımı: Belirlenen koşullarda sosyal veya çevresel değeri bulunan zeytinliklerin korunmasına yönelik olarak destek sağlanmaktadır. Bu destekten faydalanabilmek için aşağıdaki şartlar gerekmektedir,

- Zeytinliğin Coğrafi Bilgi Sistemi'nde (CBS) kayıtlı olması,
- Arazinin Kıbrıs ve Malta için 31 Aralık 2001, diğer ülkelerde ise 1 Mayıs 1998 tarihinden önce dikilmiş olması ya da Komisyon tarafından onaylanmış bir program dahilinde ağaçların yenilenmiş olması (Toplu Yılmaz, 2013,s.36-37 ; Güldoğan,2004,s.13).

Zeytinyağı için verilen üretim yardımı, sofralık zeytin üreticileri için de bir güvence sağlamaktaydı. Bunun nedeni sofralık zeytin fiyatlarının azaldığı dönemlerde, üreticiler zeytinlerini zeytinyağı üretimine dönüştürme fırsatına sahip olmaktadır (Gazanfer,2007,s.82).

2.6.Dünyada Zeytin Sektörünün Ekonomi ve Ticarete Katkısı

Zeytincilik ticareti daha önceki bölümlerde bahsedildiği gibi MÖ yıllardan kalma bir sektördür. Zeytin sektörü Fenikelilerin zeytini Akdeniz ülkelerine yayması ve Romalıların bilim ve teknik konularında kendilerini geliştirmeleri ve geniş coğrafyalara taşınması ile yaygınlaşmıştır (Eryılmaz,2020,s.22;Ünsal,2011,s.15-16).

Uluslararası Zeytin Konseyi (UZK) günümüzde zeytin sektörüne yön vermektedir. Sektör hakkında en doğru ve en güncel verileri aktaran bir kurumdur. UZK raporuna göre 2019-2020 yılında dünya genelinde üretilen zeytin miktarı 2,93 milyon ton, tüketilen zeytin miktarı ise 2,79 milyon ton olmaktadır. Tüketimin büyük bir kısmı Akdeniz ülkelerinde gerçekleştirilmektedir(www.internationaloliveoil.org).

Zeytinyağı üretim ve tüketim rakamlarına baktığımızda, 2019-2020 yılında dünya genelinde üretilen zeytinyağı 3,14 milyon ton, tüketilen zeytinyağı ise 3,09 milyon ton olmaktadır (www.internationaloliveoil.org).

Zeytin ve zeytinyağı sektörünün ihracat rakamları incelendiğinde ,2019-2020 döneminde dünya genelinde gerçekleştirilen ihracatın 9,52 milyar dolar olduğu görülmektedir. Bu ihracatta bir önceki döneme göre %15,2 düşüş yaşamıştır. Belirtilen dönemde zeytin sektöründe 2,08 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ihracatın %40,6'sını İspanya tek başına gerçekleştirmiştir. Bu dönemde İspanya'da 842 milyon dolarlık ihracat gerçekleşmiştir. Zeytin ihracatında 5 lider ülke vardır. Bunlar; İspanya, Yunanistan, Fas, İtalya ve Arjantin'dir. Zeytin ihracatının %81,3'ünü bu lider beş ülke

tarafından gerçekleştirmektedir. Bu da zeytin ihracatının belirli bölgelerde yoğunlaştığını göstermektedir (Öztimur,2020,s.4-5; TİM,2020,s.8-9).

Zeytinyağı endüstrisinde 2019-20 döneminde gerçekleştirilen ihracat yaklaşık 7,44 milyar dolardır. İspanya zeytin sektöründe olduğu gibi zeytinyağı sektöründe de 3,55 milyar dolarla lider konumdadır. İspanya bu dönemde gerçekleştirilen zeytinyağı ihracatının %47,8'ni elinde bulundurmaktadır. Zeytinyağı ihracatında beş lider ülke İspanya İtalya, Portekiz, Tunus ve Yunanistan'dır. Zeytinyağı ihracatında 5 lider ülkenin toplam zeytinyağı ihracatı yaklaşık %89,7'sidir (Öztimur,2020,s.4-5; TİM,2020,s.8-9).

Aynı dönem içinde incelenen zeytin ve zeytinyağı ithalat verilerine göre dünya genelinde 9,85 milyar dolarlık ithalat gerçekleşmiştir. Bu ithalatın 2,24 milyar doları zeytin sektöründe gerçekleşmiştir. En çok zeytin ithalatı yapan ülke 535,5 milyon dolarla ABD'dir. ABD, dünya zeytin ithalatının %45,4'ünü tek başına gerçekleştirmiştir. En çok zeytin ithalatı yapan diğer ülkeler sırasıyla İtalya, Fransa, Almanya ve Rusya'dır. Zeytin ithalatında ilk beş sırada yer alan ülkeler dünya zeytin ithalatının %95,1'ni gerçekleştirmişlerdir (Öztimur,2020,s.4-5; TİM,2020,s.8-9).

Yukarıda bahsedilen dönemler arasında zeytinyağı ithalat verilerine göre dünya genelinde 7,61 milyar dolarlık zeytinyağı ithalatı yapılmıştır. 1,63 milyar dolarlık ithalatı ile en çok zeytinyağı ithalatı yapan ülke İtalya'dır. İtalya, dünya zeytinyağı ithalatının %30,6'sını tek başına gerçekleştirmiştir. Zeytinyağı ithalatında diğer lider ülkeler sırasıyla ABD, Fransa, İspanya ve Brezilya'dır. Zeytinyağı ithalatının %80,1'ini bu ülkeler gerçekleştirmektedir. Bu zeytinyağı talebi belirli bölgelerde toplanmış olduğunu göstermektedir (Öztimur,2020:4-5; TİM,2020:8-9).

Ülkelerin zeytin sektörünü özetleyen tablo aşağıdaki gibidir;

Ülke	Zeytin İthalatı	Zeytinyağı İthalatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İthalatı	Zeytin İhracatı	Zeytinyağı İhracatı	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı	Zeytin Dış Ticaret Dengesi	Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi	Toplam Zeytin ve Zeytinyağı Dış Ticaret Dengesi
ABD	535.534	1.330.786	1.866.320	19.0151	34.179	53.188	-516.519	-1.296.613	1.813.132
İtalya	161.448	1.632.897	1.794.345	91.781	1.562.293	1.654.074	-69.667	-70.604	-140.271
Fransa	159.996	478.435	638.431	13.097	64.924	78.021	-146.899	-413.511	-560.410
Brezilya	107.290	401.735	509.025	477	372	849	-106.813	-401.363	-508.176
Almanya	152.263	327.068	479.331	23.269	31.455	54.724	-128.994	-295.613	-424.607
İspanya	40.819	428.186	469.005	842.133	3.554.686	4.396.819	801.314	3.126.500	3.927.814
Portekiz	46.942	334.409	381.351	70.846	630.370	701.216	23.904	295.961	319.865
Japonya	12.432	324.180	336.612	-	747	747	-12.432	-323.433	-335.865
Birleşik Krallık	76.015	253.388	329.403	3.233	13.801	17.034	-72.782	-239.587	-312.369
Kanada	62.540	181.497	244.037	634	1.523	2.157	-61.906	-179.974	-241.880
Rusya	112.320	86.256	198.576	2.748	1.200	3.948	-109.572	-85.056	-194.628
Çin	3.107	184.643	187.750	140	766	906	-2.967	-183.877	-186.844
Suudi Arabistan	40.162	123.653	163.815	-	1.542	1.542	-40.162	-122.111	-162.273
Hollanda	56.720	105.906	162.626	20.502	24.425	44.927	-36.218	-81.481	-117.699
Belçika	76.142	81.820	157.962	67.413	25.345	92.758	-8.729	-56.475	-65.204
Avustralya	46.984	109.885	156.869	293	14.370	14.663	-46.691	-95.515	-142.206
İsviçre	26.893	88.442	115.335	1.377	252	1.629	-25.516	-88.190	-113.706
Meksika	20.720	64.276	84.996	-	-	-	-20.720	-64.876	-84.996
Güney Kore	8.708	74.382	83.090	5	885	890	-8.703	-73.497	-82.200
Romanya	55.809	19.746	75.555	1.083	759	1.842	-54.726	-18.987	-73.713
Avusturya	16.877	57.231	74.108	2.689	17.846	20.535	-14.188	-39.385	-53.573
İsveç	26.979	41.231	68.210	616	1.365	1.981	-26.363	-39.866	-66.229
İsrail	20.857	43.955	64.812	735	2.346	3.081	-20.122	-41.609	-61.731
Türkiye	-	46.791	46.791	935	142.695	143.630	935	95.904	96.839
BAE	10.364	35.896	46.260	102	3.821	3.923	-10.262	-32.075	-42.337
Polonya	36.048	9.027	45.075	8.329	2.258	10.587	-27.719	-6.769	-34.488
Danimarka	9.452	32.747	42.199	685	2.068	2.753	-8.767	-30.679	-39.446
Tayvan	993	40.377	41.370	99	224	323	-894	-40.153	-41.047
Hindistan	5.340	33.284	38.624	22	413	435	-5.318	-32.871	-38.189
Çekya	12.842	24.869	37.711	2.694	5.809	8.503	-10.148	-19.060	-29.208
Diğer Ülkeler	292.558	610.411	902.969	901.714	1.299.798	2.201.512	609.387	689.387	1.298.543
Dünya	2.235.154	7.607.409	9.842.563	2.076.666	7.442.531	9.519.197	-158.488	-164.878	-323.366

Tablo 15: Dünya Zeytin Sektörü / Kaynak: (TİM,2020,s.11)

Toplam zeytin ve zeytinyağı ithalatında 1,87 milyar dolar ile ABD ilk sırada yer almaktadır. ABD, dünya zeytin ve zeytinyağı ithalatının %19'unu tek başına gerçekleştirmiştir. ABD'den sonra sırasıyla İtalya, Fransa, Brezilya ve Almanya gelmektedir. Zeytin ve zeytinyağı ithalatında ilk beş sırada yer alan ülkeler ithalatın yaklaşık %53,7'sini gerçekleştirmişlerdir (Öztimur,2020,s.4-5; TİM,2020,s.8-10).

Toplam zeytin ve zeytinyağı ihracatında 4,4 milyar dolar ile İspanya ilk sırada bulunmaktadır. İspanya 4,4 milyar dolarlık ihracatıyla, bu alanda gerçekleştirilen ihracatın %46,2'sini tek başına gerçekleştirmiştir. Zeytin ve zeytinyağı ihracatında diğer

lider ülkeler sırasıyla İtalya, Portekiz, Türkiye ve Belçika'dır. Bu 5 lider ülke toplam zeytin ve zeytinyağı ihracatının %73,4'ünü gerçekleştirmiştir (Öztimur,2020,s.4-5; TİM,2020,s.8-10).

2.7.Dünya Zeytin Günü

Dünya Zeytin Günü ilk olarak 2016 yılında Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından kutlanmaya başlanmıştır. Sonrasında 2019 yılında Lübnan ve Tunus'un vasıtasıyla bu etkinlik UNESCO İcra Komitesininin 206. Oturumuna sunuldu ve kabul edildi. UNESCO'ya başvuru yapılmasının sebebi zeytin ağacının korunması ve sembolize ettiği bilgelik, uyum ve barış değerlerinin tanıtılmasını sağlamaktadır (www.internationaloliveoil.org).

Barışın, bilgeliğin ve uyumun simgesi olarak görülen zeytin ağacı, sürdürülebilir ekonomiye katkı sağlamaktadır. Zeytin insanları ve kültürleri birleştiren evrensel değerlerin tanıtımına katkıda bulunmasının Zeytin ağacı çok eski zamanlardan beri tüm kültürlerin birlik ve çeşitliliğinin bir unsuru olmuştur, birçok sanatsal ve kültürel değerleri barındırmaktadır. Bu nedenle, her yıl 26 Kasım Uluslararası Zeytin Ağacı Günü olarak kutlanmaktadır(www.ouroliveoil.com).

Dünya Zeytin Günü, ülkelere göre çeşitli etkinliklerle kutlanılmaktadır. İtalya, 2016 yılında düzenlediği Dünya Zeytin Günü etikliğinde, zeytinyağı kalite ve menşee prosedürlerinin temyizi üzerine tam gün süren bir çalışma ve etkinliklere kutladı. İspanya ise bir üniversitede tadım, yemek pişirme ve konuşmaların olduğu yabancı öğrenciler yönelik atölye çalışması gerçekleştirdi. Cezayir'de Dünya Zeytin günü kutlamaları tarım bakanının konuşmasıyla açılmıştır. Etkinlikte daha sonra bir kırma ünitesinin çalıştırılmış ve üretilen zeytinyağı tadımı yapılmıştır. Etkinlikte zeytin dikimi gibi çeşitli faaliyet gerçekleştirilmiştir. Mısır ve Yunanistan'da zeytinyağının yararları ile ilgili seminerler düzenlendi(www.oliveoiltimes.com).

Türkiye'de de dünya ile birlikte ilk olarak 2016 yılında kutlandı. Düzenlenen etkinlikte katılımcılar ilk olarak bir yağ değirmenini ziyaret etmiş daha sonra bir müzede tutulan preste anıtsal zeytin ağaçlarının hasadını ve yağ çıkarılmasını deneyimleme fırsatı bulmuşlardır.2018 yılında düzenlenen etkinlik çocuklar ile

kutlanılmıştır. Çocuklara zeytin ağacı ve zeytinyağı tanıtılmış ve bilgiler verilmiştir. Kırma zeytin tatlandırma ve zeytin hasadı gibi etkinlikler düzenlendi. Etkinlikler doğru ve kaliteli yapılması, ülke turizmine ve zeytincilik sektörüne fayda sağlayacaktır (www.oliveoiltimes.com; arastirma.tarimorman.gov.tr).

3.TÜRKİYE’DE ZEYTİNCİLİK SEKTÖRÜ

3.1.Türkiye’de Zeytin Sektörünün Gelişimi

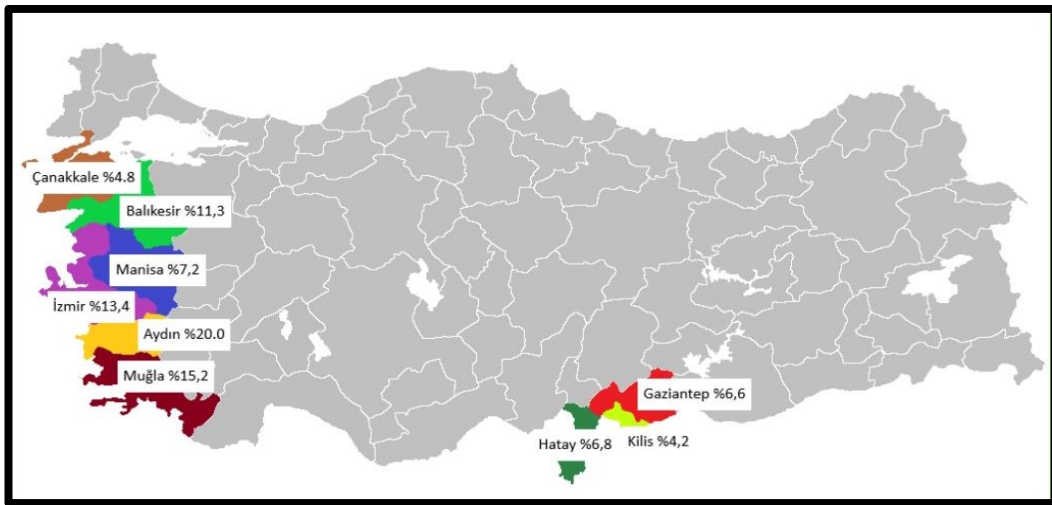
Zeytin diğer birçok uygarlıkta olduğu gibi Osmanlı İmparatorluğu’nda da önemli bir konumda yer almaktadır. Osmanlılar, zeytin ağacına değer vermesinin sebeplerinden bazıları da Kur’an-ı Kerim’de zeytin ile ilgili ayeti kerimelerin bulunması ve Hz. Muhammed’in zeytin ağacı hakkında hadis-i şerif’leri olmasıdır. Osmanlılar, fethettikleri alanlardaki zeytinlikleri korumuşlardır ve zeytin ağacına bir zarar gelmesini önlemek çaba göstermişlerdir. Başlarda yemeklerden daha fazla aydınlatma amacıyla kandillerde ve tedavilerde sağlık alanında kullanmışlardır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde Marmara bölgesinde ilk hakimiyetlerini kurdukları ve bu bölgenin kıyılarında zeytincilik yaptıkları görülmektedir (Peker,2019,s.52).

3.1.1.Zeytin Üretiminin Gelişimi

Türkiye’de zeytincilik hem Cumhuriyet öncesi dönemde hem de sonrasında en önemli tarımsal faaliyet alanlarından biri olmuştur Atatürk 1929 yılında zeytinciliğe gereken önemin verilmesi konusunda özen göstermiştir ve Türkiye’de zeytincilik seferberliği başlatılmasını sağlamıştır. 1966 yılında Türkiye’de ilk kez zeytin ihracatı yapılmıştır. O zamandan itibaren bugüne kadar üretime bağlı olarak ihracat artarak devam etmiştir (Bayramer ve Tunalıoğlu 2016,s.141). Türkiye’de ilk kez çekirdekten zeytin fidanı yetiştirmek için 1937 yılında "Zeytincilik İstasyonu" adı altında faaliyete geçmiştir. Kuruluşundan 4 yıl sonra fidan dağıtımına başlamıştır. 1950 yılına kadar az kadroyla fidan yetiştirmeyi sürdürmüştür, aynı yıl bir kanun çıkarılmasıyla kurulan "Türkiye Zeytincilik Teşkilatı’nın" yapıya dahil edilmesiyle "Zeytincilik Enstitüsü" adını almıştır (Gaziantep Ticaret Odası,2021,s.7).Türkiye’de zeytinciliğin ilk resmi temelleri “Tarımda Tedrisat-ı Islah Kanunu” ile atılmıştır. Bu dönem 1929-1959 yıllarını kapsamaktadır. Sonraki zamanlarda yeni zeytin alanlarının açılması ve zeytinin kültür bitkisi olarak dikilmesi ile deli zeytin adı verilen, doğal olarak yetişen, yabani zeytinin aşılınması çalışmalarını başlatılmıştır (Kondaççı,2015,s.313).

Dünyada zeytinin en yaygın olarak yetiştirildiği bölge Akdeniz Havzası’dır. Türkiye bu bölgede yer almaktadır. Türkiye, iklim yapısı, jeomorfolojik özellikleriyle, coğrafi konumu ile , Tunus, Suriye ,İspanya, , İtalya ve Yunanistan gibi diğer Akdeniz

ülkeleriyle beraber dünyada önemli konumda yer alan zeytin ve zeytinyağı üretici ülkelerinden biridir. Türkiye'deki toplam tarım alanlarının %2,2'si ve bağ-bahçe alanlarının da %22'si zeytinliktir. Zeytin, uzun yıllar ürün sağlaması sebebiyle ekonomik açıdan önemli bir konumda yer almaktadır. Üretim genel olarak küçük aile işletmeleri biçiminde ve küçük parsellerde yapılır. Zeytin ve zeytinyağı sektöründe yaklaşık olarak 400.000 aile ve 1 milyon tarım işçisine istihdam sunmaktadır. Büyük kısmı Ege ve Akdeniz bölgelerinde yer almaktadır. Ağaç varlığı ve iklim koşullarının uygun olmasına rağmen Türkiye'de zeytin verimliliği istenilen düzeyde değildir. Bunun başlıca sebebi tarımsal teknoloji ve teknik açıdan yaşanan gelişmelerin zeytin tarımına yeteri kadar yansıtılmamasıdır (Efe, Soykan, Cürebal ve Sönmez,2013,s.93).2019 yılına kadar Türkiye zeytin üretimi artış göstermiştir. Artış yaşanmasının en önemli sebeplerinden birisi, senelere göre zeytin üretim alanlarının artmasıdır. 2019 senesinde toplam zeytinlik alan 8,79 milyon dekadır. Yeni zeytin bahçesi tesisi ve sertifikalı zeytin fidanı kullanımına destek verilmesi ile son dönemlerde zeytin üretim alanlarında artış yaşanmıştır. TÜİK Bitkisel Üretim İstatistiklerine göre 2020 yılında gerçekleştirilen zeytin üretimi 1,32 milyon tondur. İzmir ,Muğla ve Aydın yağlık zeytin dikili alanlarda en önemli illerdir. Toplam zeytin üretiminin yaklaşık olarak %75'i yağlık zeytinler oluşturmaktadır. 2020 yılında 867 bin ton yağlık zeytin elde edilmiştir (TEPGE,2021,s.2).

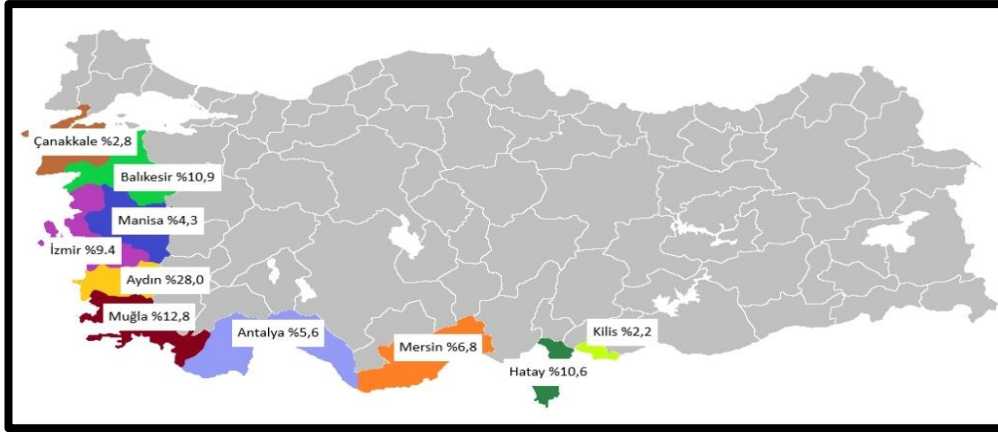


Şekil 10: İllere Göre Yağlık Zeytin Üretim Alanları /Kaynak: TEPGE ,2021

Yukarıdaki haritada 2019 yılında yoğun olarak yağlık zeytin üretiminin yapıldığı ve ekili alanların yoğun olduğu şehirler görülmektedir. Bunlar; Hatay, İzmir, Balıkesir, Aydın ve Muğla'dır.

3.1.2.Zeytinyağı Üretiminin Gelişimi

Dünyada zeytinyağı üretiminde Türkiye ilk beş ülke arasına girmektedir. 2020 yılında 867 bin ton yağlık zeytin çeşitli şekillerde işlenmiştir ve yaklaşık olarak 173 bin ton zeytinyağı elde edilmiştir. En çok yağlık zeytin üreten iller incelendiğinde en önemli üç il, Muğla, Aydın ve Balıkesir'dir. Bir litre zeytinyağı elde edebilmek için yaklaşık olarak 5 kg yağlık zeytin kullanılmaktadır. Zeytinyağları çeşitlerine göre Natürel Sızma, Riviera ve Rafine zeytinyağı olarak adlandırılmaktadır. Aşağıdaki haritada Türkiye'de üretilen zeytinyağı oranlarının şehirlere göre durumu gösterilmektedir (TEPGE,2021,s.2).

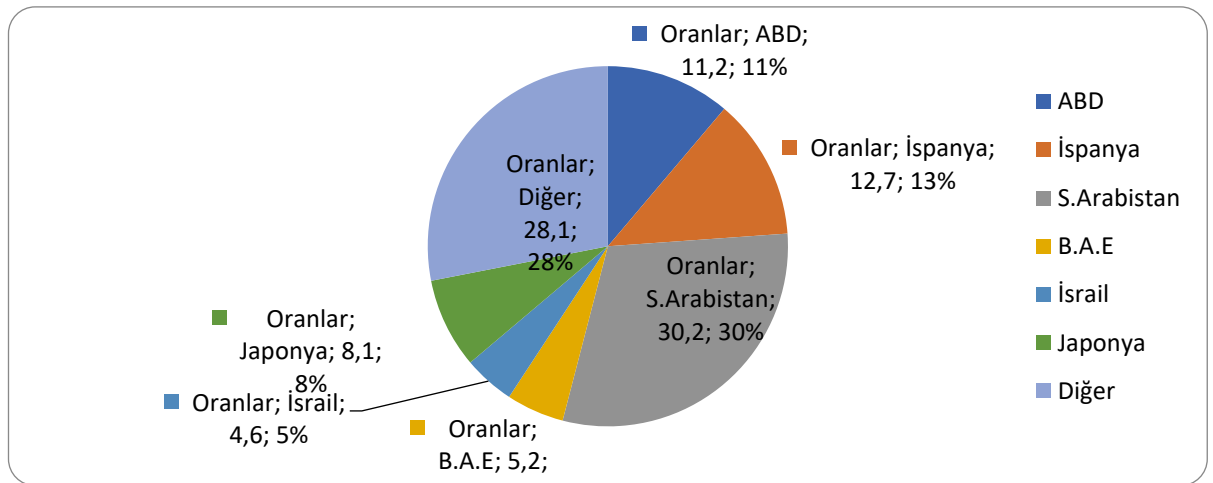


Şekil11: İllere Göre Zeytinyağı Üretim Oranları/Kaynak:TEPGE,2021

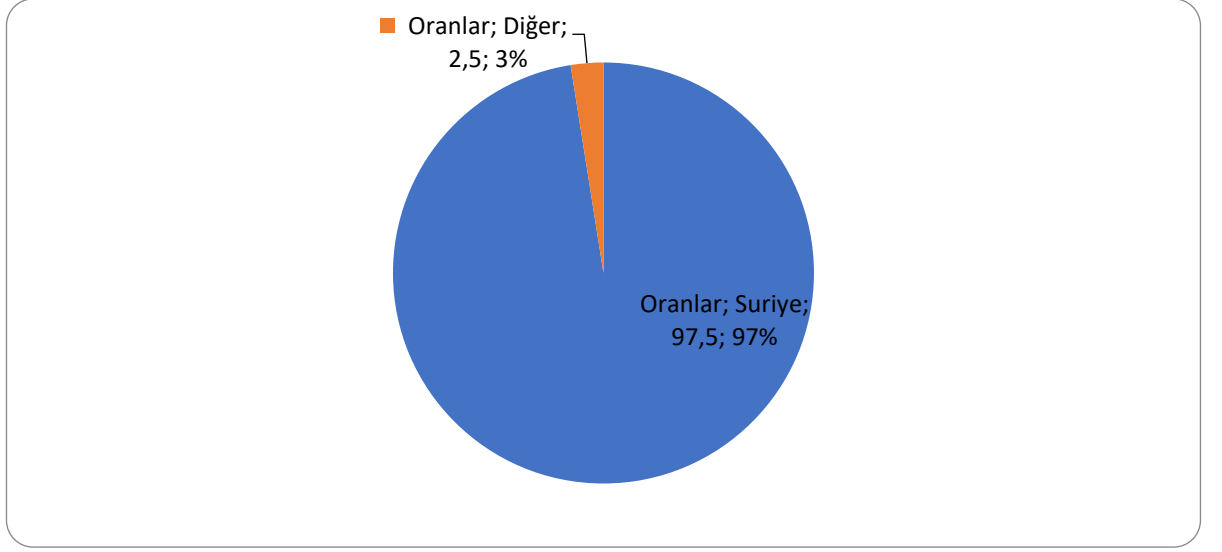
Dünyada zeytinyağı ihracatında Türkiye ilk dört ülke arasında yer almaktadır, İspanya zeytinyağı ihracatında öncü ülkedir. Türkiye, İspanya'nın yaklaşık olarak beşte biri kadar ihracat yapmaktadır. Dünya ithalatı incelendiğinde, Türkiye'nin zeytinyağı ithalatı yok denecek kadar azdır. IOC (Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi) verilerine göre sızma zeytinyağında 2019/20 sezonunda toplam 1,21 milyon ton ihracat gerçekleştirilmiştir.

Bu ürünlerde ilk sırada 429 bin ton ile İspanya yer almaktadır. İspanya'nın ardından 211 bin ton ile İtalya yer almakta ve bu ülkeler, Tunus, Portekiz ve Türkiye izlemektedir. Türkiye 2020 yılında 20,35 bin ton sızma zeytinyağı ihracatı gerçekleştirmiştir. Türkiye 2020 yılında Suudi Arabistan'a 6,14 bin ton, İspanya'ya 2,58 bin ton, ABD'ne 2,27 bin ton ihracat yapmıştır. Zeytinyağı ihracatında ham zeytinyağı ihracatının payında gün geçtikçe düşüşler yaşanmakta ve yüksek katma değerli ürünlerin oransal olarak daha çok ihraç etmesi ülkemizin rekabet edebilirlik seviyesinde artış yaşanmasını sağlamaktadır (TEPGE,2021,s.2).

Ülkemizde uzun yıllardır zeytin üretimi yapılmaktadır. Yıllara göre meyve veren, meyve vermeyen ağaç sayısı, yağlık zeytin ve sofralık zeytin üretim miktarı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Türkiye zeytin üretiminde senelere göre bakıldığında artış yaşanmıştır. Üretimdeki artışın en önemli sebeplerinden biri zeytin üretim alanlarındaki artış yaşanmasıdır. Son senelerde sertifikalı zeytin fidanı ve yeni zeytin bahçesi tesisi destekleri ile zeytin üretim alanları artış yaşanmıştır. TÜİK Bitkisel Üretim İstatistiklerine bakıldığında 2019 yılında 1,525 milyon ton zeytin üretimi gerçekleşmiştir. 2020 yılı istatistiklerine göre ise yıllık zeytin üretimi % 13,7'lik azalış ile 1,316 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Ülkemizde zeytin üretimindeki dalgalanmalarla orantılı olarak zeytinyağı üretiminde değişiklikler yaşansa da değişse üretim artış eğilimindedir ve dünyada zeytin üretiminde önemli konumda olan ilk beş ülke arasındadır.



Şekil12:Türkiye Zeytinyağı İhracatında Önemli Ülkeler(2020,%) / Kaynak:TEPGE,2021

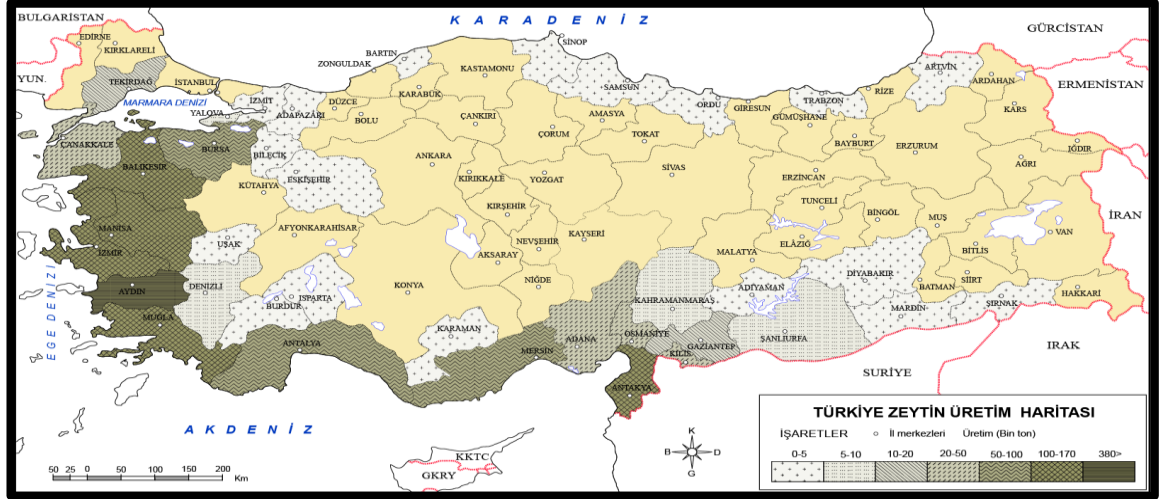


Şekil 13: Türkiye'nin Zeytinyağı İthalatı Yaptığı Ülkeler (2020,%)

Kaynak TEPGE,2021

3.2.Türkiye'de Zeytin Sektörünün Bölgelere Göre Durumu

Türkiye'de 5 bölgede 35 ilde zeytin yetiştirmektedir ve işlenen tarım alanlarının %4'ünde zeytincilik yapılmaktadır. Tarımda çalışan ailelerin %8'i geçim kaynağı zeytinciliktir. Türkiye'de zeytin ağaç sayısı ve üretim alanları bakımından sıralandığında Ege, Güneydoğu Anadolu, Akdeniz, Marmara ve Karadeniz bölgeleri yer almaktadır. Zeytin, zeytinyağı olarak ve sofralık zeytin olarak işlenmektedir ve sonrasında tüketilmektedir. Bu sebeple zeytincilik sektörü sofralık zeytin ve zeytinyağı olarak ayrılmakta. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de istihdam seviyesini arttırmakta ve başka sanayi kolları açısından pazar yaratılmasını sağlamaktadır. (Sevinç,2005,s.39-40). Yüksek katma değeriyle tarım ekonomimiz açısından önemli bir konumda yer almaktadır. Günümüzde sağlıklı yaşam anlayışı ve tüketici bilincinin artmasıyla birlikte zeytin ve zeytinyağına olan yönelim artmıştır. Özellikle son on beş yıldan günümüze zeytinyağı sektöründe yaşanan modernleşme ile beraber üretilen yağın kalitesinde artış yaşanması neticesinde tarımla bağlantılı olan sanayi ihracatı zeytinyağı dış ticaret istatistiklerinde önemli bir konumda yer almaktadır (Kendirlioğlu,2008,s.7).



Şekil 14: Türkiye Zeytin Üretim Haritası /Kaynak: <http://cografyaharita.com>
Erişim:20.04.21

Türkiye’de zeytin yetiştiriciliğinin yaygın olduğu alanların iklim yapıları genellikle birbirleri arasında benzerlik gösterse de bu alanlar arasında değişiklikler mevcuttur. Bu değişiklikler, zeytinin yetişme koşullarını belirlerken eş zamanlı olarak meyve büyüklükleri ve yağ oranları içinde de önemli etkileri vardır. İklim, toprak ve jeomorfolojik özellikler sebebiyle bölgesel olarak zeytin türleri farklılaşmaktadır. Bazı zeytin türleri yağ üretimi için uygun olurken bazıları da sofralık olarak tüketilmektedir. Yeterli istatistiksel verilerin olmamasından dolayı dünyanın tamamında yetiştirilen zeytin çeşitlerinin sayısı net olarak tespit edilmemiştir. Ancak tahmin edilen çeşit sayısı 4000’in üzerindedir. Türkiye’de zeytin çeşitleri konusundaki çalışmalar yeterli olmadığı için zeytin çeşidi sayısı net olarak bilinmemektedir. Ancak tahmini olarak 400 ün üzerinde olduğu düşünülmektedir.

Türkiye’de yetiştirilen 110 tane zeytin çeşidi tescil edilmiştir. Bunlardan yaygın olan çeşitlerin sayısı 30’dur. Diğer çeşitler daha sınırlı alanlarda yetişmektedir. Yaygın olan yağlık zeytin türleri; Nizip yağlık, Kilis yağlık, Memecik, Yağ Çelebi ve Ayvalık’tır.

Ülkemizde zeytin yetiştirilen iller; Şanlıurfa, Tekirdağ, Yalova, Kastamonu, Çanakkale, İzmir, Manisa, Karaman, Aydın, Balıkesir, Osmaniye, Zonguldak, Şırnak, Bursa, Mersin, Muğla, Denizli, Giresun, Sinop, Hatay Isparta, Burdur, Trabzon Samsun,

Adana, Kahramanmaraş, Eskişehir, Gaziantep, Adıyaman, Siirt, Bilecik ,Mardin, Bartın, Kocaeli, Sakarya Antalya ve Artvin'dir.

Zeytin yetiştiriciliği yoğun olarak, Marmara, Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Ege bölgelerinin bazı kesimlerinde yapılmaktadır. Sofralık zeytin daha çok Marmara Bölgesi'nde yetiştirilmektedir. Gemlik zeytini üretimin %80'ini oluşturmaktadır. Türkiye'deki zeytin üretiminin yaklaşık %50 sini Ege Bölgesi karşılamaktadır. Ege Bölgesi'ndeki en yaygın zeytin türleri ise daha çok zeytinyağı üretiminde kullanılmaktadır. Bunlar, Memecik ve Ayvalık çeşitleridir. Akdeniz Bölgesi'nde yetiştirilen zeytin çeşitleri daha çok zeytinyağı üretiminde kullanılan zeytinlerdir. Güneydoğu Anadolu'da da yağlık çeşitler yetiştirilmektedir. Yağ üretiminde kullanılan zeytin türlerinin yağ oranları değişkenlik göstermektedir (Efe, Soykan, Cürebal ve Sönmez,2013,s.102-103).

3.2.1.Ege Bölgesi

Ege Bölgesinde, üretimin %20'si de sofralık olarak, %80'i yağlık olarak üretilmektedir. Zeytin ve zeytinyağının pazarlanma oranları ise yaklaşık olarak %78'dir. %22'lik kısmı iç tüketimde kullanılmaktadır (KUTO,2001,s.4).Ege bölgesinde zeytinciliğin yapıldığı yerler aşağıda verilmiştir;

- Çanakkale (Ezine, Ayvacık, Merkez ilçeleri),
- Balıkesir (Burhaniye, Ayvalık Edremit, Havran, Gömeç ilçeleri),
- Manisa (Gölmarmara, Akhisar, Kırkağaç ilçeleri),
- İzmir,
- Aydın,
- Muğla
- Denizli

Bölgedeki zeytinlikler Gediz, Büyük Menderes ve Küçük Menderes nehirlerinin vadileri sırasınca 200-250 km içeriye kadar olan kısımlardır. Ege Bölgesi'nde yetiştirilen zeytin çeşitleri, Uslu, Çakır, Memecik, Ayvalık, Domat ve Erkence'dir Ege Bölgesi'nde yetiştirilen diğer zeytin çeşitleri Eşek zeytini bir diğer adı ile Ödemiş Dilmit, Kiraz, Aş1 yeli, İzmir sofralık, Kara yaprak , Yamalak sarısı Hurma karaca, Yağ

zeytini, Çekişte, Yerli yağlık, Taş arası(Aydın), Taş arası(Kuşadası), Memeli, Hurma kaba, İmroz , Gülümbe (Turgutlu), Tavşan yüreği ve Girit Zeytini'dir(Özilbey,2014,s.4-5).

3.2.2.Marmara Bölgesi

Marmara Bölgesi'nde zeytin yetiştirilen önemli iller; Bursa,Kocaeli, Yalova ,Sakarya, Bilecik ,Tekirdağ, Balıkesir(Bandırma ve Erdek ilçeleri), Çanakkale(Gökçeada, Bozcaada ilçeleri) ve İstanbul'dur. Marmara Bölgesi kuzey rüzgarlarına ve soğuklara açık olmasından dolayı bazı senelerde sıcaklık seviyesinin düşmesi zeytinliklerde soğuktan zarar görmesine neden olmaktadır. Marmara Bölgesi'nde yetiştirilen zeytin çeşitlerinin sofralık zeytine uygun olması sebebiyle elle hasat yapılmaktadır. Gemlik zeytini Marmara bölgesinin en yaygın ve en bilinen çeşididir. Bölgedeki diğer zeytin çeşitleri Çizmelik(Tekirdağ),Beyaz yağlık, Samanlı Çelebi (İznik),Eşek zeytini(Tekirdağ),Şam, Erdek yağlık, Edincik su, Karamürsel ve siyah salamuralıktır(Özilbey,2014,s.5).

3.2.3.Akdeniz Bölgesi

Akdeniz Bölgesi'nde zeytincilik yapılan iller; Osmaniye, Kahramanmaraş Antalya Hatay ,İçel ve Adana'dır.Türkiye'nin güneyindeki bulunan bu bölgede Toros dağları ile Akdeniz kıyı şeridi arasındaki dar alanda zeytinlikler bulunmaktadır . Bölgenin mahalli çeşitleri yanında Ege ve Marmara bölgesi çeşitleri de bulunur. Bölgenin çeşitleri, Saurani, Sarı Habeşi, Halhalı(Hatay),Küçük topak ulak, Sayfi, Elmacık, Büyük topak ulak, Sarı ulak ve Karamani'dir(Özilbey,2014,s.5).

3.2.4.Güneydoğu Anadolu Bölgesi

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde zeytinciliğin yapıldığı iller; Kilis, Adıyaman Gaziantep, Şanlıurfa ve Mardin'dir.Bu bölge zeytincilik açısından yüksek potansiyele sahiptir ve bölgenin yapısı zeytin üretimine uygundur. Ancak sıcaklık seviyesinin yüksek olması ve yağışların yeterli olmaması zeytinciliğin gelişmesini olumsuz olarak etkilemektedir. Bölgede antepfıstığı yetiştiriciliği yoğun olarak yapılmaktadır.

Antepfıstığı zeytine rakip olmaktadır. Bu durum zeytin yetiştiriciliği için olumsuzluk olarak etkilemektedir. Bunun sebeplerinden biri de antepfıstığı yetiştiricinin zeytin yetiştirmeye kıyasla daha ekonomik ve kolay olmasıdır. Diğer bir sebep ise zeytin üretim girdilerinin masraflı olması ve üreticinin beklenen fiyat karşılığını bulamamasıdır. Bu nedenlere ek olarak sosyo ekonomik yapısından kaynaklı olarak da zeytin yetiştiriciliği bu bölgede beklentiyi karşılamamıştır. Bölgede üretilen zeytinlerin işlenmesi için eksiklikler vardır. Alt yapı tesislerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Zeytin çeşitliliği açısından zengin bir bölgedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yaygın olan zeytin çeşitleri; Çelebi, Nizip yağlık, Kilis yağlık Eğriburun(Nizip) Kan çelebi ve Halhalı(Derik) gibi çeşitleridir. Diğer bölge çeşitleri, Halhalı çelebi, Eğriburun (Tatayn), Melkabazi, Hırhalı çelebi ,Hursuki, Hamzaçelebi,Zoncuk , Mavi, ,Belluti Tesbih Çelebi, Yağlık sarı zeytin ,Yuvarlak çelebi, Yün çelebi, iri yuvarlak ve Kalembezi'dir (Özilbey,2014,s.6).

3.2.5.Karadeniz Bölgesi

Karadeniz Bölgesi ülkemizin kuzeyinde yer almaktadır.Bu bölgede zeytincilik yapılan iller;Trabzon ,Zonguldak,Samsun, ve Artvin ve Sinop gibi soğuk kuzey rüzgarları açısından korunaklı bölgelerdir. Bölgenin kendine ait yöresel zeytin çeşitleri vardır.Buna ek olarak son senelerde diğer bölgelerden çeşitler gelmektedir.Karadeniz Bölgesi'nde yaygın zeytin çeşitleri, Samsun tuzlamalık, Samsun salamuralık, Marantelli,Sinop No.4,Butko, Samsun kırmızı tuzlamalık, Sinop No.5 ,Satı,Samsun yağlık,Trabzon Yağlık , Sinop No.2,Samsun ufak tuzlamalık,, , Patos, Sinop No.6, Sinop No.1 ve Göreveli'dir.(Özilbey,2014,s.6).

3.3.Türkiye’de Zeytin Üretiminde Güçlü Olan İller

Türkiye’de Balıkesir, Manisa, İzmir, Bursa, Manisa, Mersin, Çanakkale, Hatay, Aydın, Muğla ve Gaziantep zeytin üretiminde önemli illerdir. Bu illeri teker teker incelenecektir.

3.3.1.Aydın

Zeytin ve zeytinyağı üretimi Aydın’ın ekonomisinin gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır. Zeytinyağı üretiminde kalitesinin korunması önem verilmektedir. Zeytinyağı üretim, sıkım ve depolama kısımlarında zeytinyağının özelliklerinin bozulmamasını önlemek için üreticilerin ve sıkım fabrikalarının süreç boyunca özenli olması ve yağın kalitesini koruması gerekmektedir(Aydın Ticaret Borsası,2013,s.1).

2020-2021 döneminde il genelinde ürün rekoltesinin bir önceki seneye kıyasla daha az olduğu, bahçeler açısından rekolteye esas ürünün yamaç kısımlarında ve dağlık arazilerde daha sık olduğu görülmektedir. Bu sene, bölge genelinde ürün rekoltesinin bahçeler ve yöreler açısından değişiklik göstermektedir. Ürün miktarının az olduğu, bazı alanlarda ise rekoltenin görece daha iyi olduğu gözlenmiştir. Bölge genelinde çiçeklenme döneminde sıcaklık seviyesinin yüksek olmasından kaynaklı olarak meyve tutumumu olumsuz anlamda etkilemiştir, sürecin devamında ise, yağış miktarının yeterli olmaması sebebiyle ürün verimliliği ve kalite düzeyi azalmıştır. Nazilli, Kuyucak, Sultanhisar, Köşk, Efeler ve bazı ilçelerde meydana gelen dolu sebebiyle zarara uğramış ve kalite açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkmıştır. Çine, Karpuzlu, Bozdoğan, Yenipazar ilçelerinde verimlilik seviyesinde dalgalanmalar yaşanmıştır özellikle sulanabilen kısımlarda daha iyi olduğu anlaşılmıştır.

Halkalı leke ve pamuk biti hastalıkları bazı bölgelerin özellikle vadi içi taban arazilerinde devamlılık göstermektedir. Sürgün zayıflamasına sebep olmuştur ve verimlilik seviyesinin düşmesine yol açmıştır. Hastalıklara ve zararlılara karşı kimyasal mücadelenin yeterli düzeyde olmasa da uygulandığı gözlemlenmiştir. Bu duruma karşı olarak organik zeytin üretimi bölgeler açısından yaygınlık göstermektedir

Çiçeklenme döneminde etkili olan 3-4 günlük olarak sıcaklık seviyesinin aşırı artması rekolteadaki azalmanın diğer sebeplerindendir. Aşırı sıcaklık artışından kaynaklı olarak zeytin ağaçlarında kurumalar ve dallardaki danelerde buruşmalar yaşanmıştır.

Aydın ilindeki ürün hasadında makineli hasat yaygın olarak kullanılmaktadır (UZZK,2020,s.21-22).

AYDIN REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemeliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi
2012-2013	21.940.698	2.495.217	7,9	173.639	49.778	123.861	23.830	5,2
2014-2015	22.076.091	2.251.196	7	152.651	48.053	104.598	20.512	5,1
2015-2016	21.941.499	2.408.727	5,3	117.173	39.568	77.605	15.694	4,9
2016-2017	22.201.197	2.321.978	11	283.151	58.239	224.912	37.554	6,0
2017-2018	22.811.443	2.292.496	19,3	440.796	77.676	363.120	68.650	5,3
2018-2019	22.387.754	2.514.812	9,0	200.889	31.985	168.904	33.781	5,0
2019-2020	22.193.288	2.430.472	17,4	334.030	77.049	256.981	52.272	4,9
2020-2021	22.092.794	2.468.514	5,5	120.704	31.622	89.082	16.197	5,5
2021-2022	21.559.929	2.228.534	13,3	287.749	43.693	244.056	42.370	5,8

Tablo 16: Aydın Rekolte Tahmini ,Aydın ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak:UZZK,2021

3.3.2.İzmir

Zeytincilik sektörüne İzmir açısından bakarsak; İzmir bir liman kenti ve dış ticaret, kültür kenti olmasına ek olarak İzmir önemli bir tarım kentidir. İzmir, geçmişten bugüne tarımda olduğu gibi zeytincilikte de önemli bir konuma sahiptir (Yıldırım,2015,s.16).

Bölge genelinde özellikle çiçeklenme döneminde sıcaklık seviyesinde yaşanan artış ve uzun süreli kuraklık periyodu verimliliği olumsuz olarak etkilemektedir. Aliağa, Bergama ve Dikili ilçelerinde zeytin tiplerinden Ayvalık/Edremit tipi zeytin çeşidinin Gemlik tipi zeytin çeşidine kıyasla ürün verimliliği daha düşük düzeydedir.

İZMİR REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemekliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi
2012-2013	15.856.450	2.977.394	11,6	183.238	15.523	167.725	34.928	5,0
2014-2015	16.237.177	2.983.775	12	194.527	24.394	170.133	35.172	4,8
2015-2016	16.104.715	2.798.409	3,3	53.441	6.406	47.035	11.030	4,3
2016-2017	16.124.102	3.271.556	8	179.014	17.664	161.350	23.719	6,6
2017-2018	16.661.123	2.923.030	11,0	183.028	23.169	178.026	34.770	5,1
2018-2019	16.248.942	3.053.569	6,3	102.756	20.340	82.415	15.389	5,4
2019-2020	16.743.314	3.963.059	7,0	117.682	14.654	103.028	20.606	5,0
2020-2021	17.364.343	3.866.973	5,5	94.875	15.827	79.048	15.778	5,0
2021-2022	16.823.256	3.792.130	10,0	168.931	18.366	15.564	30.113	5,0

Tablo 17: İzmir Rekolte Tahmini, İzmir ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak:UZZK,2021

3.3.3.Muğla

Muğla, Türkiye'nin en önemli zeytin üretim bölgelerinden biri olan Ege Bölgesi'nde yer almaktadır ve üretim açısından Ege Bölgesi'nde dördüncü sırada yer almaktadır (Çakar, Durmuş ve Arslan, 2011,s.1). Muğla İli dahilindeki Fethiye, Datça, Ula, Seydikemer, Köyceğiz, Milas, Dalaman, Marmaris, , Yatağan , Ortaca , Kavaklıdere, Bodrum ve Menteşe, ilçelerinde; Geçen yıla göre kıyaslandığında 2020-21 üretim sezonunda Muğla ilinde bulunan ilçelerde zeytin ve zeytinyağı rekoltesinde azalma yaşanacağı tahmin edilmiştir. Bölgede kuraklık olumsuz sonuçlara yol açmıştır ve bölge genelinde kuraklığın etkileri oldukça hissedilmiştir.

MUĞLA REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemektig e Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytin yağı İçin Zeytin Danesi
2011-2012	14.696.223	2.178.290	6,5	95.208	8.175	87.033	19.536	4,5
2012-2013	14.948.903	1.302.060	9,4	141.324	12.324	129.082	25.816	5,0
2013-2014	14.922.828	1.355.315	4,1	60.837	5.474	55.364	11.073	5,0
2014-2015	15.676.800	1.252.336	7	113.306	8.359	104.946	21.073	4,8
2015-2016	15.578.039	1.364.836	1,4	22.110	2.326	19.784	4.042	4,9
2016-2017	16.283.743	1.301.742	7	119.686	11.111	108.575	19.312	5,6
2017-2018	16.372.023	1.175.514	12,6	205.550	14.911	190.640	34.850	5,5
2018-2019	16.221.391	1.219.435	2,6	41.698	2.998	38.700	7.790	5,0
2019-2020	15.753.173	1.167.784	9,8	154.629	18.276	130.725	26.025	5,0
2020-2021	15.986.754	951.639	2,9	47.078	4.679	42.399	7.709	5,0
2021-2022	16.857.257	1.777.688	10,8	182.688	16.646	166.042	28.363	5,9

Tablo 18: Muğla Rekolte Tahmini, Muğla ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynakça:UZZK,2021

Muğla ili ve ilçelerinde 2021 yılında yaşanan yangından kaynaklı olarak 13.635,04 dekarlık zeytin alanı zarara uğramıştır. En çok ağacın zarar gördüğü ilçe Milas'dır. Milas ilçesinde 8.978,75 dekarlık alan yangından zarar görmüştür. Doğru ve yeterli olarak bakım yapılması ve uygun koşulların sağlanmasıyla 5-6 sene içerisinde ağaçların yeniden kendilerini toparlayabileceği düşünülmektedir. Ağaçların tam olarak verimlilik sağlayabilecek duruma gelme süreleri uygulanacak bakım ve terbiye işlemlerinin yeterli ve etkin olarak yapılması ile sağlanabilir (UZZK,2021,s.31).

3.3.4.Balıkesir

Edremit Körfezi ve çevresi, Balıkesir'de zeytinlik alanların en fazla olduğu alandır. Balıkesir'de yer alan zeytinlik alanların % 89,7'si Edremit Körfezi kıyılarında bulunmaktadır. Balıkesir'in Edremit Körfezi kıyılarında; Burhaniye,Gömeç,Havran Edremit, Ayvalık kısımlarında zeytinyağı üretimi ağırlık gösterirken; Bandırma ,Gönen Erdek'de sofralık zeytin üretimi ön planda yer almaktadır(Kocadağlı,2009,s.35). Balıkesir'in bazı ilçelerinde yetersiz sulanan ya da sulanmayan kısımlarında kuraklıktan

kaynaklı olarak taneler ciddi şekilde buruş ve kararmıştır. Bu ilçeler; Havran, Bandırma, Ayvalık, Edremit Gömeç, Erdek ve Burhaniye'dir

Genel olarak Ayvalık ilçesinde verimlilik seviyesi düşüktür. Gömeç ilçesinde ağaç veriminin Ayvalık ilçesine kıyasla biraz daha fazla olduğu görülmektedir. Fakat ağaçların doluluk miktarının düşük olmasının sebebi kuraklığın yaşanmasıdır. Ayvalık ve Gömeç ilçesinde yaşanan dolu yağışından kaynaklı olarak bazı bölgeleri etkilemiştir ve bu bölgelerde meyve dökülmeleri yaşanmıştır ve ağaçtaki meyvelerde zarar görmüştür. Balıkesir ilinde bazı bölgelerinde zeytin çiçek açma döneminde yüksek sıcaklıkların yaşanmasından dolayı rekolte kayıpları ortaya çıkmaktadır. Havran İlçesinde ürün verimliliğinde dalgalanmalar görülmektedir. Bölgede Gemlik zeytin çeşidinin fazla olması, ağaçların genç ve verimli olması ve bunlara ek olarak sulanan kısımların yoğun olması sebebiyle diğer ilçelere kıyasla ürünün daha iyi olduğu görülmektedir(UZZK,2020,s.11-12).

BALIKESİR REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemeklige Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi
2011-2012	10.791.556	551.985	9,8	106.117	31.707	74.411	14.882	5,0
2012-2013	10.862.683	568.493	16,5	178.787	34.877	143.910	28.782	5,0
2013-2014	10.826.051	543.244	6,7	72.704	26.407	46.296	9.448	5,0
2014-2015	10.772.039	529.660	14	149.768	28.549	121.219	24.244	5,0
2015-2016	10.829.549	569.462	5,5	59.774	15.160	44.583	8.917	5,0
2016-2017	10.888.511	510.065	17	187.282	28.689	158.593	22.290	7,0
2017-2018	11.024.813	497.990	22,3	245.392	40.688	204.704	34.579	5,9
2018-2019	11.038.624	473.990	10,0	109.902	26.455	83.447	15.269	5,5
2019-2020	11.085.551	503.547	14,7	163.131	41.307	121.824	24.365	5,0
2020-2021	11.156.055	571.645	11,7	130.575	14.958	115.617	20.777	5,6
2021-2022	11.320.434	555.862	15,7	177.833	42.993	134.840	26.850	5,0

Tablo 19: Balıkesir Rekolte Tahmini, Balıkesir ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak:UZZK,2021

2012/2013 iş yılı üretiminden başlanarak Balıkesir ilinin son yıllardaki zeytin üretimi incelendiğinde; üretimde var yılı yok yılı sorunundan ziyade iklim şartlarından kaynaklı olarak sapmalar olduğu görülmektedir (UZZK,2021,s.18).

3.3.5.Bursa

Bursa bölgesinde bulunan tarım arazisi yaklaşık olarak 342 bin ha civarındadır. Bu alanlarda zeytincilik yapılan kısımların oranı %12'dir. Bu oranda yaklaşık olarak 41.600 ha ve 9.5 milyon ağaç etmektedir. Genel olarak Bursa'da zeytin yetiştiriciliği sofralık zeytin üretimi olarak yapılmaktadır. Bursa'da Türkiye sofralık zeytin üretiminin %16.1'isi yapılmaktadır (Duran ve Ünal,2016,s.128).

Bölge genelinde kuraklık yaşanmasının sonucunda özellikle yetersiz sulanan ya da sulanamayan kısımlarda verimlilik oldukça azalmaktadır. Kuraklıktan kaynaklı olarak kalite kaybı yaşanmaktadır. Bu sebeple sofralık üretimden bir miktar yağlık üretime geçiş yapılacağı düşünülmektedir. Kuyularda ve sulama göletlerindeki su miktarlarında yaşanan azalmalar sebebiyle yeterli sulanamayan arazilerde de sorunlara yol açmıştır. Gemlik bölgesinde doludan kaynaklı olarak zarar görülmüştür. İlçenin büyük bir kısmı bu olumsuzluktan etkilenmiştir. Bu sebeple doludan kaynaklı olarak zarara uğrayan üreticilere ilçe belediyesi tarafından destek verilmiştir (UZZK,14,s.2020). Bursa, Gemlik zeytin çeşidinin orijin bölgesi olmasından dolayı en kaliteli sofralık zeytinleri üretmektedir. Son yıllarda var yılı yok yılı etkisinin çok azaldığı açıkça görülmektedir (UZZK,2021,s.20).

BURSA REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemeklige Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytin yağı için Zeytin Danesi
2011-2012	8.909.780	697.380	17,4	155.458	129.670	25.788	5.157,70	5,0
2012-2013	9.648.712	789.349	8	76.758	73.201	3.556	711	5,0
2013-2014	9.573.748	769.559	15,5	147.995	124.246	23.748	4.750	5,0
2014-2015	9.580.596	775.939	6	61.279	58.877	2.402	480	5,0
2015-2016	9.534.284	733.927	9,4	89.309	80.378	8.931	1.786	5,0
2016-2017	9.495.221	729.085	9	100.244	76.567	23.677	2.228	6,7
2017-2018	11.146.095	687.312	7,8	86.827	66.571	20.256	3.341	6,1
2018-2019	11.437.422	418.660	13,0	148.686	104.081	44.606	8.921	5,0
2019-2020	11.389.281	229.185	7,5	85.053	68.263	16.790	3.358	5,0
2020-2021	11.835.963	220.232	10,3	121.461	92.480	28.981	5.796	5,0
2021-2022	11.792.955	189.360	12,4	146.521	117.311	29.209	5.830	5,0

Tablo 20: Bursa Rekolte Tahmini, Bursa ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak:UZZK,2021

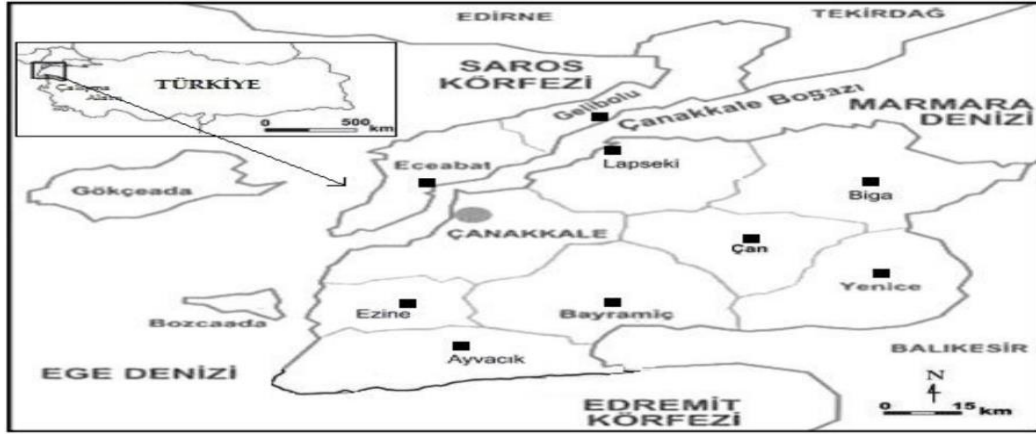
3.3.6.Çanakkale

Çanakkale’de tarımsal faaliyetler açısından zeytin önemli bir konumdadır. Tür olarak Ayvalık çeşidi yağlık zeytinler dominanttır. Ek olarak memecik, gemlik, domat ve memeli tipi zeytin çeşitleri de yer almaktadır. Çanakkale’de Gökçeada Zeytini olarak adlandırılan yerli zeytin çeşidi vardır.

Çanakkale ilinin Çan ve Yenice ilçeleri haricinde tüm ilçelerinde zeytin yetiştirme alanları mevcuttur. Fakat zeytin alanlarının en fazla olduğu ilçesi Ayvacık’dır. Bölgenin diğer önemli zeytin alanları; Bayramiç ve Ezine’dir. Ayvacık, Merkez, Bayramiç, Eceabat ve Ezine ilçeleri zeytincilikte önemli bir konumda yer almaktadır (İlgar,2016,s.24-26).

Bölgedeki zeytin türlerinde Ayvalık/Edremit tipi zeytin çeşidi Gemlik tipi zeytin çeşidine kıyasla ürün verimliliğinin daha az olduğu görülmektedir. Döllenme dönemindeki sıcaklık seviyesinin yüksek olması ürün verimliliğinin düşük olmasına neden olmaktadır. Ek olarak yaz aylarında kuraklığın yaşanması beklenen verimliliğin sağlanamamasının sebebidir.

Ayvacık geneline bakıldığında taban yerlerde ve sulanan zeytinliklerde yüksek yerlere kıyasla zeytin veriminin daha fazla olduğu görülmektedir (UZZK,2021,s.15).



Şekil15:Çanakkale İli Lokasyon Haritası/ Kaynak: Rüşti ILGAR'',Çanakkale’de Zeyticiğe Bağlı Oluşan Karasuyun Durum Değerlendirilmesi, 2020

3.3.7.Manisa

Manisa il genelinde zeytin tarımına ilgi duyulmaktadır. Tarım ve Orman İlçe Müdürlükleri ve Ziraat Odalarının uyarılarda bulunmuştur ve bu uyarılar dikkate alınarak kültürel işlemler ve zirai mücadeleler yapılmıştır. Bazı yerlerde zeytin dal kanseri ve kabuklu bit zararları görülmüştür. Bölgede zeytin sineği zararlısı ve halkalı leke hastalığından çok fazla şikayetçi olunmamaktadır (UZZK,2020,s.17).

MANİSA REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemekliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi
2011-2012	13.498.160	6.642.948	12,4	167.976	102.444	57.143	10.568,30	5,4
2012-2013	15.979.720	4.646.809	11,3	180	101.449	78.347	14.107	5,6
2013-2014	16.897.067	3.563.390	7,5	126.327	76.230	50.096	9.101	6,0
2014-2015	17.363.626	3.803.210	10	181.882	107.301	74.581	14.571	5,1
2015-2016	18.395.421	3.399.339	5,5	101.887	67.618	34.269	7.118	4,8
2016-2017	18.820.588	3.448.535	15	289.837	147.775	142.062	15.596	7,5
2017-2018	19.546.500	3.124.404	13,0	254.878	126.516	128.362	20.869	6,2
2018-2019	18.674.379	3.152.198	16,6	310.067	147.648	162.419	28.525	5,7
2019-2020	19.140.329	3.325.436	7,08	135.458	87.681	47.776	7.963	6,0
2020-2021	21.194.661	3.989.444	15,8	335.121	165.175	169.946	29.815	5,7
2021-2022	21.783.434	4.212.646	12,4	269.309	150.088	119.221	21.289	5,6

Tablo 21: Manisa Rekolte Tahmini, Manisa ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak: UZZK,2021

Manisa son senelerde zeytinciliğin gelişimi konusunda önemli performans sergilemektedir. Manisa’da zeytin ağaçlarının sayısında artış görülmekte ve sofralık zeytin üretim miktarı açısından Türkiye’nin en çok üretim yapan ili olmuştur. Günümüzde meyve veren ağaç sayısı ile Aydın’dan sonra gelen en büyük ikinci il olmasına karşın yaklaşık olarak 4 milyon meyve vermeye başlamayan kapasitesi ile zeytincilik sektöründe lider il olmaya aday olmaktadır. Manisa’da zeytinyağı üretimi de devamlı olarak artış göstermektedir (UZZK,2021,s.24).

3.3.8.Gaziantep

Gaziantep’te zeytin üretimi yapılan ilçeler; Nizip, Şahinbey, Şehitkamil, Karkamış ve Oğuzeli’dir. İlçeler incelendiğinde yaygın olarak; Nizip yağlık, Halhalı, Kilisyağlık, Eğriburun gibi türler üretilmektedir. KanÇelebi, YünÇelebi, YağÇelebi, Kalembezi gibi mahalli türlere ek olarak son senelerde, Gemlik ve Ayvalık zeytin türleri de yetiştirilmektedir.Zeytin yetiştiriciliğinde verimlilik düzeyini sınırlayan en önemli etkenler; yıllık yağış seviyesi ve bölgenin toprak yapısıdır. Gaziantep’de bulunan zeytin alanlarında senelere göre değişiklik göstermekle beraber 450-500 mm yağış yaşanmaktadır ve genellikle 4-5 senede bir sıcaklık-14 dereceye kadar azalmaktadır. Bu

sebeple zeytin üretimi yaygınlaştırılırken sıcaklık düzeyinin düşük olduğu alanlar tercih edilmemektedir (UZZK,2021,s.36).

Bölgede taban arazilerin yanında genellikle meyilli ve çiftçiler tarafından boz toprak olarak isimlendirilen alanlarda da yetiştiricilik yapılmaktadır.Boz topraklarda kış yağışları alt kısımda bulunan kireç kayası tarafından tutuluyor ve yaz ayları süresince zeytin ağaçları tarafından kullanılıyor. Bu sayede kuraklık yaşanan senelerde meyve dökümü ya da meyve büzüşmesi az görülmektedir. Gaziantep’de zeytin işleme teknolojisi açısından uygun zeytin ve zeytinyağı işleme tesisleri bulunmaktadır ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayarak sayıları gün geçtikçe artmaktadır(Antepfıstığı Araştırma Dergisi 2012,s.43-44).

3.3.9.Hatay

Hatay, zeytin yetiştiriciliği yapılan güney şehirlerinin içinde potansiyeli yüksek olan bir ildir. Bölge de zeytin üretim alanları gün geçtikçe artmaktadır. Zeytin ağacı miktarı yaklaşık olarak 12 milyon civarındadır. Zeytin yetiştiriciliği yapılan alan 430 bin dekarlık bir alandır. Zeytin ekim alanlarının gün geçtikçe artış gösterdiği Hatay’da üretilen zeytin çeşitleri;Topak, Sarı Gemlik, Savrani, Halhalı ,Karamani ve Haşabi’dir. Hatay’ın yağlık zeytin üretiminde en büyük payı %26 oran ile Altınözü almaktadır ikinci sırada %19 oranla Antakya ilçesi gelmektedir (Karaca,Bozoğlu ve Polat,2015,s.56-58).

Hatay’da mayıs ayında çiçeklenme döneminde sıcaklık seviyesinin yüksek olmasından kaynaklı olarak özellikle daha ova ve dere yatağına yakın kısımlarda meyve tutumu az olmuştur. Yüksek alanlarda verimlilik daha yüksektir. Geçen seneye oranla Hatay ili genelinde verimlilik seviyesi daha yüksek olacağı düşünülmektedir. Hatay genelinde 5 aydır yağış olmaması nedeniyle meyveler küçük kalmış ve buruşmalar yaşanmıştır (UZZK,2021,s.34-35).

HATAY REKOLTE TAHMİNİ								
YIL	Meyve Veren Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı	Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg.)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemeliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi
2011-2012	10.120.427	4.411.584	15,6	157.879	42.627	115.251	28.813	4,0
2012-2013	11.002.427	3.535.584	9,1	99.682	29.905	69.777	17.444	4,0
2013-2014	11.888.323	2.651.688	8	95.107	23.892	71.215	17.804	4,0
2014-2015	12.418.660	2.121.351	10	124.187	37.256	86.931	21.733	4,0
2015-2016	12.418.660	2.121.351	13,6	168.750	33.750	135.000	27.000	5,0
2016-2017	9.668.778	3.577.115	7	66.180	9.930	56.250	12.500	4,5
2017-2018	12.098.596	3.189.532	11,8	143.000	7.150	135.850	26.000	5,2
2018-2019	12.492.281	3.294.750	7,3	91.000	5.500	85.500	17.000	5,0
2019-2020	12.492.281	3.294.750	9,8	127.500	15.000	112.500	25.000	4,5
2020-2021	13.442.136	2.999.011	5,0	67.721	6.721	60.490	13.442	4,5
2021-2022	13.732.722	3.059.735	8,7	120.000	12.000	108.000	24.000	4,5

Tablo 22: Hatay Rekolte Tahmini, Hatay ilinde son 10 üretim sezonunda elde edilen ve 2021-2022 üretim sezonunda elde edilmesi tahmin edilen son 11 yıllık zeytin ve zeytinyağı miktarı tespit ve tahmin sonuçları(ton)Kaynak:UZZK,2021

3.3.10.Mersin

Mersin’de Mut, Erdemli, Silifke, Tarsus zeytin üretiminde önemli ilçelerdir. Son yıllarda çiçeklenme döneminde yaşanan aşırı sıcaklar nedeniyle bazı bölgelerde çiçek dökülmelerinin görüldüğü, zeytin pamuklu biti popülasyonunun yüksek olduğu görülmektedir(<https://abidintatli.com.tr>).

Mersin ili genelinde meyve veren ağaç sayısı;10.631.188 , meyve vermeyen ağaç sayısı, 5.876.151 , ağaç başına ortalama 6 kg zeytin hesabıyla toplam 63.787 ton zeytin tanesi elde edileceği ve bunun 51.030 ton’un yağlığa, 12.757 ton’un sofralığa ayrılacağı, ortalama 1/5 randıman ile 10.206 ton zeytinyağı elde edileceği düşünülmektedir(UZZK,2020,s.26).

3.4.Zeytin Sektörünün Türkiye Ekonomisine Katkısı

Türkiye konumu, coğrafi yapısı ve biyoçeşitliliği ile tarım sektöründe stratejik öneme sahip olan çeşitli endüstriyel ürünleri üretmektedir. Bu sebeple, Türk tarım sanayileri açısından izlenen politika analizleri kritik bir çalışma alanı oluşturmaktadır. Stratejik açıdan önemli bir konumda olan Türkiye'nin tarımsal ürünlerinden biri zeytinyağıdır ve hammaddesi zeytin meyvesidir. Zeytinyağı stratejik açıdan önemlidir. Bunun sebebi Türkiye zeytin üretiminde en büyük beş ülkeden biridir. Dünyanın zeytinyağı üreticileri, iç talebi sonuna kadar karşılamakta ve 50'den fazla ülkeye zeytinyağı ihracatı yapmaktadır (Atamer, Balkan ve Meral,2017,s.2).

Zeytin dünyanın her bölgesinde üretimi yapılamayan bir üründür. Bu durum iklim ve arazi koşullarının farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Zeytin dünyada kıt bir kaynak durumundadır. Bu sebeple zeytin ticareti, uluslararası alanda oldukça önemli bir konumdadır. Türkiye'nin coğrafi konumu itibariyle zeytin yetiştirilebilen bölgede yer almasından dolayı dünyadaki önemli zeytin üreticisi ülkelerden biridir (Soyyigit ve Yavuzaslan 2018,s.47-48).

Zeytin ve zeytinyağı tarımsal bir faaliyet sonucunda üretilen sıradan bir ürün değil. Zeytin ve zeytinyağında binlerce yıllık tarihi, kültürü mirası, medeniyetleri bünyesinde barındırmaktadır. Geçmişten günümüze değeri daha da artmıştır ve geliştirilen teknolojiler ve uygulanan teknikler ile kaliteli üretim yapmak hedeflenmiştir. Zeytin ağacı her yerde yetişen sıradan bir ağaç değil. Türkiye'de 35 ilde zeytincilik yapılmaktadır. Ülkemizde tarım sektörünün en önemli faaliyetlerinden biri zeytin üretimidir.

Zeytin üretimi ülkemizde yaklaşık olarak 400 bin çiftçi ailesinin geçim kaynağıdır. Buna ek olarak zeytin 8-10 bin kişinin gelir sağladığı ticari bir üründür. Bu sebeple zeytin ekonomiyi etkileyen önemli ürünlerden biridir(<https://www.dunya.com>).

Zeytin, Akdeniz ülkelerinin tarım sektöründe önemli bir konumda yer alan ve yüksek ekonomik değere sahip olan bir tarım ürünüdür. Son dönemlerde tüketici bilincinin gelişmesi ile beraber insan sağlığı açısından zeytin ve zeytinyağı tüketiminin önemi artmıştır. Zeytin sektörü ülkemizde milli gelire katkıda bulunmaktadır. Buna ek

olarak döviz getirisi sağlamakta ve istihdam yaratmaktadır. Ülkemizde senelere göre ürün miktarında farklılıklar yaşanabilmektedir, yani var yılı yok yılı sorunu ile karşılaşmaktadır. Bu sorun periyodisite olarak da adlandırılmaktadır Zeytin türlerinin ıslahı yapılmalı, gübreleme ve ilaçlama, sulama gibi bakım işlemlerinin modern hale getirilmesi, etkili ve düzenli bir şekilde yapılması gerekmektedir bunun için zeytin üreticisinin desteklenmelidir. Bu sayede ülkemizde periyodisite etkisinin azaltılması sağlanabilir (Erdal ve Vural,2017,s.37-42).Ülkemizde zeytin sektörünün gelişimi ile yalnızca zeytin üretimine değil, işleme sanayisine ve ticaretine olan ilgide artış göstermiştir. Başka sektörlerden zeytin ve zeytinyağı sektörüne önemli sermaye aktarımları olmuştur (Savran, s.2.2017).

3.5. Türkiye’de Zeytin Sektöründe İzlenen Politikalar

Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulduğu ilk kırk yıl süresince üreticilere sağlanan devlet politikaları ile zeytincilik gelişmiştir ve büyüme göstermiştir. İki farklı dönemde, ağaç miktarında, ham dane, sofralık dane ve zeytinyağı üretimlerinde artış yaşanmıştır. İlk dönem, zeytincilik seferberliğidir. Zeytincilik seferberliği Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllarda gerçekleştirilmiştir. İkinci dönem ise geleneksel zeytincilikten modern zeytinciliğe” geçiştir. Bu geçiş 1990’lı yılların ikinci yarısından itibaren gerçekleştirilmiştir (Tunalıoğlu,2010, s.18). 1996 tarihli Avrupa Birliği Gümrük Birliği Anlaşması ile Türkiye ekonomisi,1996 ve 1997 dönemde Gümrük Birliği sonrasında ortalama % 8 gibi yüksek bir oranda büyümüştür ve tarımsal üretimde uygulanan politikalarda yeni bir sürece girilmiştir (Özdemir ve AYTEKİN,2016, s.51). Yeni süreç ile üretim ve dış ticaret politikalarında farklılıklar yaşanmıştır.

Bu sürece ek olarak;

2001 yılında IMF ile imzalanan stand-by anlaşması,

Tarım Reformu Uygulama Projesi (TRUP), 2001 senesinde Dünya Bankası Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (IBRD) onayı ile yürürlüğe girmiş ve uygulanmaya başlanmıştır

2004 yılında DTÖ çerçeve metninin kabulü

2005 yılında Avrupa Birliği ile müzakereler başlamıştır. Bu sayede tarım sektöründe gelişmeler yaşanmıştır.

31 Aralık 2008 tarihinde, Tarım Reform Uygulama Projesi sonlanmıştır. Bu proje, tarımsal pazarlama düzenlemesi açısından önemli olan birliklerin tekrar yapılandırılmasını, tarımsal üretimi destekleme politikalarının değişimini hedeflemektedir. Bu sebeple tarımsal pazarlama düzenlemesinde önemlidir. Tarım ve Köy işleri Bakanlığı tarafından proje sürecinde üretim ile ilgili olan politikaları yürütülmüştür. Türkiye’de 2000 yılında geleneksel zeytin bahçelerinden modern zeytin bahçeleri tesisine dönüş yaşanmıştır.2000 senesinden sonraki dönemde değişen zeytin ve zeytinyağı politikalarının zeytincilikte gelişmeyi ve büyümeyi olumlu yönde etkilemiştir. Ayrıca zeytin ağacı miktarında ve zeytincilik yapılan alanlarda artış yaşanmıştır (Tunalıoğlu,2010,s.18).

Zeytin üreticilerine prim desteğine ek olarak 2003 senesi itibariyle gübre ve mazot desteği sunulmaktadır. Ülkemizde zeytin üreticilerinin yararlandığı kimyevi gübre ve mazot desteği ödemeleri 3 ayda bir olarak sağlanmaktadır.2006 yılından beri sertifikalı zeytin fidan kullanımını arttırarak, sağlıklı fidanlarla en az 10 dekar kapama zeytin bahçe tesisinin yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla zeytin üreticileri desteklenmektedir. Sertifikalı fidan desteklemeleri birim fiyat ve alana göre ödeme tutarları farklılık göstermektedir. Zeytincilik sektörünün gelişmesini sağlamak için oldukça geniş açıdan sağlanan desteklemeler zaman içinde farklılık göstermiştir. Geçmiş senelerde uygulanan destekleme araçları içinde; doğrudan gelir desteği, destekleme alımları ve girdi sübvansiyonları bulunmaktadır. Seneler içinde destekleme primleri, destekleme alımlarıyla yer değiştirerek kesintiye uğramıştır ancak halen fark ödemesi adı altında devamlılık göstermektedir. 2021 senesinde zeytin üreticilerine sağlanan destekler aşağıdaki şekildedir;

Mazot ve dekara 8 TL gübre desteği

Alan bazında dekara 17 TL

Zeytinyağı fark ödemesi 80 kilogram/kuruş

Tane zeytin (sofralık) fark ödemesi 15 kilogram/kuruş

Sertifikalı fidan kullanım desteği (standart fidan kullanan bahçelerde 100 TL/dekar,

Sertifikalı fidan kullanan bahçelerde 280 TL/dekar) bulunmaktadır.

Zeytinyağı için kilogram başına sağlanan destekler, 2017 ile 2021 seneleri arasında beş yıl içinde yaklaşık olarak %2 artış göstermiştir, 0,83 TL/kg'dan 0,85 TL/kg'a çıkarılmıştır. Fark ödemeleri zeytinyağına sağlanan destekler arasında en fazla paya sahiptir. Fark ödemeleri son beş yıllık süreçte değişmemiştir ve 0,80 TL/kg olarak sabit kalmıştır. Gübre desteği bir kg zeytinyağı başına 2016-2020 seneleri arasında yaklaşık olarak %100 artış göstermiştir ve 0,01 TL/kg'dan 0,02 TL/kg'a çıkarılmıştır. Mazot desteği de bu yıllar arasında %100 oranda artış göstermiştir (NTO,2018,s.20-22).

3.5.1. Türkiye'de Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Politikaları

Türkiye'de tarımın desteklenmesi için çok sayıda sebep vardır. Bunlara örnek olarak, destek sağlanması ile tarım ürünlerinin fiyatlarında bir istikrarın belirlenmesine imkân sağlanabilir, ülkemizde tarım alanlarında çalışan nüfusun gelir düzeyinin tarım dışındaki alanlarda çalışanlara göre daha az olması nedeniyle tarım alanındaki nüfusa devlet desteği sağlanmalıdır. AB ülkelerine kıyasla ülkemizde tarım alanındaki işletme büyüklükleri çok küçüktür. Tarım ürünleri fiyatlarında yaşanan dalgalanmaların giderilmesi bakımından desteklere ihtiyaç duyulmaktadır (Gazanfer,2017,s.104). Özellikle 1930'lu yıllarda ülkemizde Sümerbank ,Etibank, Toprak Mahsulleri Ofisi, İş Bankası gibi birçok Kamu İktisadi Teşebbüsü devreye girmiştir. Bu doğrultuda ülke tarımında stratejik ürün olarak sayılan ürünlerle ilgili kooperatif kuruluşlarının yasası çıkarılmış bu sayede bu tür kuruluşların oluşturulması da teşvik edilmiştir. Bunlara ek olarak Tarım Kredi Kooperatifleri 1936 senesinde tarımsal ilaç, gübre, tarımsal alet ekipman gibi tarım sektörünün ihtiyacı olan girdilerin uygun şartlarda karşılanması amacıyla kurulmuştur. Bu süreç 1960'lı yılların ortalarına kadar devam etmiştir. Bu dönemde tarımda uygulanan destekleme araçlarının başında tarım kesimine, uygun şartlarda kredi desteğinin verilmesi gelmektedir. Tarımsal girdi desteği, tarımsal ilaç ve gübre gibi girdilerin uygun fiyatlarla üreticiye verilmesi şeklinde oluşmuştur. Bunların haricinde, verimlilik seviyesinin ön planda tutulduğu yeni

tohum veya fidan çeşitlerinin geliştirilmesi, modern tarım tekniklerinin gelişmelerin takip edilmesi ve uygulanması, tarımsal mekanik düzenine geçilmesi ve üreticiye üretimdeki girdileri için sağlanması gereken altyapı yatırımlarının T.C. Ziraat Bankası kaynaklı olarak düşük faizli kredilerle destek sağlanması biçiminde ortaya çıkmıştır. Daha önce bahsettiğimiz destekleme araçlarına ek olarak 1966 yılında destekleme alımları politikası benimsenmiştir. Destekleme alımları politikası kapsamında hem Tarım Satış Kooperatifleri gibi kooperatif kuruluşları hem de Toprak Mahsulleri Ofisi gibi kuruluşlar, bu destekleme politikasının uygulanması için devlet tarafından görevlendirilmişlerdir(Yaşarlar 2011,s.105-106).

1963 senesi itibariyle planlı dönem ile birlikte Türkiye’de tarım politikaları ile ilgili ilk ciddi uygulamalar başlamıştır. Bu süreçte üreticiler genel olarak, girdi destekleri, düşük faizli kredi temini, destekleme alımları ve prim uygulamaları şeklindeki politikalar ile desteklenmişlerdir. Ancak daha sonraki dönemde iç ve dış dinamiklerin etkisiyle birlikte tarım politikalarını yeniden düzenleme arayışına girilmiştir. Tarım politikalarında reform yapılmasına ihtiyaç duyulması Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile beraber hissedilmiştir. Örgütlü, daha rekabetçi, kayıtlı ve tarım sanayi arasında entegrasyonun güçlü olduğu bir tarımsal yapının gerekli olduğu düşünülmüştür. Tarım Reformu Uygulama Projesi, Dünya Bankası ile yapılan Ekonomik Reform Kredisi anlaşması ile birlikte 2000 senesinde uygulamaya geçmiştir (Aktaş,2008,s.7).

İlk kez 1966 senesinde zeytinyağı Destekleme Alım kapsamına dahil edilmiştir.1986 senesine kadar sürekli olarak desteklenmiştir. Ancak 1987-1990 yılları arasında destekleme kapsamından çıkarılmıştır.1991 senesinde yeniden destekleme kapsamına giren zeytinyağı,5 Nisan 1994 kararıyla beraber yeniden destekleme kapsamı dışında bırakılmıştır. Destekleme Alım uygulaması bazı zamanlarda yerini Birlik alım fiyatlarına bırakmıştır ve 1998’den sonra da destekleme prim ödemeleri şekline dönüştürülmüştür. Prim ödemelerinin amacı AB Ortak Tarım Politikalarına ve Dünya Ticaret Örgütü’ne uyum sağlamak, tarımsal kayıt ve envanter tutulmasını sağlamak ve böylece ekonomiyi kayıt altında tutarak vergi gelirlerinde artış olmasını sağlamak hem üretici hem de sanayiciyi eş zamanlı olarak korumak, sanayiye dünya fiyatlarında

hammadde sağlamak ve üretimi teşvik etmektedir. Zeytinyağı üreticilerine, bazı dönemsel farklılıklar göstermekle beraber direkt olarak kg başına destekleme primi adı altında uygulanacak desteklerin miktarları belirlenirken, iç ve dış piyasa fiyatları, bütçe imkanları ve üretim maliyetleri göz önünde tutulmaktadır (TEPGE,2021,s.3).

Aşağıdaki tabloda da görüleceği gibi bazı dönemlerde destekleme alımı uygulaması, yerine birlik alımı uygulanmıştır. 1998 senesi itibari ile destekleme alımları prim ödemelerine dönüştürülmüştür. 1990 senesinde prim ödemelerine ara verilmiştir daha sonrasında 2000 senesinde prim ödemeleri yeniden başlamıştır. 2003 senesinden itibaren destekleme prim sistemi uygulanmaktadır

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

Tablo 23: Yıllara Göre Destekleme Şekilleri/Kaynak: Gazanfer, 2007; GTB, 2013

Destek priminin haricinde 2003 senesinden itibaren zeytin üreticilerine mazot ve gübre desteği yapılmaktadır. 3 ayda bir olarak Kimyevi gübre desteği ve mazot desteği ödemeleri sağlanmaktadır. (GTB, 2014). Bunlara ek olarak , 2006 senesinden beri zeytin üreticilerini desteklemek için sağlıklı fidanlar ile en az 10 dekar kapama zeytin bahçe tesisinin yaygınlaştırılması hedeflenmiş ve sertifikalı zeytin fidanı kullanımını arttırılmıştır.2006 senesinde beri zeytin türüne göre destek tutarı da farklılık göstermektedir. Ayrıca Türkiye’de 2008 yılından beri toprak analizleri desteği, iyi tarım ve organik tarım uygulamaları sağlanmaktadır.2009 senesi itibariyle Kırsal kalkınma desteği kapsamında makine ekipman desteği sağlanmaktadır. Bunlara ek olarak 2007 senesinden itibaren , tarım sigortası desteği ve 2008 senesinden itibaren faiz indirimli tarımsal kredi destekleri sağlanmaktadır (Toplu Yılmaz, 2013,s.39 ve Tunaliöglü,

2010,s.17-18).Ülkemizde sofralık zeytinin ihracat bakımından zeytinyağına oranla önem düzeyinin daha az olması ve zeytin üretiminden sofralık zeytine ayrılan kısmının oranının daha az olması sebebiyle, zeytinyağı üretim ve ihracatına yönelik politikalar, sofralık zeytin üretim ve ihracatına yönelik politikalara oranla daha yoğundur. Ülkemizde sofralık zeytin üretimini nicelik veya nitelik olarak artırmayı amaçlayan bir politika bulunmamaktadır ve üretime doğrudan bir destek sağlanmamaktadır. Ülkemizde sofralık zeytin ve zeytinyağı ihracatının teşvik edilmesini sağlamak için ihracat iadesi yoluyla ihracatçı sübvansede edilmektedir. Tarımsal ihracat iadesi, ihracatta gelişmelerin sağlanması için uygulanan teşvik araçlarından biridir. İhracatı yapılan ürünlerin ihracatına kadar olan süreçte alınan, resim, vergi ve harçlar ile benzeri eklerin hesaplanmasıyla belirlenen oranda ihracat gerçekleştikten sonra ihracatçı tarafa mahsup sistem kapsamında geri iadesinin gerçekleştirilmesidir (Seçer ve Ekmeksiz, 2012,s.68).Dünya Ticaret Örgütü Tarım Anlaşması kapsamında Türkiye'ye ihracat desteği verilebilecek 44 ürün/ürün grubu içerisinde sofralık zeytin ve zeytinyağı yer almaktadır. Böylelikle sofralık zeytin ve zeytinyağı ihracatında ihracat iadesi ödemesi sağlanmaktadır. Bu sayede ihracatı yapılan ürünlerin katma değerlerinin artması, kutulu ihracatın arttırabilmesi ve ihracatta markalaşmanın teşvik edilmesi hedeflenmektedir. Bunu sağlamak için ihracat iadesi, markalı olarak ve küçük ambalajlarda yapılan ihracatlar da daha fazla oranda yapılmaktadır (TCRG, 2015). Aşağıdaki tabloda üreticiye sağlanan destekler ve dönemleri ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Desteklemeler	Süreç
Üretim	
Alan Bazlı Destekler	
Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) ve Doğrudan Gelir Desteği (DGD)	2000-2007
Mazot Desteği	2003-devam
Kimyevi Gübre Desteği	2005-devam
Tarımsal AR-GE Desteği (DGD sonrası) <ul style="list-style-type: none"> • Organik Tarım Uygulamaları • İyi Tarım Uygulamaları • Toprak Analizleri 	2008-devam
Fark Ödemesi Destekleri	
Zeytinyağı Prim Desteği	1998-devam
Kırsal Kalkınma Destekleri	
Makine Ekipman Destek veya Hibe	2009-devam
Tarım Reformu Uygulama Projesi (TRUP) (devamında)	
<ul style="list-style-type: none"> • Damla Sulama Desteği • Çevre Amaçlı Tarımsal Arazilerin Korunması (ÇATAK) kapsamında ıslah, drenaj vb.) 	<ul style="list-style-type: none"> • 2007-devam • 2008-devam
Tarım Sigortası Destekleri	
Bitkisel Ürün Sigortası Desteği (TARSİM)	2007-devam
Diğer Tarımsal Amaçlı Destekler	
Sertifikalı Fidan ile Bahçe Tesisi	2004-devam
Faiz İndirimli Tarımsal Krediler	2008-devam
Dış Ticaret	
İhracat	
Devlet Yardımları	
Yurtdışı Fuarlara Bireysel ve Milli Düzeyde Katılım Desteği vb. destekler ve TURKQUALITY desteği	1995-devam
Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Kapsamında (Zeytinyağı)	
<ol style="list-style-type: none"> 1. AB'ye ihracatta prelevman kesintisinin kaldırılması ve net 5 kg altındaki ambalajlıda ihracat iadesi 2. 1 kg ve altı ambalajlı 3. Markalı ve/veya ambalajlı zeytinyağına ihracat iadesi (1 kg altı, 1-2 kg arası, 2-5 kg arası markalı ambalajlı ve 5 kg ve daha az ambalajlı (TURKQUALITY) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1997-2004 2. 2005-devam 3. 2006-devam
İthalat	
Gümrük Vergi Uygulaması	1997-devam

Tablo 24:Zeytin ve Zeytinyağında Üretim ve Dış Ticaret Destekleri

Kaynak:(Tunalıoğlu, 2010)

3.6.Türkiye’de Zeytin Sektöründe Yaşanılan Sorunlar

Türkiye çok sayıda zeytin ağacına sahiptir. Bu sayede dünyadaki zeytin üreticisi ülkeler arasında önemli bir konumda bulunmaktadır. Siyah sofralık zeytin üretiminde ve tüketiminde önemli ülkeler arasında olmamıza karşın, işleme ve pazarlama ve işleme konularında birçok farklı sorunlarla karşılaşmaktadır (Pehlivan Gürkan,2015,s.4). Sofralık zeytin sektöründe kalite sorunları yaşanmaktadır. Kalite kayıplarının yaşanmasına zeytin yetiştiriciliğindeki hatalar veya sofralık zeytin üretiminin diğer

aşamaları sebep olmaktadır. Adaptasyon çalışmalarının doğru şekilde yapılmaması ve çeşitlerin hatalı bir biçimde uygulanması kalite kayıplarına neden olmaktadır. Bunların haricinde kayıt dışılığın yaygın olması, kontrol ve denetimlerin doğru ve etkili bir şekilde yapılmaması ve markalaşmanın önündeki bazı engeller de kalite üzerinde olumsuz etkiye sebep olan diğer etkenler arasında yer almaktadır (Savran ve Demirbaş,2011,s.89).

3.6.1.Hammadde

Türkiye'de gerek sofralık zeytin sektöründe gerekse zeytinyağı sektöründe üretimden tüketime giden süreçte birçok sorun bulunmaktadır. Bu açıdan yaşanan sorunları üretim sürecinde yaşanan sorunlar ve üretim sonrasında yaşanan sorunlar şeklinde ayırabiliriz. Üretim sürecinde kaynaklanan sorunlar daha çok hammadde kaynaklı sorunlardır. Bu kapsamda en önemli sorunlar arasında hammadde kalitesi, hammadde temini, hammadde maliyeti vb. sorunlar yer almaktadır. Bayramer ve Tunahıoğlu (2016, s.143) tarafından da belirtildiği üzere bu sorunlar zeytinyağı ya da sofralık zeytinin, ürün kalitesini, ürün maliyetini, üretim hacmini, iç tüketimini ve dış ticaretini önemli ölçüde olumsuz etkilemektedir.

3.6.2.Hasat

Zeytin sektöründe hasat zamanı ve hasat sonrasında gerçekleşen işlemlerde zeytinin kalitesinin belirlenmesinde etkilidir. Hasat sırasında ve sonrasında kaliteyi olumsuz açıdan etkileyebilecek işlemler engellenmelidir. Bölge ve çeşitlere göre doğru zamanda hasat yapılmaması, yanlış hasat uygulamalarının kullanılması. Fabrikaya gelen ürünün yığılması, zeytinlerin temiz toplanmaması, dip ve üst ürünlerinin karışması bu süreçte karşılaşılan sorunlardandır(TBMM:2008).

3.6.3.Periyodisite(Dönemsellik)

Elde edilen ürünlerin her yıl aynı hacim seviyesinde olamaması zeytin üretiminde yaşanan en büyük problemlerden biridir. Diğer bir deyişle, dönemsellik sorunudur. Türkiye'de senelere göre zeytin ürün miktarında değişiklik yaşanmaktadır, yani periyodisite özelliğinin yoğun olarak yaşandığı zamanlar olabilmektedir. Bu sorun

eş zamanlı olarak zeytin ticaretinde de yıllar itibariyle dalgalanmalara sebep olmaktadır. (Soyyığıt ve Yavuzaslan,2018,s.49; Tetik,2005,s.40-42).

3.6.4.Fidan Üretimi

Fidan üretimi birçok meyve çeşitlerinde oldukça önemlidir. Fidan üretiminin önemli olduğu meyvelerden biride zeytindir. Zeytincilikte karşılaşılan sorunlardan biride yetersiz fidan üretimidir. Zeytin fidanı genel olarak vegetatif yöntemle elde edilirken, ekonomik açıdan önemli olan adventif kök oluşum problemi sebebiyle yalnızca çöğür anaç üzerine aşı yapılması ve bu şekilde çoğaltılması gerekmektedir(TBMM:2008).

3.6.5.Ambalajlama

Zeytin sektöründe ambalajlama süreci önemlidir. Bunun sebebi ambalajlama sürecinde zeytinin tadında değişiklikler meydana gelmesidir. Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı sektöründe yanlış ambalajlama üründe kalite kayıpları yaşanmasına neden olabilir. Yanlış ambalajlama ürünlerin dağıtım süresinde de problem olmaktadır (Pehlivan Gürkan,2015,s.4).

3.6.6.Zeytinliklerin Rant Olarak Kullanılması

Zeytinin üretim ve tüketiminde karşılaşılan problemlerin haricinde diğer bir problem ise zeytinliklerin rant kurbanı olmasıdır. Özellikle Marmara, Ege ve Akdeniz, kıyılarındaki zeytinlikler rant kurbanı olmaktadır. Bu alanlar iskana açılmıştır veya otel ve motele dönüştürülmüştür. Bu da verimli zeytinliklerin kullanılmamasına azalmasına ve zeytin yetiştiriciliği yapılacak alanların etkili şekilde kullanılmamasına sebep olmaktadır (<https://www.gemlikzeytini.net>).

3.6.7.Zeytinyağında Yaşanılan Sorunlar

Zeytinyağı sektöründe de sorunlarda yaşanmaktadır. Türkiye ekolojik açıdan zeytin ve zeytinyağı üretimi konusunda son derece uygun şartlara sahip olmakla beraber, sektörde karşılaşılan problemler zeytinyağı sanayinin gelişmesine direkt olarak etkilemektedir. Zeytinyağı sanayinin hammadde gereksinimi zeytin işletmeleri tarafından karşılanmaktadır bu sebeple üretimdeki problemlerden de kaynaklı olarak üreticilerin karşılaştıkları problemler, sanayinin gelişimi açısından büyük önem

taşımaktadır (Apaydın,Sarioğlu,Tosun ve Demirbaş,2014,s.1). Üretim, pazarlama ve depolama politikalarında yaşanan tutarsızlıklardan kaynaklı olarak zeytinyağında bazı senelerde arz fazlalıkları, yüksek seviyede kalitede kayıpları ve fiyat istikrarsızlıkları yaşanabilmektedir. Bu sebeple lisanslı depoculuk anlayışının geliştirilmesi, benimsenmesi ve bu anlayışın yaygınlaştırılması ve etkili bir şekilde kullanılması Türkiye'nin zeytinyağı üretiminde ve ihracatında amaçlanan şekilde ve sürdürülebilir bir hale gelebilmesi bakımından oldukça önemlidir. Bunlarla beraber mevcut üretim, depolama ve pazarlama sisteminin eksik yönlerini telafi etme fırsatı sunan sistemin, bazı yapısal ve altyapı problemleri de vardır (Savran,2015,s.1).

Türkiye zeytinyağı ihracatında önemli bir konumda olmasına karşın Türkiye’de zeytinyağı ihracatı genel olarak düşük katma değerli olan ham yağ biçiminde yapılmaktadır. İhracatı yapılan yağın dış pazarlarda ambalajlı olarak satış yapılan kısmı düşük bir orana sahiptir. Gerçekleştirilen ihracatın Türk zeytinyağı olarak tanıtılması ve ihracatın ambalajlı biçimde yapılması hedeflenmektedir. Türkiye ilk ihracatını 1967 senesinde gerçekleştirmiştir. Üretici olmasına rağmen ihracat yapan ülkeler arasına girmiştir. Fakat ihracatçı konumunda olarak büyük bir öneme sahip değildir. Bunun sebebi mevcut ihracatın büyük bir bölümünün ambalajsız yani diğer bir deyişle dökme olarak ve genel olarak diğeri İhracatçı ülkelere yapılmasıdır. Bu alışveriş, üretici ülkenin zeytinyağı arzının talebi karşılamaması neticesinde pazarı kaybetmemek amaçlanmaktadır. Mevcut kalitemizle, dış pazarlarda markalı ve ambalajlı olarak yer almamız bazı istisnalar dışında şu an için olası görülmemektedir (<https://www.gemlikzeytini.net>).

3.7.Küresel Pazarlarda Türkiye’nin Zeytin ve Zeytinyağı İhracatı

Dünya piyasasında zeytin ve zeytinyağı ithalatından Türkiye’nin aldığı paylar yıllara göre aşağıdaki tabloda yer almaktadır.2001 yılında Türkiye’nin küresel pazardan aldığı pay %5 iken 2020 yılında %3’ e gerilemiştir. Türkiye’nin son üç yıldır payı %3 olarak görünmektedir.

Yıl	Küresel İthalat	Dünyanın Türkiye'den İthalatı	Türkiye'den Yapılan İthalatın Payı (%)
2001	2.998.511	145.287	5%
2002	3.456.184	80.700	2%
2003	4.321.748	197.070	5%
2004	5.748.560	171.999	3%
2005	6.515.100	316.972	5%
2006	7.630.198	260.348	3%
2007	7.799.205	228.558	3%
2008	8.294.321	176.562	2%
2009	7.113.305	191.460	3%
2010	7.494.182	171.770	2%
2011	8.052.867	157.056	2%
2012	7.833.097	167.493	2%
2013	9.289.192	395.994	4%
2014	9.512.824	179.662	2%
2015	9.859.114	184.320	2%
2016	9.927.128	182.111	2%
2017	10.892.567	254.877	2%
2018	11.405.918	394.048	3%
2019	9.844.582	251.415	3%
2020	10.252.139	270.685	3%

Tablo 25:Küresel Pazarda Türkiye'nin Payı (2001-2020)/Kaynak:(UIB,2021,S.6).

3.7.1.Türkiye'nin Zeytin ve Zeytinyağı İhracatında Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük(AKÜ) Endeksi

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler (AKÜ) yaklaşımı, karşılaştırmalı üstünlükleri diğer bir ifade ile rekabet gücünü ölçmek amacı ile oldukça sık kullanılan yöntemlerdendir. Bir ülkenin mal ya da sektör bazında ihracat yapısının ülkenin karşılaştırmalı üstünlüklerini, ithalat yapısının ise karşılaştırmalı dezavantajlarını yansıttığı AKÜ yaklaşımına göre; bir malın ticaret dengesinin pozitif olması durumunda o ülkenin o malın/sektörün ihracatında karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu söylenebilir. Tam tersi olduğu durumda ise karşılaştırmalı dezavantaja sahiptir (Bekmez, 2008:17). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler fikri ilk kez 1958 yılında Liesner tarafından ortaya çıkarılmıştır. İngiltere'nin Ortak Pazar Ülkeleri ile rekabet gücünü karşılaştırmak amacıyla oluşturulmuş olan indeks, 1965 yılında Balassa tarafından işlevsel hale getirilmiştir. Balassa İndeksi, ülkelerin mevcut ticaret verilerinden faydalanılarak karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren, ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Seymen, 2009:237).

Balassa Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (akü) endeksi için temel formül denklem 1'deki gibidir.

$$AKÜ_{kt}^j = \frac{X_{kt}^j / X_{kt}^w}{X_t^j / X_t^w} \quad (1)$$

Denklem 1'de yer alan;

$AKÜ_{kt}^j$: j ülkesinin t dönemindeki k malı veya sektörü için hesaplanan Balassa açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük endeksi

X_{kt}^j : J ülkesinin t dönemindeki k malı veya sektörü için ihracatı

X_{kt}^w : Dünya t dönemindeki k malı veya sektörü için ihracat

X_t^j : j ülkesinin toplam ihracatı

X_t^w : Dünya toplam ihracatı

Söz konusu tanımlardan yola çıkarak şu tanımlar da yapılabilir

X_{kt}^j / X_{kt}^w : j ülkesinin k malı veya sektörü için ihracatın dünya ihracatına oranı

X_t^j / X_t^w : j ülkesinin toplam ihracat için ihracatın dünya ihracatına oranı

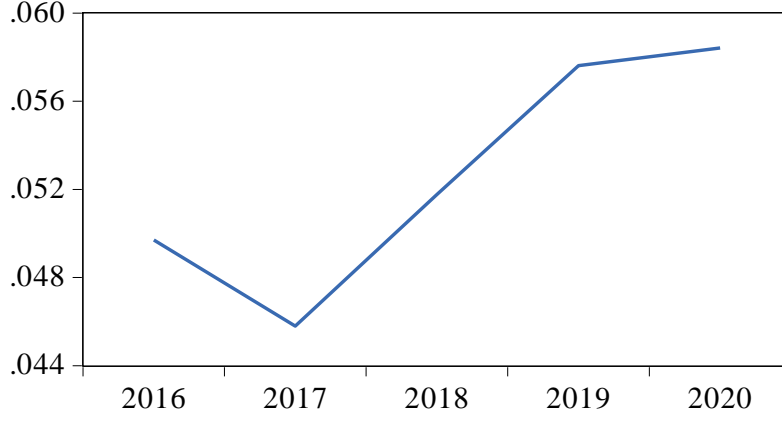
Denklem 1'de yer alan değişkenlere ait 2016 ile 2020 yılı arasındaki gözlemler tablo 1'deki gibidir.

Tablo 26: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değişkenlerine Ait Gözlemler

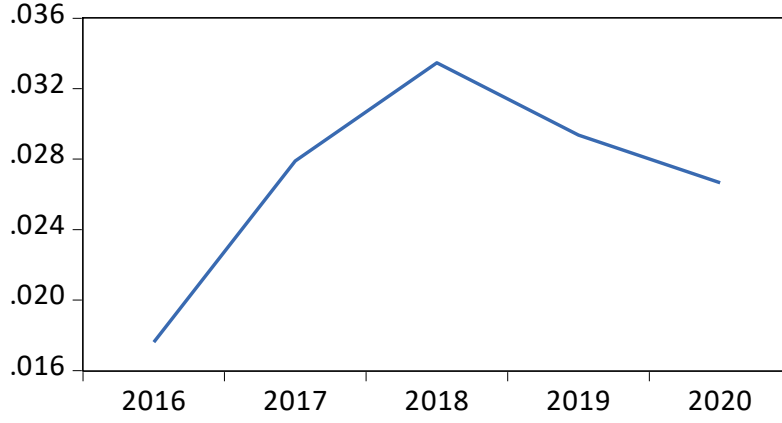
Yıl	Zeytin İhracatı	Zeytin Yağı İhracatı	Toplam İhracat
	X_{kt}^j / X_{kt}^w	X_{kt}^j / X_{kt}^w	X_t^j / X_t^w
2016	0.04970	0.01762	0.01140
2017	0.04579	0.02790	0.01060
2018	0.05176	0.03346	0.00910
2019	0.05762	0.02937	0.00870
2020	0.05842	0.02665	0.00850

Şekil16: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değişkenlerine Ait Zaman Yolu Grafikleri

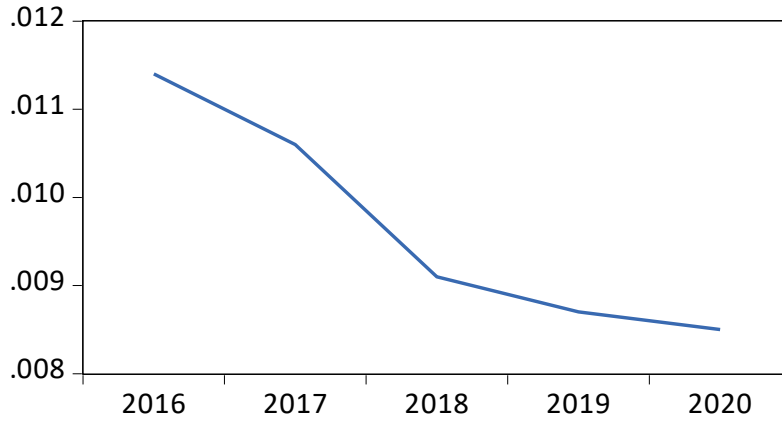
Zeytin İhracat Oranı



Zeytin Yağı İhracat Oranı



Toplam İhracat Oranı



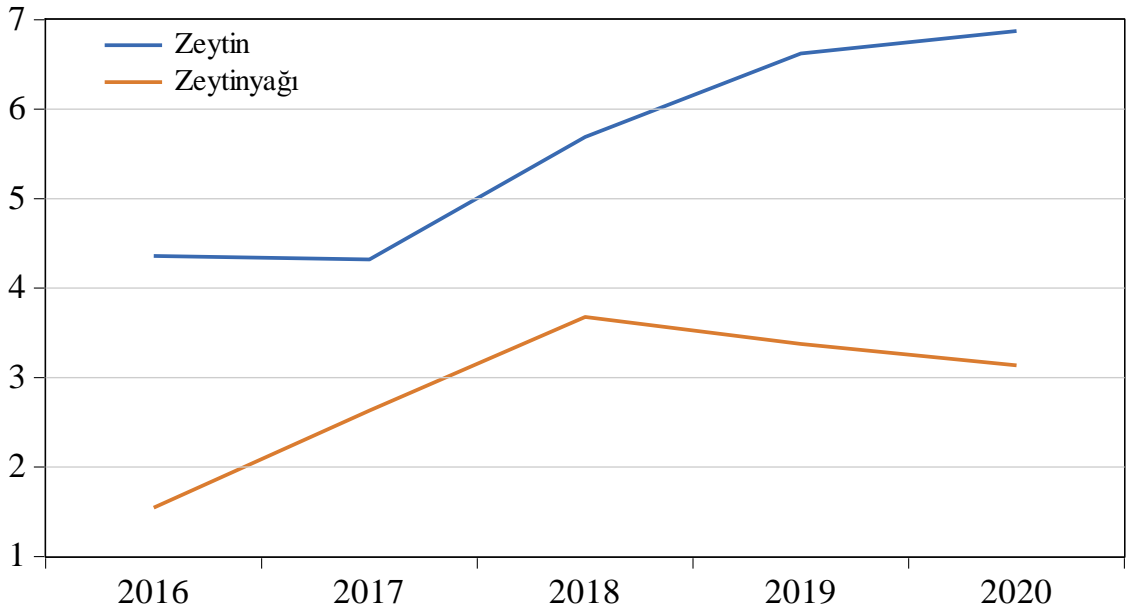
Tablo 27: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeks Değerleri

Yıl	Zeytin	Zeytinyağı
2016	4.35956	1.54529
2017	4.32017	2.63216
2018	5.68792	3.67738
2019	6.62258	3.37557
2020	6.87239	3.13562

Tablo incelendiğinde Türkiye'nin zeytin ihracatında 2016 ile 2020 yılları arasındaki tüm dönemlerde güçlü bir karşılaştırmalı üstünlüğü olduğu görülmektedir. (AKÜ>4). Diğer yandan söz konusu güçlü karşılaştırmalı üstünlüğün dönemler boyunca artarak devam ettiği görülmektedir. Zeytin yağı için hesaplanan karşılaştırmalı üstünlük endekslerinin ise 2016 yılında zayıf bir karşılaştırmalı üstünlüğe ($1 > AKÜ > 2$), 2017 yılı ile 2020 yılları arasında ise orta derecede karşılaştırmalı üstünlüğe işaret ettiği görülmektedir. ($2 > AKÜ > 4$)

Karşılaştırmalı üstünlüklere dair zaman yolu grafikleri ise şekil17'deki gibidir.

Şekil17: Balassa Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük (Akü) Endeksi Zaman Yolu Endeksi



4.GEMLİK ZEYTİN ÜRETİCİLERİ ÜZERİNDE ANALİZ

4.1.Yöntem

Araştırmanın bu kısmında araştırma amaçları ve kapsamı, araştırmada cevaplanması amaçlanan araştırma soruları ve araştırmada kullanılan istatistiksel analiz yöntemleri açıklanmıştır.

4.2.Amaç ve Kapsam

Araştırmanın amacı Gemlik İlindeki zeytin üreticilerinin küresel rekabet ortamındaki konumlarının belirlenmesi, söz konusu üreticilerin küresel rekabet ortamında karşılaştığı sorunlar ve söz konusu sorunların çözümlenmesi esnasında kullandıkları yöntemlerin belirlenmesidir. Araştırmada bu amaçla birlikte üreticilerin ciro miktarına, aile işletmesi olup olmamasına ve ihracat yapıp yapmamasına bağlı birtakım farkların incelenmesi de kapsam dahilinde tutulmuştur.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Gemlik ilinde bulunan yaklaşık 3149 üretici oluşturmaktadır. Söz konusu üretici sayısı Gemlik Ticaret Borsası 15.08.2021 tarihinde yayımlanmakta olup, 2020 yılı için üretici sayısını belirtmektedir. (Gemlik Ticaret Borsası, 2021, s. 28) Evren sayısı 3149 için %95 güven düzeyi ve %10 hata payı için evreni temsil için gerekli minimum örneklem 93 olarak hesaplanmıştır.²

$$^2n=N.t^2.p.qd^2.(N-1)+t^2.p.q$$

d=0.10 (Sapma oranı, göze alınan sapma oranı, güven aralığı %5)

p=q=0.50 (Bir olayın görülme olasılığı p, görülme olasılığı 1-p=q)

t(0.10 , ∞)=1.640 (α=0.05 ve N>120 için t tablo değeri)

N=Evrendeki birey sayısı

n= Gerekli minimum örneklem sayısı

Yapılan saha çalışmasında ise gerekli minimum örneklem düzeyinin üzerine çıkılarak 120 adet anket tamamlanmıştır.

4.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüzde görüşmelerle anket yöntemi benimsenmiştir. Araştırma amaçları doğrultusunda oluşturulan anket formu 3 kısımdan oluşmaktadır. Anket Formu Eklerde sunulmuştur.

4.5. Araştırma Soruları

Araştırma amaçları doğrultusunda cevaplanması amaçlanan araştırma soruları şu şekildedir;

1. Üreticileri etkileyen en önemli sorunlar nelerdir?
2. Üreticiler tarafından en çok tercih edilen devlet desteği hangisidir?
3. Zeytincilik sektörünün tercih edilmesindeki en önemli etken nedir?
4. İhracatta fiyatın belirlenmesindeki en önemli etken nedir?
5. Üretim konusunda en önemli bilgi kaynakları nelerdir?
6. Firmaların ciroları ile firmaların çalışan sayısı ve çalışanlara eğitim verilmesi arasında ilişki var mıdır?
7. Firmaların ciroları ile üretim türü ve satış şekli arasında bağlantı var mıdır?
8. İşletmelerin aile işletmesi olup olmaması hedef pazar tercihlerini etkiler mi?
9. Firmaların dış ticaret biriminin olması ile ciro arasında ilişki var mıdır?
10. Firmaların ihracat yapıp yapmaması ile pazar araştırması yapması arasında bağlantı var mıdır?
11. İhracat yapan firmaların dış pazar hakkında bilgi almak için en çok tercih ettikleri kaynaklar hangileridir?
12. Üreticilerin kredi kullanımı ile ilgili en önemli sorunu nedir?

4.6. Veri Analizi

Araştırma kapsamında anket formları yardımıyla toplanan veriler IBM SPSS 24.0 versiyonuna aktarılarak gerekli tüm istatistiksel analizler söz konusu paket program yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

İzleyen bölüm olan bulgular bölümünün ilk kısmında İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler, ikinci kısmında Zeytin /Zeytin Yağı Üretimi ve Pazarlama İstatistikleri, üçüncü kısmında Satış ve Dış Ticaret İstatistikleri, dördüncü kısmında ise hipotez testleri yer almaktadır.

Araştırmada cevaplanması amaçlanan birçok araştırma sorusu değişkenlerin betimsel istatistikleri ve frekans analizleri ile cevaplanırken, bir takım araştırma sorusu ise değişkenlerin tanımlayıcı özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespitini gerektiren ve hipotez testleri ile incelenmesi gereken sorulardır. Söz konusu soruların cevaplanması amacıyla yapılacak hipotez testlerinin seçiminde değişken türü ile birlikte normal dağılım durumlarının da belirlenmesi gerekmektedir. Zira sürekli değişkenleri konu olan hipotezlerin sınanması esnasında normal dağılım durumunda parametrik test teknikleri güvenilir iken, normal dışı dağılım durumunda parametrik olmayan test tekniklerinin güvenilir oldukları bilinmektedir (Karagöz, 2016, s. 85).

Hipotez testlerine konu olan tek sürekli değişken Ciro olması sebebiyle sadece Ciro değişkenine normal dağılım testi uygulanmış ve değişkenin normal dağılmadığı görülmüştür. Diğer değişkenlerin ise kategorik değişkenler olmaları sebebiyle normal dağılımları söz konusu değil iken kategorik değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla geliştirilen testlerin de normal dağılım varsayımları bulunmamaktadır.

İki kategoriye sahip kategorik değişkenlerin ciro sürekli değişkeni bakımından farklarını incelemek amacıyla Mann Whitney U, ikiden fazla kategoriye sahip kategorik değişkenlerin ciro sürekli değişkeni bakımından farklarını incelemek amacıyla ise Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır. Diğer yandan iki kategorik değişken arasındaki ilişkiler ise çapraz tablo ve Ki-Kare testleri ile incelenmiştir.

Man Whitney U testi için sıfır ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir.

$H_0: r_1=r_2$ (İki grubun sıra ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir fark yoktur.)

$H_1: r_1 \neq r_2$ (İki grubun sıra ortalamaları arasında istatistiksel olarak önemli bir fark vardır.)

Hesaplanan test istatistiği (z) anlamlılık değeri (p) seçilen anlamlılık düzeyi (%5) ile karşılaştırıldığında $p > 0.05$ durumunda H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilirken, aksi durumda H_0 hipotezinin kabul edilmesi gerekir. Test sonucunda istatistiksel olarak önemli bir fark tespit edilmesi durumunda grup sıra ortalamaları karşılaştırılarak hangi grup düzeyinin daha yüksek olduğuna karar verilebilir. (Karagöz, 2016, s. 383-391)

Kruskal Wallis H testi için sıfır ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir.

$H_0: r_1=r_2=r_3=r_m$ (m adet grup sıra ortalaması arasında istatistiksel olarak önemli bir fark yoktur.)

$H_1: r_1 \neq r_2 \neq r_3 \neq r_m$ (m adet grup sıra ortalamasından en az biri diğerlerinden istatistiksel olarak önemli bir şekilde farklıdır.)

Hesaplanan Kruskal Wallis H (z) anlamlılık değeri (p.) seçilen anlamlılık düzeyi (%5) ile karşılaştırıldığında $p > 0.05$ durumunda H_0 hipotezi reddedilerek, H_1 hipotezi kabul edilirken, aksi durumda H_0 hipotezinin kabul edilmesi gerekir. (Karagöz, 2016, s. 419)

Ki-Kare testi için sıfır ve alternatif hipotezler şu şekildedir;

H_0 : Gruplar arasında aranan vaka veya olayın ortaya çıkma frekansı bakımından fark yoktur.

H_1 : Gruplar arasında aranan vaka veya olayın ortaya çıkma frekansı bakımından fark vardır.

Sıfır hipotezinin reddi sonucu grupların aranan özellik/olay/vaka bakımından farklılaştığı söylenebilir ve özellik/olay/vaka frekans ve yüzdeleri karşılaştırılarak yorumlanır.

4.7.Bulgular

Araştırmanın bu kısmında anket verilerinin analizi sonucu elde edilen bulgular paylaşılmıştır.

4.7.1.İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya dahil edilen işletmeler ile ilgili tanımlayıcı istatistikler tablo 28'deki gibidir.

Özellik	Kategori	Frekans (n)	Yüzde (%)
Firma Yaş	0-10 Yıl Arası	38	31.7%
	11-20 Yıl Arası	33	27.5%
	21 Yıl ve Üzeri	49	40.8%
	Toplam	120	100.0%
Firma Ciro	0-100 Milyon TL Aras	75	85.2%
	101 Milyon TL Ve Üzeri	13	14.8%
	Toplam	88	100.0%
Aile Şirketi	Evet	89	74.2%
	Hayır	31	25.8%
	Toplam	120	100.0%
Personel Sayısı	1-19	86	71.7%
	20-49	19	15.8%
	50-99	10	8.3%
	100 ve üzeri	5	4.2%
	Toplam	120	100.0%
Fonksiyonel Bölümlendirme	Evet	93	77.5%
	Hayır	27	22.5%
	Toplam	120	100.0%
Firma Hukuki Yapısı	Limited Şirket	73	60.8%
	Komandit Şirket	3	2.5%
	Kolektif Şirket	5	4.2%
	Anonim Şirket	3	2.5%
	Kooperatif	7	5.8%
	Adi Ortaklık	29	24.2%
	Toplam	120	100.0%

Tablo 28 : İşletmelerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya dahil edilen firmaların firma yaşına göre dağılımları şu şekildedir; %31.70-10 Yıl Arası (n=38), %27.5 11-20 Yıl Arası (n=33), %40.8 21 Yıl ve Üzeri (n=49). Firmaların cirolarına göre dağılımları şu şekildedir; %85.2 0-100 Milyon TL arası (n=75),%14.8 101 Milyon TL Ve Üzeri (n=13). Firmaların %74.2 Aile firması (n=89) iken %25.8’ideğildir. (n=31). Firmaların çalışan sayısına göre dağılımları şu şekildedir; %71.7 1-19 arası(n=86), %15.8 20-49 arası (n=19), %8.3 50-99 arası (n=10), %4.2 100 ve üzeri (n=5).Firmaların %77.5’inde fonksiyonel bölümlendirme mevcut (n=93) iken %22.5’sinde (n=27)değildir. Firmaların hukuki yapılarına göre dağılımları şu şekildedir; %60.8 Limited Şirket(n=73), %2.5 Komandit Şirket (n=3), %4.2 Kolektif Şirket (n=5), %2.5 Anonim Şirket (n=3),%5.8 Kooperatif (n=7), %24.2 Adi Ortaklık (n=29).

Firmaların üye olduğu örgütler ile ilgili istatistikler tablo 29’deki gibidir.

Örgüt	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziraat Odası	45	37.5%
Üretici Birliği	4	3.3%
Marmara Birlik	6	5.0%
TARİŞ	0	0.0%
Tarım Kredi Kooperatifi	2	1.7%
Tarımsal Kalkınma	2	1.7%
Sulama	0	0.0%
Diğer	39	32.5%
Hiçbiri	39	32.5%

Tablo 29: Üye Olunan Örgütler İle İlgili İstatistikler

Firmaların üye oldukları örgütler ile ilgili istatistikler şu şekildedir; %37.5 Ziraat Odası (n=45), %3.3 Üretici Birliği (n=4), %5 Marmara Birlik (n=6), %0 TARİŞ (n=0), %1.7Tarım Kredi Kooperatifi (n=2), %1.7 Tarımsal Kalkınma (n=2), %0 Sulama (n=0), %32.5diğer (n=39), %32.5 hiçbiri (n=39).

Firmalardaki mevcut kalite sistemleri ile ilgili istatistikler tablo 30’daki gibidir.

Kalite Sistemi	Frekans (n)	Yüzde (%)
ISO9001(Kalite ve Güvenlik)	36	30.0%
ISO14001 (Çevre Koruma)	8	6.7%
Takip Sistemleri	1	0.8%
HACCP (Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları)	5	4.2%
Diğer	41	34.2%
Hiçbiri	36	30.0%

Tablo 30 : Mevcut Kalite Sistemleri İle İlgili İstatistikler

Firmaların sahip oldukları kalite yönetim sistemleri ile ilgili istatistikler şu şekildedir; %30 ISO9001(Kalite ve Güvenlik) (n=36), %6.7 ISO14001 (Çevre Koruma) (n=8), %0.8Takip Sistemleri (n=1), %4.2 HACCP (Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları)(n=5), %34.2 diğer (n=41), %30 hiçbiri (n=36).İşletmelerin marka sahipliği ve AR-GE bölümü ile ilgili istatistikler tablo 31'dekigibidir.

Marka Ve AR-GE Sahipliği	Frekans (n)	Yüzde (%)
Marka Sahipliği	108	90.0%
AR-GE bölümü	45	37.5%

Tablo 31 : İşletmelerin Marka Sahipliği Ve AR-GE Bölümü İle İlgili İstatistikler

Firmaların %90'ı marka sahibi iken (n=108), %37.5'i ise AR-GE bölümüne sahiptir. (n=45)

4.7.2.Zeytin /Zeytin Yağı Üretimi Ve Pazarlama İstatistikleri

Zeytin üretim tipi ve amacıyla ilgili istatistikler tablo 32'teki gibidir.

Üretim Tipi		Frekans (n)	Yüzde (%)
Üretilen Zeytin Tipi	Sofralık	56	46.7%
	Yağlık	1	0.8%
	Her ikisi de	63	52.5%
Üretim Amacı		Frekans (n)	Yüzde (%)
Yağlık İç Pazar		63	52.5%
Yağlık Dış Pazar		1	0.8%
Sofralık İç Pazar		120	100.0%
Sofralık Dış Pazar		11	9.2%

Tablo 32 : Zeytin Üretim Tipi Ve Amacıyla İlgili İstatistikler

Firmaların ürettikleri zeytin tipine dair istatistikler şu şekildedir; %46.7 Sofralık(n=56), %0.8 Yağlık (n=1), %52.5 her ikisi de (n=63). Firmaların üretim amaçlarına dair istatistikler ise şu şekildedir; %52.5 yağlık iç pazar (n=63), %0.8 yağlık dış pazar (n=1),%100 sofralık iç pazar (n=120), %9.2 sofralık dış pazar (n=11).Firmaların çalışanlar için üretim, hasat vb. konularda eğitim faaliyetleri ve üretim konusunda bilgi edinilen kaynaklara dair istatistikler tablo 6'daki gibidir.

Tablo 33 : Üretim, Hasat vb. Konularda Eğitim Faaliyetleri ve Üretim Konusunda

Eğitim ve Bilgi Kaynakları	Frekans (n)	Yüzde (%)
Eğitim Faaliyeti	50	41.7%
Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl/İlçe Müdürlüğü	32	26.7%
İnternet	67	55.8%
Diğer Üreticiler	36	30.0%
Üye olunan Kooperatif/Birlik	16	13.3%
Diğer	23	19.2%

Tablo 33:Üretim, Hasat vb. Konularda Eğitim Faaliyetleri ve Üretim Konusunda Bilgi Edinilen Kaynaklara Dair İstatistikler

Üreticilerin %41.7'si çalışanlar için üretim, hasat vb. konularda eğitim faaliyetleri gerçekleştirdiğini ifade etmektedir. (n=50), Firmaların üretim konusunda bilgi edindikleri kaynaklara dair istatistikler ise şu şekildedir; %26.7 Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl/İlçe Müdürlüğü (n=32), %55.8 İnternet (n=67), %30 Diğer Üreticiler (n=36), %13.3 Üye olunan Kooperatif/Birlik (n=16), %19.2 Diğer (n=23).Üreticilerin zeytinyağını elde etmeyi tercih ettiği tür ve ona göre hasat, taşıma işlemlerini gerçekleştirdiği türlere dair istatistikler tablo 34'deki gibidir.

Zeytinyağı Türü	Frekans (n)	Yüzde (%)
Organik Zeytinyağı	1	0.8%
Natürel Sızma	45	37.5%
Sızma	17	14.2%
Riviera	0	0.0%
Diğer	0	0.0%
Hiçbiri	57	47.5%

Tablo 34 :Tercih Edilen Zeytinyağı Üretim Türü

Üreticilerin tercih ettikleri zeytinyağı üretim türlerine dair istatistikler şu şekildedir%0.8 Organik Zeytinyağı (n=1), %37.5 Natürel Sızma (n=45), %14.2 Sızma (n=17), %0Riviera (n=0), %0 Diğer (n=0), %47.5 Hiçbiri (n=57).

Üreticilerinin zeytin ve zeytinyağı pazarlarına dair istatistikleri tablo 35'deki gibidir.

Pazar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Kooperatife	1	0.8%
Kendim pazarlıyorum	94	78.3%
Tüccara	10	8.3%
Fabrikaya	5	4.2%
Diğer	10	8.3%

Tablo 35 : Zeytin Ve Zeytinyağı Pazarlarına Dair İstatistikler

Zeytin ve zeytinyağı pazarlarına dair istatistikler şu şekildedir; %0.8 Kooperatif(n=1), %78.3 Kendi pazarlıyor (n=94), %8.3 Tüccar (n=10), %4.2 Fabrika (n=5), %8.3 diğer(n=10). Üreticilerin devlet destekleri ile ilgili istatistikleri tablo 36'daki gibidir.

Devlet Desteği İle İlgili İstatistikler		Frekans (n)	Yüzde (%)
Devlet Desteği		28	23.3%
Prim Ödemeleri		22	18.3%
Gübre ve Mazot Desteği		4	3.3%
Diğer		3	2.5%
Hiçbiri		92	%76.7
Devlet Desteğini Yeterli Görme	Evet	2	1.7%
	Hayır	73	60.8%
	Kısmen	45	37.5%

Tablo 36 : Devlet Desteği İle İlgili İstatistikler

Üreticilerin %23.3'ü devlet desteği aldıklarını ifade etmişlerdir. (n=28). Alınan devlet desteklerine dair istatistikler şu şekildedir; %18.3 Prim Ödemeleri (n=22), %3.3 Gübre ve Mazot Desteği (n=4), %2.5 diğer (n=3), %76.7 hiçbirini (n=92). Üreticilerin %1.7'si devlet desteğini yeterli görmekte iken (n=2), %60.8'i yetersiz (n=73), %37.5'i ise kısmen yeterli(n=45) görmektedir.

4.7.3.Satış ve Dış Ticaret İstatistikleri

Üreticilerin satışlarına dair istatistikleri tablo 37'deki gibidir.

Hedef Pazar		Frekans (n)	Yüzde (%)
Üretilen Zeytin Tipi	İç Pazar	56	46.7%
	Dış Pazar	64	53.3%
Satış Şekli		Frekans (n)	Yüzde (%)
Aracı		19	15.8
Fuar		9	7.5
Kişisel		99	82.5
İnternet Üzerinden		6	5.0
Diğer		3	2.5
Fiyatlandırma Faktörü		Frekans (n)	Yüzde (%)
Maliyet		112	93.3
Rekabet		36	30.0
Prestij		19	15.8

Tablo 37: Satışlara Dair İstatistikler

Üreticilerin %46.7'si önümüzdeki 5 yıl için hedef pazarlarının iç pazar olduğunu(n=56), %53.3'ü ise dış pazar (n=64) olduğunu ifade etmiştir. Üreticilerin satış şekilleri ile ilgili istatistikler şu şekildedir; %15.8 Aracı (n=19), %7.5 Fuar (n=9), %82.5 Kişisel

(n=99),%5 İnternet Üzerinden (n=6), %2.5 Diğer (n=3). Üreticilerin fiyatlandırma faktörleri ile ilgili istatistikler ise şu şekildedir; %93.3 Maliyet (n=112), %30 Rekabet (n=36), %15.8 Prestij(n=19).

Üreticilerin ihracat ile ilgili istatistikleri tablo 38'deki gibidir.

İhracat İstatistikleri		Frekans (n)	Yüzde (%)
Dış Ticaret Birimi		10	8.3
İhracat Yapma		14	11.7
İhracat Yapma Şekli	Dolaylı	5	35.7
	Doğrudan	9	64.3
İhracat Tecrübesi	1-5 Yıl	4	28.6
	6-10 Yıl	3	21.4
	11-15 Yıl	1	7.1
	16 Yıl ve Üzeri	6	42.9

Tablo 38 : İhracat İle İlgili İstatistikler

Üreticilerin %10'u firma bünyesinde dış ticaret birimlerinin olduğunu ifade ederken(n=10), %11.7'si ihracat yaptıklarını (n=14) ifade etmişlerdir. İhracat yapan firmaların%35.7'si dolaylı (n=5), %64.3'ü ise doğrudan (n=9) ihracat yapmaktadırlar. İhracat yapan firmalar için ihracat tecrübelerine dair istatistikler şu şekildedir; %28.6 1-5 Yıl (n=4), %21.46-10 Yıl (n=3), %7.1 11-15 Yıl (n=1), %42.9 16 Yıl ve Üzeri (n=6).İhracat yapan firmalar için ihracat yapılan ülke gruplarına dair istatistikler tablo39'daki gibidir.

Ülke Grupları	Frekans (n)	Yüzde (%)
Almanya, Romanya, Bulgaristan	10	71.4
Rusya Federasyonu	14	100.0
Irak, İran, Suudi Arabistan	6	42.9
Kırgızistan, Kazakistan, Türkmenistan	14	100
Diğer	2	14.3

Tablo 39 : İhracat Yapılan Ülke Gruplarına Dair İstatistikler

İhracat yapan firmalar için ihracat yapılan ülke gruplarına dair istatistikler şu şekildedir; %71.4 Almanya, Romanya, Bulgaristan (n=10), %100 Rusya Federasyonu(n=14), %42.9 Irak, İran, Suudi Arabistan (n=6), %100 Kırgızistan, Kazakistan, Türkmenistan(n=14), %14.3 Diğer (n=2).Firmaların dış pazarlar hakkında bilgi almak için kullandıkları ilk 3 kaynağa dair istatistikleri tablo 40'daki gibidir.

Kaynak	1.Sıra		2.Sıra		3.Sıra	
	n	%	n	%	n	%
Pazar Temsilcisi	1	7.1%	2	14.3%	7	50.0%
Pazar Ülkedeki Yayınlar	-	-	-	-	2	14.3%
İhracatçılar Birliği	2	14.3%	4	28.6%	-	-
Kendi Araştırmam	8	57.1%	4	28.6%	-	-
Araştırma Firmaları	1	7.1%	-	-	1	7.1%
İnternet	1	7.1%	4	28.6%	5	35.7%

Tablo 40 : Dış Pazarlar Hakkında Bilgi Almak İçin Kullanılan İlk 3 Kaynağa Dair

İstatistikler İhracat yapan firmaların dış pazarlar hakkında bilgi almak için kullandıkları ilk 3 kaynağa dair istatistiklerden 1.sıra için istatistikler şu şekildedir; %7.1 Pazar temsilcisi (n=1), %14.3 ihracatçılar birliği (n=2), %57.1 kendi araştırmaları (n=8), %7.1 araştırma firmaları (n=1), %7.1 internet (n=1). 2.sıra istatistikleri şu şekildedir; %14.3 Pazar temsilcisi (n=2), %28.6 ihracatçılar birliği (n=4), %28.6 kendi araştırmaları (n=4), %28.6 internet (n=4). 3.sıra istatistikleri ise şu şekildedir; %50 Pazar temsilcisi (n=7), %14.3 Pazar ülkesindeki yaygın (n=2), %7.1 araştırma firmaları (n=1), %35.7 internet (n=5). Firmaların zeytin-zeytinyağı ihracatında fiyatın belirlenmesi konusunda dikkate aldıkları ilk üç faktör ile ilgili istatistikler tablo 41'deki gibidir.

Fiyatın Belirlenmesinde Dikkate Alınan Faktörler	1.Faktör		2.Faktör		3.Faktör	
	<u>N</u>	%	<u>n</u>	%	<u>n</u>	%
İhracat Ülkesindeki Talep Miktarı	4	28.6%	2	14.3%	3	21.4%
Ülkemizdeki İhracatçı Fiyatları	1	7.1%	-	-	-	-
Ürün Kalitesi	2	14.3%	10	71.4%	1	7.1%
Rakip Ülke Fiyatları	3	21.4%	-	-	1	7.1%
İhracat Ülkesindeki Standartlar	1	7.1%	-	-	2	14.3%
Üretim Maliyeti	3	21.4%	2	14.3%	7	50.0%

Tablo 41 : Zeytin-Zeytinyağı İhracatında Fiyatın Belirlenmesi Konusunda Dikkate Aldıkları İlk Üç Faktör İle İlgili İstatistikler

Firmaların zeytin-zeytinyağı ihracatında fiyatın belirlenmesi konusunda dikkate aldıkları ilk üç faktör ile ilgili 1.faktöre dair istatistikler şu şekildedir; %28.6 ihracat ülkesindeki talep miktarı (n=4), %7.1 ülkemizdeki ihracatçı fiyatları (n=1), %14.3 ürün kalitesi (n=2), %21.4 rakip ülke fiyatları (n=3), %7.1 ihracat ülkesindeki standartlar (n=1),%21.4 üretim maliyeti (n=3). Firmaların zeytin-zeytinyağı ihracatında fiyatın belirlenmesi konusunda dikkate aldıkları ilk üç faktör ile ilgili 2.faktöre dair istatistikler şu şekildedir;%14.3 ihracat ülkesindeki talep miktarı (n=2), %71.4 ürün kalitesi (n=10), %14.3 üretim maliyeti (n=2). Firmaların zeytin-zeytinyağı ihracatında fiyatın belirlenmesi konusunda dikkate aldıkları ilk üç faktör ile ilgili 3.faktöre dair istatistikler şu şekildedir; %21.4 ihracat ülkesindeki talep miktarı (n=3), %7.1 ürün kalitesi (n=1), %7.1 Rakip ülke fiyatları (n=1),%14.3 ihracat ülkesindeki standartlar (n=2) %50 üretim maliyeti (n=7).Üreticilerin zeytincilik yapmakta etkili gördükleri ilk 3 faktöre dair istatistikler tablo42'deki gibidir.

Zeytincilik Yapmakta Etkili Olan Faktörler	1.Faktör		2.Faktör		3.Faktör	
	n	%	n	%	n	%
İyi Madde Kazanç	54	45.0%	35	29.2%	12	10.0%
Yaşadığı Yerin Verimli Olması	35	29.2%	44	36.7%	33	27.5%
Üretim Konusundaki Bilgisi	2	1.7%	5	6.7%	33	27.5%
Sevdiği İş Olması	12	10.0%	19	15.8%	31	25.8%
Aileden Gelen İş Olması	17	14.2%	14	11.7%	11	9.2%

Tablo 42 : Üreticilerin Zeytincilik Yapmakta Etkili Gördükleri İlk 3 Faktöre Dair İstatistikler

Üreticilerin zeytincilik yapmakta etkili gördükleri ilk 3 faktöre dair istatistiklerden 1.önem sırası için istatistikler şu şekildedir; %45.0 iyi maddi kazanç (n=54), %29.2 yaşadığı yerin verimli olması (n=35), %1.7 üretim konusunda bilgi sahibi olması (n=2), %10 sevdiği iş olması (n=12), %14.2 aileden gelen iş olması (n=17). Üreticilerin zeytincilik yapmakta etkili gördükleri ilk 3 faktöre dair

istatistiklerden 2.önem sırası için istatistikler şu şekildedir; %29.2'yi maddi kazanç (n=35), %36.7 yaşadığı yerin verimli olması (n=44), %6.7 üretim konusunda bilgi sahibi olması (n=5), %15.8 sevdiği iş olması (n=19), %11.7 aileden gelen iş olması (n=14). Üreticilerin zeytincilik yapmakta etkili gördükleri ilk 3 faktöre dair istatistiklerden 3.önem sırası için istatistikler şu şekildedir; %10 iyi maddi kazanç (n=12),%27.5 yaşadığı yerin verimli olması (n=33), %27.5 üretim konusunda bilgi sahibi olması(n=33), %25.8 sevdiği iş olması (n=31), %9.2 aileden gelen iş olması (n=11).Üreticilerin zeytin üretimi ile ilgili ifadelere katılım düzeyleri tablo 43'deki gibidir.

Madde	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		S.S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Zeytin üretiminde makineli hasattan yanayım.	29	24.2	63	52.5	17	14.2	7	5.8	4	3.3	2.12	0.95
Daha fazla tarımsal bilgi sahibi olmak üretimimi artırır.	46	38.3	69	57.5	3	2.5	2	1.7	0	0.0	1.68	0.61
Ekipmanlarım zeytin üretimim için yeterli.	16	13.3	60	50.0	26	21.7	12	10.0	6	5.0	2.43	1.01
Zeytinin yok yılında gelirim çok azalıyor.	25	20.8	52	43.3	25	20.8	11	9.2	7	5.8	2.36	1.09
Zeytin üreticiliği işçilik gerektiriyor.	59	49.2	58	48.3	2	1.7	0	0.0	1	0.8	1.55	0.62

X:Ortalama,S.S: Standart Sapma

Tablo 43: Zeytin Üretimi İle İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri

Zeytin üretiminde makineli hasattan yanayım, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %24.2 kesinlikle katılıyorum (n=29), %52.5 katılıyorum (n=63),%14.2 kararsızım (n=17), %5.8 katılmıyorum (n=7), %3.3 kesinlikle katılmıyorum (n=4).Madde ortalaması (2.12±0.95) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Daha fazla tarımsal bilgi sahibi olmak üretimimi artırır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %38.3 kesinlikle katılıyorum (n=46), %57.5 katılıyorum(n=69), %2.5 kararsızım (n=3), %1.7 katılmıyorum (n=2), %0 kesinlikle katılmıyorum (n=0).Madde ortalaması (1.68±0.61) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına

yakın olduğu gör÷lmektedir. Ekipmanlarım zeytin üretimim için yeterli, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %13.3 kesinlikle katılıyorum (n=16), %50 katılıyorum (n=60),%21.7 kararsızım (n=26), %10 katılmıyorum (n=12), %5 kesinlikle katılmıyorum (n=6).Madde ortalaması (2.43±1.01) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu gör÷lmektedir .Zeytinin yok yılında gelirim çok azalıyor, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %20.8 kesinlikle katılıyorum (n=25), %43.3 katılıyorum (n=52),%20.8 kararsızım (n=25), %9.2 katılmıyorum (n=11), %5.8 kesinlikle katılmıyorum (n=7).Madde ortalaması (2.36±1.09) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu gör÷lmektedir. Zeytin üreticiliği işçilik gerektiriyor, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %49.2 kesinlikle katılıyorum (n=59), %48.3 katılıyorum (n=58), %1.7kararsızım (n=2), %0 katılmıyorum (n=0), %0.8 kesinlikle katılmıyorum (n=1). Madde ortalaması (1.55±0.62) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu gör÷lmektedir. Zeytin üretimindeki sorunlar ile ilgili ifadelere katılım istatistikleri tablo 44'dekigibidir.

Madde	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		\bar{X}	S.S
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Kredi maliyetleri oldukça yüksektir.	44	36.7	61	50.8	7	5.8	6	5.0	2	1.7	1.84	0.87
İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitlilik ve üretim yeterli değildir.	13	10.8	24	20.0	28	23.3	46	38.3	9	7.5	3.12	1.15
Zeytin bahçesinin tesisinde teknik konulara (çesit seçimi, sulama drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemektedir.	10	8.3	47	39.2	33	27.5	20	16.7	10	8.3	2.78	1.09
Zeytin işletmeleri genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşmaktadır.	16	13.3	47	39.2	21	17.5	26	21.7	10	8.3	2.73	1.19
Sertifikalı fidan üretimi yaygınlaştırılmamaktadır.	31	25.8	59	49.2	13	10.8	11	9.2	6	5.0	2.18	1.08
Var yılı yok yılı (periyodisite)sorunu azaltılamamaktadır.	24	20.0	71	59.2	14	11.7	4	3.3	7	5.8	2.16	0.98
Depolama tesis ve koşulları yetersizdir.	18	15.0	34	28.3	24	20.0	31	25.8	13	10.8	2.89	1.26
Gübreleme ve sulama yetersizdir.	12	10.0	33	27.5	34	28.3	34	28.3	7	5.8	2.93	1.09
Üretim teknikleri konusunda bilgi alacak teknik eleman bulunamamaktadır.	18	15.0	65	54.2	21	17.5	9	7.5	7	5.8	2.35	1.02
Kooperatifler ve üretici birlikler yeterince etkin çalışmamaktadır.	27	22.5	67	55.8	21	17.5	4	3.3	1	0.8	2.04	0.78
Daimi ve mevsimlik işçi ücretleri yüksektir.	42	35.0	55	45.8	14	11.7	9	7.5	0	0.0	1.92	0.88
Arazi toprak işleme tekniklerinin uygulanmasına elverişli değildir.	13	10.8	23	19.2	31	25.8	36	30.0	17	14.2	3.18	1.21
Zeytin üreticileri, girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip değildir.	16	13.3	66	55.0	17	14.2	13	10.8	8	6.7	2.43	1.07
Kaliteli hammadde sağlanamamaktadır.	9	7.5	18	15.0	20	16.7	49	40.8	24	20.0	3.51	1.19
Zeytinyağının uygun koşullarda depolanmaması kalite kayıplarına neden olmaktadır.	13	10.8	34	28.3	25	20.8	41	34.2	7	5.8	2.96	1.14
Zirai mücadele konusunda bilgi yetersizdir.	13	10.8	64	53.3	29	24.2	10	8.3	4	3.3	2.40	0.91
iklim değişiklikleri(kuraklık, fırtına)yaşanmaktadır.	16	13.3	74	61.7	22	18.3	8	6.7	0	0.0	2.18	0.74
Kurak geçen yıllarda damla sulama gibi tamamlayıcı sulama sistemleri uygulanamamaktadır.	13	10.8	44	36.7	22	18.3	28	23.3	13	10.8	2.87	1.21
Sıkma tesislerinin teknolojisi yetersizdir.	13	10.8	19	15.8	31	25.8	48	40.0	9	7.5	3.18	1.13
Sıkma tesislerinin komisyon oranları yüksektir.	7	5.8	42	35.0	40	33.3	30	25.0	1	0.8	2.80	0.91
Planlı arazi kullanımı yapılmamaktadır, zeytinlikler küçük ölçekli ve dağınıktır.	18	15.0	24	20.0	31	25.8	43	35.8	4	3.3	2.93	1.14

X: Ortalama, S.S: Standart Sapma

Tablo 44 : Zeytin Üretimindeki Sorunlar ile İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri

Kredi maliyetleri oldukça yüksektir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %36.7 kesinlikle katılıyorum (n=44), %50.8 katılıyorum (n=61), %5.8kararsızım (n=7), %5 katılmıyorum (n=6), %1.7 kesinlikle katılmıyorum (n=2). Madde ortalaması (1.84±0.87) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. İç ve dış pazarın talepleri doğrultusunda çeşitlilik ve üretim yeterli değildir. Maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir;

%10.8 kesinlikle katılıyorum (n=13), %20 katılıyorum (n=24), %23.3 kararsızım (n=28), %38.3 katılmıyorum (n=46), %7.5 kesinlikle katılmıyorum (n=9). Madde ortalaması (3.12±1.15) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Zeytin bahçesinin tesisinde teknik konulara (çesit seçimi, sulama drenaj ve tozlayıcı oranına) pek dikkat edilmemektedir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %8.3 kesinlikle katılıyorum (n=10), %39.2 katılıyorum (n=47), %27.5 kararsızım (n=33), %16.7 katılmıyorum (n=20), %8.3 kesinlikle katılmıyorum (n=10), madde ortalaması (2.78±1.09) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Zeytin işletmeleri genellikle küçük aile tipi işletmelerden oluşmaktadır. Maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %13.3 kesinlikle katılıyorum (n=16), %39.2 katılıyorum (n=47), %17.5 kararsızım (n=21), %21.7 katılmıyorum (n=26), %8.3 kesinlikle katılmıyorum (n=10). Madde ortalaması (2.73±1.19) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Sertifikalı fidan üretimi yaygınlaştırılmamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %25.8 kesinlikle katılıyorum (n=31), %49.2 katılıyorum (n=59), %10.8 kararsızım (n=13), %9.2 katılmıyorum (n=11), %5 kesinlikle katılmıyorum (n=6). Madde ortalaması (2.18±1.08) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Var yılı yok yılı (periyodisite) sorunu azaltılamamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %20 kesinlikle katılıyorum (n=24), %59.2 katılıyorum (n=71), %11.7 kararsızım (n=14), %3.3 katılmıyorum (n=4), %5.8 kesinlikle katılmıyorum (n=7). Madde ortalaması (2.16±0.98) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Depolama tesis ve koşulları yetersizdir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %15 kesinlikle katılıyorum (n=18), %28.3 katılıyorum (n=34), %20 kararsızım (n=24), %25.8 katılmıyorum (n=31), %10.8 kesinlikle katılmıyorum (n=13). Madde ortalaması (2.89±1.26) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Gübreleme ve sulama yetersizdir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10 kesinlikle katılıyorum (n=12), %27.5 katılıyorum (n=33), %28.3 kararsızım (n=34), %28.3 katılmıyorum (n=34), %5.8 kesinlikle katılmıyorum (n=7), madde ortalaması (2.93±1.09) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım

cevabına yakın olduğu görülmektedir. Üretim teknikleri konusunda bilgi alınacak teknik eleman bulunamamaktadır maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %15 kesinlikle katılıyorum(n=18), %54.2 katılıyorum (n=65), %17.5 kararsızım (n=21), %7.5 katılmıyorum (n=9), %5.8kesinlikle katılmıyorum (n=7). Madde ortalaması (2.35±1.02) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Kooperatifler ve üretici birlikler yeterince etkin çalışmamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %22.5 kesinlikle katılıyorum (n=27), %55.8 katılıyorum (n=67), %17.5 kararsızım (n=21), %3.3 katılmıyorum (n=4), %0.8 kesinlikle katılmıyorum (n=1). Madde ortalaması (2.04±0.78) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Daimî ve mevsimlik işçi ücretleri yüksektir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %35 kesinlikle katılıyorum (n=42), %45.8 katılıyorum (n=55),%11.7 kararsızım (n=14), %7.5 katılmıyorum (n=9), %0 kesinlikle katılmıyorum (n=0).Madde ortalaması (1.92±0.88) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Arazi toprak işleme tekniklerinin uygulanmasına elverişli değildir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10.8 kesinlikle katılıyorum (n=13), %19.2katılıyorum (n=23), %25.8 kararsızım (n=31), %30 katılmıyorum (n=36), %14.2 kesinlikle katılmıyorum (n=17). Madde ortalaması (3.18±1.21) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Zeytin üreticileri, girdi, bakım ve hasat konularında yeterli bilince sahip değildir maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %13.3 kesinlikle katılıyorum(n=16), %55 katılıyorum (n=66), %14.2 kararsızım (n=17), %10.8 katılmıyorum (n=13),%6.7 kesinlikle katılmıyorum (n=8). Madde ortalaması (2.43±1.07) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Kaliteli hammadde sağlanamamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %7.5 kesinlikle katılıyorum (n=9), %15 katılıyorum (n=18), %16.7kararsızım (n=20), %40.8 katılmıyorum (n=49), %20 kesinlikle katılmıyorum (n=24). Madde ortalaması (3.51±1.19) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılmıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Zeytinyağının uygun koşullarda depolanmaması kalite kayıplarına neden olmaktadır maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10.8 kesinlikle katılıyorum(n=13), %28.3 katılıyorum (n=34), %20.8

kararsızım (n=25), %34.2 katılmıyorum (n=41),%5.8 kesinlikle katılmıyorum (n=7). Madde ortalaması (2.96±1.14) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir .Zirai mücadele konusunda bilgi yetersizdir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10.8 kesinlikle katılıyorum (n=13), %53.3 katılıyorum (n=64),%24.2 kararsızım (n=29), %8.3 katılmıyorum (n=10), %3.3 kesinlikle katılmıyorum (n=4).Madde ortalaması (2.4±0.91) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir, iklim değişiklikleri(kuraklık, fırtına)yaşanmaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %13.3 kesinlikle katılıyorum (n=16), %61.7 katılıyorum(n=74), %18.3 kararsızım (n=22), %6.7 katılmıyorum (n=8), %0 kesinlikle katılmıyorum(n=0). Madde ortalaması (2.18±0.74) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Kurak geçen yıllarda damla sulama gibi tamamlayıcı sulama sistemleri uygulanamamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10.8kesinlikle katılıyorum (n=13), %36.7 katılıyorum (n=44), %18.3 kararsızım (n=22), %23.3katılmıyorum (n=28), %10.8 kesinlikle katılmıyorum (n=13). Madde ortalaması (2.87±1.21)incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Sıkma tesislerinin teknolojisi yetersizdir., maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %10.8 kesinlikle katılıyorum (n=13), %15.8 katılıyorum (n=19),%25.8 kararsızım (n=31), %40 katılmıyorum (n=48), %7.5 kesinlikle katılmıyorum (n=9).Madde ortalaması (3.18±1.13) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Sıkma tesislerinin komisyon oranları yüksektir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %5.8 kesinlikle katılıyorum (n=7), %35 katılıyorum (n=42), %33.3kararsızım (n=40), %25 katılmıyorum (n=30), %0.8 kesinlikle katılmıyorum (n=1). Madde ortalaması (2.8±0.91) incelendiğinde örneklem için ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Planlı arazi kullanımı yapılmamaktadır, zeytinlikler küçük ölçekli ve dağınıktır maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %15 kesinlikle katılıyorum(n=18), %20 katılıyorum (n=24), %25.8 kararsızım (n=31), %35.8 katılmıyorum (n=43),%3.3 kesinlikle katılmıyorum (n=4). Madde ortalaması (2.93±1.14) incelendiğinde örneklem için

ortalamanın kararsızım cevabına yakın olduğu görülmektedir. Kredi şartları ile ilgili ifadeler katılıma istatistikleri tablo 45 'deki gibidir.

Tablo 45 : Kredi Şartları İle İlgili İfadelere Katılım İstatistikleri

Madde	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum		Ortalama	S.S
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Prosedürler çok fazladır.	56	46.7	60	50.0	4	3.3	0	0.0	0	0.0	1.57	0.56
Kredi şartları ağırdır.	48	40.0	68	56.7	4	3.3	0	0.0	0	0.0	1.63	0.55
Ödeme koşulları uygun değildir.	21	17.5	68	56.7	25	20.8	4	3.3	2	1.7	2.15	0.81
Faizler çok yüksektir.	52	43.3	65	54.2	2	1.7	1	0.8	0	0.0	1.60	0.57
Devletin sağladığı imkanlardan çiftçi haberdar olmamaktadır.	27	22.5	43	35.8	29	24.2	11	9.2	10	8.3	2.45	1.18

: Ortalama, S.S: Standart Sapma

Prosedürler çok fazladır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %46.7 kesinlikle katılıyorum (n=56), %50 katılıyorum (n=60), %3.3 kararsızım(n=4), %0 katılmıyorum (n=0), %0 kesinlikle katılmıyorum (n=0). Madde ortalaması(1.57±0.56) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

Kredi şartları ağırdır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir;%40 kesinlikle katılıyorum (n=48), %56.7 katılıyorum (n=68), %3.3 kararsızım (n=4), %0katılmıyorum (n=0), %0 kesinlikle katılmıyorum (n=0). Madde ortalaması (1.63±0.55)incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Ödeme koşulları uygun değildir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %17.5 kesinlikle katılıyorum (n=21), %56.7 katılıyorum (n=68), %20.8 kararsızım(n=25), %3.3 katılmıyorum (n=4), %1.7 kesinlikle katılmıyorum (n=2), madde ortalaması(2.15±0.81) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir. Faizler çok yüksektir, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir;%43.3 kesinlikle katılıyorum (n=52), %54.2 katılıyorum (n=65), %1.7 kararsızım (n=2), %0.8katılmıyorum (n=1), %0 kesinlikle katılmıyorum (n=0). Madde ortalaması (1.6±0.57) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu

görülmektedir. Devletin sağladığı imkanlardan çiftçi haberdar olmamaktadır, maddesine verilen yanıtların frekans dağılımları şu şekildedir; %22.5 kesinlikle katılıyorum (n=27), %35.8 katılıyorum (n=43), %24.2 kararsızım (n=29), %9.2 katılmıyorum (n=11), %8.3 kesinlikle katılmıyorum (n=10). Madde ortalaması (2.45±1.18) incelendiğinde örneklem için ortalamanın katılıyorum cevabına yakın olduğu görülmektedir.

4.7.4. Hipotez Testleri

Araştırmanın bu kısmında hipotez testleri aracılığıyla cevaplanması gereken araştırma soruları için seçilen uygun hipotez testleri uygulanarak bulgular paylaşılmıştır. Hipotez testlerine konu olan değişkenler göz önünde bulundurulduğunda Yıllık Ciro Miktarı dışındakilerin kategorik olduğu görülmektedir. Sürekli değişken olan Yıllık Ciro Miktarı için normal dağılım testi bulguları tablo 46'daki gibidir.

Tablo 46 : Normal Dağılım Testi

Değişken	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	W	S.D	Sig.	D	S.D	Sig.
Yıllık Ciro (Milyon TL)	0.182*	88	0.000	0.908*	88	0.000

*(%5) anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezinin reddini ifade eder, Normal Dağılım Testleri İçin H_0 : Değişken Normal Dağılmaktadır. W: Kolmogorov-Smirnov Test İstatistiği, D: Shapiro-Wilk Test İstatistiği, S.D: Serbestlik Derecesi

Tablo incelendiğinde her iki normal dağılım testi için de %5 anlamlılık düzeyinde Sıfır hipotezlerinin reddedildiği görülmektedir. (W(88)=0.182, D(88)=0.908, Sig.<0.05) Daha açık bir ifade ile değişkenin normal dağılmadığı söylenebilir.

Değişkenin normal dağılmadığı bulgusu üzerine değişken ile yapılacak hipotez testlerinde normal dışılık durumunda daha güvenilir oldukları bilinen non-parametrik hipotez testlerinden faydalanılmasının daha güvenilir oldukları bilinmektedir.³.Diğer yandan grupların karşılaştırılması esnasında 30'un altında üye sayılarının bulunduğu parametrik testlerin güvenilirliklerinin düştüğü bilinmektedir. (Karagöz, 2016) Araştırma özelinde kategorik gruplar arasında ciro miktarının karşılaştırılması esnasında

³ H_0 doğru olduğu halde araştırma sonucu H_1 hipotezinin doğru bulunması olarak tanımlanabilecek 1.tip hata olasılığı sıralı (ordinal) ve normal dağılmayan değişkenler ile yapılan parametrik hipotez testlerinde daha yüksektir. (Kalaycı, 2006, s. 85)

karşılaştırılacak birçok grubun parametrik testlerin $n>30$ koşulunu sağlamadığı görülmektedir. Gerek normal dışılık gerekse grup üye sayıları için küçük örneklem özellikleri sebebiyle araştırmada parametrik olmayan test tekniklerinin kullanımının uygun olduğu düşünülmüştür.

Çalışan sayısına göre ciro miktarlarını karşılaştırmak amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi ve Mann Whitney U testi ile yapılan Post Hoc testi bulguları tablo 47'deki gibidir.

Çalışan Sayısı	N		S.S		Kruskal Wallis H	Post Hoc
1.)1-19 Arası	57	62.456	24.515	33.842	z(03)=32.207*	1<2, 3 ve 4*
2.)20-49 Arası	16	92.500	29.777	56.656		
3.)50-99 Arası	10	132.000	39.384	74.950	Sig.=0.000	2<3*
4.)100 ve üzeri	5	102.000	20.494	66.200		

Tablo 47 : Ciro Miktarı Bakımından Farklı Çalışan Sayısına Sahip Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Kruskal Wallis H Testi Bulguları

*(%5) Anlamlılık Düzeyinde H_0 Hipotezinin Reddini İfade Eder, Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U Testi İçin H_0 :Gruplar Arasında Fark Yoktur. : Ortalama, S.S: Standart Sapma, : Sıra Ortalaması, z: Kruskal Wallis H testi z istatistiği,(parantez içi test serbestlik derecesini içerir.) Post Hoc Testleri tüm grupların ikişerli şekilde Mann Whitney U Testi İle karşılaştırılarak Yapılmıştır. Çalışan sayısı 1 ile 19 arasında olan (62.456 ± 24.515), 20 ile 49 arasında olan(92.500 ± 29.777), 50 ile 99 arası (132.000 ± 39.384), 100 ve üzeri (102.00 ± 20.494) olan firmalar arasında %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı fark veya farklar saptanmıştır. ($z(04)=32.207$, Sig.<0.05). Farkın kaynağı olan grup veya grupların tespit edilmesi amacıyla Mann Whitney U Testi ile gerçekleştirilen ikili karşılaştırma Pos Hoc testi bulguları ise şu şekildedir; 1 ile 19 arasında çalışan sahip firmalar diğer tüm firmalardan daha düşük ciro miktarına sahip iken, 20 ile 49 arasında çalışana sahip firmaların ciro miktarı 50 ile99 arasında çalışana sahip firmaların cirosundan daha düşük düzeydedir. Diğer gruplar arasında ise bu bakımdan istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Firmalarda çalışanlara eğitim verilip verilmemesine göre ciro miktarlarını karşılaştırmak amacıyla yapılan Mann Whitney U testi bulguları tablo 48'deki gibidir.

Çalışan Eğitimi	N		S.S		Mann Whitney U
Evet	44	90.909	36.397	54.360	$z(01)=-3.671^*$
Hayır	44	65.227	30.613	34.640	Sig.=0.000

Tablo 48 : Ciro Miktarı Bakımından Çalışanlarına Eğitim Veren Ve Vermeyen Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları

*(%5) Anlamlılık Düzeyinde H 0 Hipotezinin Reddini İfade Eder, Mann Whitney U Testi İçin H 0 : Gruplar Arasında Fark Yoktur. : Ortalama, S.S: Standart Sapma, : Sıra Ortalaması, z: Kruskal Wallis H testi z istatistiği, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.)

Çalışanlarına eğitim veren (90.909±36.397) ve vermeyen (65.227±30.613) firmalar arasında ciro miktarı bakımından %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmıştır.($z(02)=-3.671$, Sig.<0.05). Ortalamalar incelendiğinde çalışanlarına eğitim veren firmaların ciro miktarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Üretim türüne göre ciro miktarlarını karşılaştırmak amacıyla yapılan Mann Whitney U testi bulguları tablo 49'daki gibidir.

Zeytin Üretim Tipi	N		S.S		Mann Whitney U
Sofralık	42	78.837	41.531	42.980	$z(01)=-0.378$
Sofralık ve Yağlık	44	76.818	30.021	45.000	Sig.=0.705

Tablo 49 : Ciro Miktarı Bakımından Üretim Türüne Göre Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları

*(%5) Anlamlılık Düzeyinde H 0 Hipotezinin Reddini İfade Eder, Mann Whitney U Testi İçin H 0 : Gruplar Arasında Fark Yoktur. : Ortalama, S.S: Standart Sapma, : Sıra Ortalaması, z: Kruskal Wallis H testi z istatistiği, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.) Yalnız Yağlık Zeytin Üreten 1 Adet Firma Test Güvenirliliğini Artırmak Amacıyla Karşılaştırma Dışında Bırakılmıştır.($n=1$ <5)

Tabloda görüldüğü üzere sadece sofralık zeytin üreten firmalar ile (78.837±41.531)sofralık ve yağlık zeytin tiplerini birlikte üreten (76.818±30.021) firmalar arasında ciro miktarları arasında %5 anlamlılık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. z(02)=-0.378, Sig.>0.05)Pazarlama türüne göre ciro miktarlarını karşılaştırmak amacıyla yapılan Kruskal Wallis H testi ve Mann Whitney U testi ile yapılan Post Hoc testi bulguları tablo 49'dakigibidir.

Çalışan Sayısı	N		S.S		Kruskal Wallis H	Post Hoc
Kendisi	66	72.727	31.503	40.940	z(03)=6.039	-
Tüccar	6	75.000	25.884	44.750		
Fabrika	5	108.000	36.332	65.600	Sig.=0.110	
Diğer	10	98.000	55.537	52.950		

Tablo 50 : Ciro Miktarı Bakımından Pazarlama Türüne Göre Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Kruskal Wallis H Testi Bulguları

*(%5) Anlamlılık Düzeyinde H 0 Hipotezinin Reddini İfade Eder, Kruskal Wallis H ve Mann Whitney U Testi İçin H 0 :Gruplar Arasında Fark Yoktur. : Ortalama, S.S: Standart Sapma, : Sıra Ortalaması, z: Kruskal Wallis H testi z istatistiği,(parantez içi test serbestlik derecesini içerir.) - Gruplar arasında fark bulunmadığından Post Hoc testlerine gerek duyulmamıştır, Kooperatif Yoluyla Pazarlama Yapan 1 Adet Firma test güvenilirliğini artırmak amacıyla karşılaştırma dışında bırakılmıştır. (n=1<5)

Tablo 50'de görüldüğü üzere ürettikleri zeytinleri kendileri pazarlayan(72.727±31.503), Tüccarlara pazarlayan (75.000±25.884), Fabrikaya pazarlayan(108.000±36.332), diğer yollar ile pazarlayan (98.000±55.537) firmalar arasında ciro miktarı bakımından %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli bir fark saptanmamıştır.(z(03)=6.039, Sig.>0.05).

Firmaların dış ticaret birimlerinin olup olmamasına göre ciro miktarlarını karşılaştırmak amacıyla yapılan Mann Whitney U testi bulguları tablo 51'deki gibidir.

Dış Ticaret Birimi	N		S.S		Mann Whitney U
Var	8	141.250	37.201	78.940	$z(01)=-4.053^*$
Yok	80	71.750	29.112	41.060	Sig.=0.000

Tablo 51 : Ciro Miktarı Bakımından Dış Ticaret Birimi Olan Ve Olmayan Firmalar Arasındaki Farkları İnceleyen Mann Whitney U Testi Bulguları

*(%5) Anlamlılık Düzeyinde H 0 Hipotezinin Reddini İfade Eder, Mann Whitney U Testi İçin H 0 : Gruplar Arasında Fark Yoktur. : Ortalama, S.S: Standart Sapma, : Sıra Ortalaması, z: Kruskal Wallis H testi z istatistiği, (parantez içi test serbestlik derecesini içerir.)

Tablo 51'e görüldüğü üzere dış ticaret birim olan firmalar (141.250±37.940) ve olmayan firmalar (71.750±41.060) arasında ciro bakımından %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmıştır. ($z(01)=-4.053$, Sig.<0.05). Ortalamalar incelendiğinde farkın dış ticaret birimi olan firmalar lehine olduğu görülmektedir. Daha açık bir ifade ile dış ticaret birimi olan firmaların ciro ortalamaları dış ticaret birimi olmayan firmaların ciro ortalamalarından manidar bir şekilde yüksektir. Firmaların aile işletmesi olup olmaması ile hedef pazarları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan Ki-Kare testi ve çapraz tablo istatistikleri tablo 52'deki gibidir.

Aile İşletmesi	İstatistik	Hedef Pazar		Toplam
		İç Pazar	Dış Pazar	
Hayır	n	36	53	89
	%	40.4%	59.6%	100.0%
	Toplam %	30.0%	44.2%	74.2%
Evet	n	20	11	31
	%	64.5%	35.5%	100.0%
	Toplam %	17.6%	9.2%	25.8%
Toplam	n	56	64	120
	%	46.7%	53.3%	100.0%
	Toplam %	46.7%	53.3%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri				
		$\chi^2(01)=5.351^*$	Sig.=0.018	

Tablo 52 : Aile İşletmesi Olup Olmama İle Hedef Pazarları Arasındaki İlişkiyi İncelemek Üzere Yapılan Ki-Kare Testi Ve Çapraz Tablo İstatistikleri*(%5) anlamlılık

düzeyinde anlamlı farklılığı simgeler, χ^2 :Ki-Kare test istatistiği, (parantez içi test serbestlik derecelerini içerir.)

Aile işletmesi olan firmalar ile aile işletmesi olmayan firmalar arasında hedef Pazar bakımından %55 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı farklar saptanmıştır. ($\chi^2 (01)=5.351$, Sig.<0.05). Oranlar incelendiğinde aile işletmelerinin %64.5'i iç pazarı hedeflerken, aile işletmesi olmayan firmaların %59.6'sı dış pazarı hedeflemektedir. Daha açık bir ifade ile aile işletmelerin iç pazar hedefi daha yüksektir. Firmaların ihracat yapıp yapmama durumuna göre pazar araştırması yapması arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan Ki-Kare testi ve çapraz tablo istatistikleri tablo 53'deki gibidir.

İhracat	İstatistik	Pazar Araştırması		Toplam
		Evet	Hayır	
Evet	n	13	1	14
	%	92.9%	7.1%	100.00%
	Toplam %	10.8%	0.8%	11.7%
Hayır	n	70	36	106
	%	66.0%	34.0%	100.0%
	Toplam %	58.3%	30.0%	88.3%
Toplam	n	83	37	120
	%	69.2%	30.8%	100.0%
	Toplam %	69.2%	30.8%	100.0%
Ki-Kare Test İstatistikleri				
$\chi^2(01)=4.171^*$		Sig.=0.033		

Tablo 53 : İhracat Yapıp Yapmama Durumuna Göre Pazar Araştırması Yapması Arasındaki İlişkiyi İncelemek Üzere Yapılan Ki-Kare Testi Ve Çapraz Tablo İstatistikleri

***(%5) anlamlılık düzeyinde anlamlı farklılığı simgeler, χ^2 :Ki-Kare test istatistiği, (parantez içi test serbestlik derecelerini içerir.)**Tablo incelendiğinde ihracat yapan firmalar ile yapmayan firmalar arasında Pazar araştırması yapma sıklığı bakımından %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak önemli farkların saptandığı görülmektedir. ($\chi^2 (01)=4.171$, Sig.<0.05). Oranlar incelendiğinde ihracat yapan firmaların %92,9 oranında Pazar araştırması yaptığı, ihracat yapmayan firmalarda ise bu oranının %7.1'de kaldığı görülmektedir. Daha açık bir ifade ile ihracat yapan firmalarda pazar araştırması yapma oranı daha yüksektir.

SONUÇ

Dünyada üretilen zeytinin büyük bir kısmını Akdeniz bölgesi çevresindeki alan oluşturmaktadır. Bu bölge aynı zamanda kuşak olarak da adlandırılmaktadır.33 ülkeden ekonomik açıdan yalnızca 16 ülkede zeytin üretimi yapılmaktadır. Türkiye’de ise 35 ilde zeytin yetiştirilmektedir ve üretilen zeytinlerin %70’i zeytinyağı olarak kullanılmaktadır. Türkiye zeytin üretiminde önemli ülkelerden biridir. Coğrafi açıdan Türkiye’nin konumu zeytin yetiştirmeye uygundur ve ülkemizde çok sayıda zeytin ağacı mevcuttur. Bunlar Türkiye’nin dünya zeytin ticaretindeki önemini arttırmaktadır. Ancak buna rağmen zeytin ihracatında rakiplerine kıyasla pazar payı olarak beklenen seviyelere ulaşamamıştır. Üretim ve ihracatımız artmasına rağmen yüksek potansiyelimizi daha etkili ve doğru bir şekilde kullanarak başarıya ulaşılabilir. Türkiye’de sofralık zeytin ihracatındaki istenilen başarıya ulaşamamasının en önemli sebepler, tek düze ve teknolojiden uzak üretim yapılması , teknolojik gelişmelere uyum sağlanamaması, aile işletmelerinin olması ve pazarlama stratejilerinin yeterli olmamasıdır. Özellikle, diğer ülkelerdeki üreticiler ile ülkemizdeki üreticilerin eşit şartlarda rekabet edebilmelerini sağlayabilmek için dane zeytin üretimine destek verilmeli ve zeytinyağı prim desteklerinin artırılması gerekmektedir. Üretimi, verimi ve kaliteyi arttırmaya teşvik edecek teknolojilerin ve teknik uygulamalarının desteklenmesi ve üreticilerin dış piyasalarda rekabet gücünü yükseltecek prim desteklerinin sağlanması oldukça önemlidir Desteklerin artırılması sadece üretici için değil ayrıca tüccarlara, ihracat yapan kişilere, sanayi sektörüne de katkı sağlayacaktır. Desteklerin artmasıyla eşit şartlarda rekabet edebilir duruma gelmek üretici için teşvik edici olacaktır ve verimlilik ve kalite artışı yaşanacağı öngörülmektedir. Bunlara ek olarak kayıt dışı üretim ve satışın önüne geçilmesine de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Tarım sektöründe yaşanan yapısal sorunlar genel olarak zeytin sektörünü de olumsuz olarak etkilemektedir. Tarım ile ilgili kurumların özelleştirilmesi, kapatılması ve serbest piyasa sistemlerinin uygulanmasından kaynaklı olarak ürün maliyetleri, girdi fiyatlarında artış yaşanmıştır. Bu durum tarım açısından önemlidir. Zeytin yetiştiren ve zeytinyağı işleyen işletmelerin yapısal sorunlarının çözüm bulunarak üreticilerin refahı düzeyi yükseltilmesi ve üretimde sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Türkiye’de zeytincilikte yaşanan sorunlardan diğerleri de tarımsal alanların miras yoluyla bölünmesi, sermaye azlığı, eğitim seviyesinin düşük olması, genç nüfusun kırsal

bölgelerden ayrılması gibi sebeplerden iş gücü problemleri ve küçük şirketler açısından rekabetçilik özelliği gibi problemler yaşanmaktadır. Ülkemizde zeytincilik sektöründe rekabet edebilirliğin geliştirilmesi ve Türkiye'nin küresel açıdan zeytinyağı pazarındaki konumunun artırılması için bu konuda yeterli çalışmalar yapılmalıdır. Üreticiler sektöründe, üretici desteklerinin artırılması, maliyetlerin azalması ve üreticinin korunmasını istemektedir. Tanıtım, reklam süreçleri, ürün kalitesini etkileyen faktörler ve lojistik anlamında problemler, döviz artışlarında yaşanan beklenmedik durumlar zeytin ihracatı yapanların karşılaştıkları problemler arasındadır. Küresel pazarlarda rekabet edebilirlik düzeyimizin artırılması için sektörde yaşanan sorunlara çözüm sunabilmek gerekmektedir. İç pazarı iç tüketimi attırdıktan sonra dış pazarlara açılmak daha faydalı olacaktır. İç pazardaki müşteriyi tüketime teşvik etmek amacıyla yeterli tanıtımlar ve faaliyetler yapılmalıdır. Böylelikle iç pazarda da sektörün güçlenmesi ve rekabet gücünün artması sağlanabilir. Özellikle son yıllarda Türkiye'de zeytinyağı sektöründe olumlu gelişmeler yaşanmaktadır, ancak bu durum küresel pazardaki öncü diğer ülkelerin seviyesine gelinmesi için yeterli olmamıştır. Ülkemizde zeytinyağında karşılaşılan problemlerden biri de periyodisite sorunudur. Periyodisite sebebiyle zeytinyağı fabrikalarındaki kapasite kullanım seviyelerindeki düşüş yaşanmasıdır. Sorun diğer ülkelere kıyasla Türkiye'de daha büyük seviyede yaşanmaktadır.

Ülkemizde üretilen zeytinyağının önemli bir kısmı uluslararası ticarete yer almaktadır konu olmakta fakat Türkiye'de zeytinyağı ihracatı daha çok ham yağ şeklinde yapılmaktadır yani katma değeri düşük niteliktedir. Dış pazarlara ihraç edilen zeytinyağının az bir kısmı ambalajlı olarak satılmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı ihracatı yaparken ambalajlı olarak ihraç etmek ve Türk zeytin, zeytinyağı olarak dış pazarlarda tanıtılabilmek böylece ihracat seviyemizi arttırabilmek amaçlanmalıdır. Zeytincilik sektöründe ürünün üretimden tüketim aşamasına kadar bütün aşamalarında uzun vadeli planlar politikalar doğrultusunda gerekli desteklerin yapılması gerekmektedir. Ülkemizde tarımsal ürünlerde İhracat İadesi desteğinin ihracatçı ülkelere kıyasla daha az seviyede olması küresel piyasada rekabet gücümüzü azaltmaktadır. İhracat İadesi desteğinin ülkemizde de Avrupa Birliği ülkelerinde olduğu seviyeye yakın bir seviyede destek sağlanmalıdır. İhracatta toplam maliyetler arasındaki önemli maliyetlerden biri navlun giderleridir. Yakın yerlere ve komşu ülkelere kara yolu ile yapılan ihracatta fiyat açısından rekabet gücü elde etmek, ayrıca uzak ülkelere deniz yolu ile yapılan ihracatta

taşıma ücretlerinin yüksek olması durumu ile karşılaşılmaktadır. Bu taşıma maliyetlerinin karşılanmasına destek sağlayacak şekilde navlun desteğinin kapsamının genişletilmesi ihracat yapanlar için oldukça önemlidir. Ağaç sayısında artış yaşanmasına rağmen ağaç başı verimlilik seviyesinin düşük olduğu görülmektedir. Bu durumu önlemek için zeytin üretiminin hava ve toprak şartları ile uyumlu bölgelerinde ve uyumlu çeşitlerden dikim yapılmasının desteklenmelidir. Bunlara ek olarak çiftçilere, budama, zararlılarla mücadele ve yerinde hastalık eğitimleri verilmelidir. Üretici bilinçlendirilmelidir. Çiftçinin ürün kaybı yaşadığı senelerde üreticiye destek sağlanmalıdır bu sayede üretim ve verimde ilerleyen dönemlerde katkı sağlayabilecektir. Çağdaş lisanslı depoculuk sistemi geliştirilerek hammaddenin devamlı ve kaliteli bir şekilde korunması ve temininin sağlanabilmesi bakımından oldukça önemlidir. Ayrıca piyasada dengenin korunmasına, spekülatif stokçuluğun önlenmesine ve ihracatta devamlılığa katkı sağlanmış olacaktır. Ürün ticaretlerinin doğru bir biçimde kayıt altına alınmalı, sanayi sektörü için uygun hammaddeler zamanında temin edilebilmeli, ürünler doğru şekilde depolanmalı, analiz ve sınıflandırılma objektif şekilde yapılmalıdır. Üreticiye sağlanacak destekleri ile üretici doğru bir şekilde yönlendirilmeli ve üretim etkinliğinin artırılması hedeflenmelidir. Düşük maliyetli alternatif finansman şartları sağlanmalı ve üreticiler bu açıdan bilgilendirilmeli ve desteklenmelidir. Zeytin sektöründe karşılaşılan sorunlar doğru bir şekilde saptanmalı ve özen gösterilmelidir. Zaman zaman depolama koşulları, yanlış hasat şekilleri, yanlış ambalajlama kalite kayıplarına neden olmaktadır. Zeytinliklerin yerlerine otel ve motel yapılması zeytinliklerin rant kurbanı olmasına yol açmaktadır. Üretimde kalitenin sağlanabilmesi için işletmelerin yapıları mutlaka güncel koşullara uygunluk göstermelidir. İşletmeler; gıda güvenliği kriterlerine uygun üretim yapmalıdır. Küreselleşen rekabet ortamında rakiplerin gerisinde kalmamak için sektörel araştırmalar doğru bir şekilde yapılmalı ve katma değeri yüksek bir şekilde ihracat yapmak amaçlanmalıdır. Üretici bilincinin yeterli olmaması da karşılaşılan sorunlardandır. Üreticinin dış pazarlara açılması için üretici bilinçlendirilmeli ve teşvik edilmelidir. Zeytin önemli ihracat kalemlerindedir. Gün geçtikçe tüketici bilincinin artması ile zeytin ve zeytinyağı daha da kıymet kazanmaktadır. Türkiye'nin coğrafi konumunun avantajını doğru stratejiler ve kaliteli üretim ile bütünleştirip dünyadaki konumunu daha da yükseltip yabancı pazarlarda daha sık ve kalıcı yer edinmesini sağlamalıyız.

Ülkemizde önemli ihracat kalemlerinden olan zeytin ve zeytinyağı üretiminde ve ihracatında üreticilerin refah seviyesini yükseltmesi, teşvikler ve destekler ile üretime katkı sağlaması önemlidir. Ülkeye döviz kazandırarak dış ticaret açığının kapatılmasına katkı sağlanması, ülkeyi tanıtarak turizme katkı sağlayacak olan zeytincilik sektörü her açıdan desteklenmelidir. Zeytin sektörünün gelişmesi zeytincilik ile bağlantılı diğer sektörlerin gelişmesine de katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. (2011).Global Rekabet Gücü ve İşletmeler. *Mercek Dergisi*.
- Aktaş E.(2008) Zeytin Üretimindeki Gelişmeler ve Çanakkale
- Akdemir,A.M.(2004)Küreselleşme ve Kimlik Sorunu. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43-50.
- Aktel, M.(2001).Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Albayrak,C.(2012).Küreselleşme ve Ekonomik Krizin İş Hukukuna Etkisi. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 165-202.
- Apaydın,Y.M.,Sağiroğlu,D.,Tosun,D.&Demirbaş,N.(2014).Türkiye’de Zeytinyağı Sanayisinin Gelişimi Açısından Zeytin Üreticilerinin Sorunları:İzmir İli Örneği. *Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi*, 199-210.
- Atamer,B.&Sedef,M.(2017).Olive Oil Industry Dynamics: The Case of Turkey a The 35th International Conference of the System Dynamics Society , 1-26.
- Atik,S.(2007).*Küreselleşme ve Küresel İşletmeler*. T.C. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Aytuğ,H.(2011). Küresel Rekabetin İşletmelerin Üretim ve İstihdam Yapısı Üzerindeki Etkileri ,*Akademik Yaklaşımlar Dergisi* , 45-77.
- Aydın Ticaret Borsası.(2013).Zeytin ve Zeytinyağı Raporu
- Balkanlı, A.O.(2002).Küresel Ekonominin Belirleyici Faktörleri Üzerine. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 13-26
- Barranco,D.&Rallo,L.(2000).Olive Cultivars in Spain. *HortTechnology* , 107-110.
- Bayramer.G.&Tunalıoğlu.R.(2016).Türkiye’de Sofralık Zeytin – Zeytinyağı İhracatçıların Sorunları ve Çözümüne Yönelik Yaklaşımlar. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* , 141-150.
- Bayramer G.(2015).*Türkiye’nin Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı İhracatındaki Sorunların Değerlendirilmesi*. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
- Bekmez, S. & Terzioğlu, M. (2008).Rekabet, Rekabet Gücü ve Rekabet Gücünü Ölçme Yöntemleri, Türkiye Avrupa Birliği Sektörel Rekabet Analizleri
- Bigelow,M.(1905).Columbia Law Review.*Columbia Law Review Association* , 1-19
- Blatchly, R.,Nircan-Delen, Z.,&O’hara P.(2020).*Zeytinlikten Sofraya Zeytinyağının Hikayesi Her Üreticinin Bilmesi Gerekenler* . İş Bankası Kültür Yayınları
- Bora,E.(2012).Küreselleşmenin Tarihçesi
- Brondoni,S.(2005)Managerial Economics and Global Competition. *Symphonya Emerhing Issues Management* , 14-38.

Çakar, Ö. , Durmuş. E. Arslan, H.,(2011).Muğla Zeytin Üretiminde Milas İlçesi'nin Yeri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* ,1-26,

Doğu Akdeniz Kalkınma Ajansı (DOĞAKA).(2015).TR63 Bölgesi Zeytincilik Sektör Raporu. (<https://www.dogaka.gov.tr/>)

Duran.E.&Ünal.H,(2016).Bursa İli Orhangazi ve Gemlik İlçelerinde Zeytin Yetiştiriciliğindeki Mekanizasyon Durumu. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 127-138.

Efe, R., Soykan,A.,Cürebal,İ.&Sönmez,S.(2013).Dünyada, Türkiye’de, Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin ve Zeytinyağı. *Edremit Belediyesi Kültür Yayınları*

Erbay, Y.(1998).Küreselleşen Dünyada Türkiye

Erdal, B.&Vural,H.(2017)Türkiye’de Zeytin Pazarlama Yapısı: Pazarlama Marjının Ekonometrik Analizi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* ,37-44.

Ertürk ,E.(2015). *İktisat: Kavram – İlke – Politika*. Aktüel Yayınevi.

Eryılmaz, A.(2020).*Geçmişten Günümüze Zeytin ve Zeytinyağı Dünya-Akdeniz-Türkiye*.

Gazanfer M.(2007)Tam Üyelik Sürecinde Türkiye ve Avrupa Birliği Zeytinyağı Sektörlerinin Karşılaştırmalı Analizi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Gaziantep Ticaret Odası(2021).İzmir Kuzey Ege Zeytincilik Sektörü İnceleme Gezisi Araştırma ve Sonuç Raporu.

Gemlik Ticaret Borsası.(2021).Dünyada Sofralık Zeytin Üretimi ve Coğrafi İşaret Raporu.

Gerber,D.(2010).Global Comoetition:Law,Markets and Globalization,*Oxford University Press*.

Giannopoulou,A.(1990).TheEconomicDEvelopment Of TheGreekOlive-OilİndustryWith Special Reference toMesseniaProvince

Gökdere, A.(2001). Küreselleşmeye Genel Bir Bakış , *Ankara Üniversitesi Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 71-101.

Gözel,H.(2012).Güneydoğu Anadolu’da Zeytin. *Antepfıstığı Araştırma Dergisi* , 42-48.

GTB, (2014). 2013 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu. T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü

Güldoğan E. (2006) AB’nde Zeytin Ve Zeytinyağı Reformu ve Türkiye’nin Topluluk Müktesebatına Uyumu

Hekimoğlu B.,Altindeğer M.(2006) ’’AB Ortak Tarım Politikaları ve DTÖ Kararları Bunların Ülke ve Bölge Tarımına Etkileri, T.C. Samsun Valiliği Tarım İl Müdürlüğü

- İleri,H.&Horasan,A.(2010).Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerin Teknoloji ve Ar-Ge Yönetimlerinin Rekabete Etkileri Üzerine Araştırma ve Örnek Bir Uygulama.*Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi* , 171-190 .
- Ilgar,R.(2016).Çanakkale İlinde Zeytin Yetiştiriciliği ve Yaşanan Sorunlar. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi*, 19-32.
- Ilgar,R.(2020).Çanakkale’de Zeytinciliğe Bağlı Oluşan Karasuyun Durum Değerlendirmesi. *Journal of International Social Research* , 242-248.
- Jackson, D.,Paglietti, L., Ribeiro, M.,&Karray, B.(2015). Tunisie: Analyse de la FilièreOléicole. Organisation des Nations Unies pour L’alimentation et L’agriculture.
- Jellali,A. Hachicha,W.&Aljuaid,A. M.(2021). Sustainable Configuration of the Tunisian Olive Oil Supply Chain Using a Fuzzy TOPSIS-Based Approach
- Kaplan,M.&Arıhan-Karagöz,S.(2011).Antik Çağdan Günümüze Bir Şifa Kaynağı:Zeytin ve Zeytinyağının Halk Tıbbında Kullanımı” 21-24 Kasım 2011 VIII.Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi .
- Karaca,C.,Bozoğlu,B.&Polat,O.(2015)’Hatay İli Pirina Atık Miktarının ve Enerji Potansiyelinin Haritalanması. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* , 55-60.
- Karabulut,A.N.(2004).Küreselleşmenin Ticari Hayat Üzerinde Etkileri. *Mevzuat Dergisi*
- Karagöz,Y.(2016).SPSS ve AMOS Uygulamalı İstatistiksel Analizler.Ankara:Nobel
- Kendiroğlu,Ö.(2008).Tariş Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliğı Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi ve Üretici Memnuniyetinin Belirlenmesi :Aydın İli Örneğı. Adnan Menderes Üniversitesi Ben Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Kharlamova,G.& Olga Verteliava,O.(2013)The International Competitiveness of Countries:Economic-Mathematical Approach. *Recent Issues in Economic Development, Economics & Sociology* , 39-52.
- Kılıç, M.,(2007).Küreselleşme Sürecinde Ortak Teşebbüsler, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Kocabaş C.(2013)Kalite Güvence ve Standartları Ders Notları
- Kocadağılı- Yaman,A.(2009)’Türkiye’de Zeytincilik Faaliyetlerinde Edremit Körfezi Kıyılarının Önemi . *Journal of Geography-Coğrafya Dergisi*, 28-58
- Koç V.(2008).Standart ve Kalite Ders Notları
- Komili Unilever T.A.Ş(2000).Zeytinyağının Tarihsel Gelişimi. *Gıda Mühendisleri Dergisi*.
- Kozlu C.(1995) *Uluslararası Pazarlama*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları
- Kondağcı, Z. Zeytin Ağacı’nın Gölgesinde Bursa’da Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü”,T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü
- Kuşadası Ticaret Odası. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı(2018), KUTO Araştırma Yayınları

- Kürkçü- Dumanlı, D. (2013).Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşmeye Yönelik Yaklaşımlar, TheTurkish Online Journal of Design , Art and Communication.
- Lombardo ,L. ,Farolfi ,C.&Capr E.,(2021).SustainabilityCertification, a New Path of Value Creation in theOliveOilSector: The ITALIAN Case.
- Mariem,Z.,Zied.D.M.,Ooussema,J.&Salah,Benyoussef,(2019).Assessment of the Tunisian Olive Oil Value Chain in the International Markets : Constraints and Opportunities
- Mete M.(2015) Türkiye'nin Daha Karlı Zeytinyağı İhracatı Yapabilmesi İçin Ticari İstihbarat Ve Hedef Pazar Seçiminin Önemi Örnek Bir Uygulama, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 371-386.
- Millan,G.,Arjona,J.&Amador,L.(2014). A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain.
- Nazilli Ticaret Odası(NTO).(2018).Zeytin ve Zeytinyağı Raporu
- Oliviae Official Journal Of The International OliveCouncil(IOC)(2019).The Olive Grove in Morocco''
- Özdemir Y. , Koç Aytakin G.(2016),Avrupa Birliği (AB) Gümrük Birliği'nin Türkiye Ekonomisine Etkileri. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45-59.
- Özilbey,N.(2014).*Zeytincilik* .Sidas Yayınevi
- Özkan,A.(2006).Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri.Türkiye Stratejik Araştırma Merkezi (TASAM).
- Öztimur,B.(2020).2020 Zeytinyağı Sektör Raporu Torbalı Ticaret Odası
- Peker,R.(2019).Tarihsel Süreçte Aydın'da Zeytin ve Zeytincilik. T.C. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Pehlivan-Gürkan,N.(2017).Türk Zeytin ve Zeytinyağı Sektörel Yenilik Sistemi'ndeki Sistemik Problemler: Kamu Politikası Tasarımı için Tespit Analizi. ODTÜ- TEKPOL-Bilim ve Teknoloji Politikaları Araştırma Merkezi.
- Pehlivan,C.,Efeoğlu,R.&Han,A.(2019).FactorsAffectingGlobalization:An Application On Fragile Five Countries, *Turkish Studies Social Sciences*.
- Porter,M.E.(1985).Competitive Advantage CreatingandSustainingSuperiorPeifonnance.
- Rodriguez, J. R. (1997). Zeytinyağı Ekonomisi Eskiçağı. Dünya Zeytin Ansiklopedisi.
- Romero-Gamez,M.,Castro-Rodriguez,J.&Suarez-Rey,E.M.(2017). Suarez''Optimization of OliveGrowingPractices in SpainFrom A Life CycleAssessmentPerspective
- Sabır,H.(2014).Küreselleşen Dünyada Rekabet Politikası ve Gelişmekte Olan Ülkeler, *Sosyal Bilimler Dergisi* , 55-67.
- Savran,M.K.(2015).Zeytinyağı Üretim ve Ticareti Açısından Lisanslı Depoculuktan Beklentiler,İzmir Ticaret Odası.

Savran,M.K&Demirbaş,N.(2011).Türkiye’de Sofralık Zeytinde Kalite Sorunu ve Öneriler. *Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* , 89-99 .

Seçer A., Ekmeksiz F.(2012) Doğu Akdeniz Bölgesi’nde Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi, Pazarlaması ve Bölgede Zeytinciliği Geliştirme Olanakları. Ankara : Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE).

Seymen, D., (2009), Türkiye’nin Dış Ticaret Yapısı ve Rekabet Gücü, Dokuz Eylül Üniversitesi

Sevinç,N.(2005).Türkiye zeytinyağı sektörü ve Amerika Birleşik Devletleri’ne İhracatı. T.C. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi

Soyyigit,S.&Yavuzaslan,K.(2018).,Zeytin İhracatı ve Uluslararası Piyasada Türkiye’nin Rolünün Ağ Analizi Yaklaşımı İle İncelenmesi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47-84.

Sönmez,E.,&Pirtini,S.,& Ataman G.(2020). İşletmelerde Küresel Rekabeti Etkileyen Güçler ve Ulusal Rekabet Açısından Turquality Uygulaması ,*Academic Review Of Humanities and Social Sciences*, 190-211.

Stankiewicz,M.J.(2002).Konkurencyjnoscprzedsiebiorstwa.
Badaniekonkurencyjnościprzedsiebiorstwa w warunkach globalizacji

Şimşek,U.&İlgaz,S.(2010).Küreselleşme ve Ulusal Kimlik, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 189-299

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE).(2021).Tarım Ürünleri Piyasa Raporu

TCRG, 2015. 14 Şubat 2015 Tarihli ve 29267 Sayılı Tarımsal Ürünlerde İhracat İadesi Yardımlarına İlişkin Para- Kredi ve Koordinasyon Kurulu Kararı. Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazetesi

TenekecioğluB.(1994) *Makro Pazarlama* ,Bilim Teknik Yayınevi

Tetik,H.D.(2005).Sofalık Zeytin İşleme Teknikleri. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı.

Toplu Yılmaz Ö.(2013)Türkiye’de ve Avrupa Birliği’nde Zeytinyağı Politikaları ve Türkiye’nin Avrupa Birliği Zeytinyağı Politikasına Uyumu, *Tarım Ekonomisi Dergisi* ,35-44.

Tunaloğlu R.(2010) Türkiye Zeytinciliğinde Tarihsel ve Ekonomik Gelişmeler,*Zeytin Bilimi Dergisi*.

Türkiye İhracatçılar Meclisi(2020)Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Raporu.

Türkiye Büyük Millet Meclisi(TBMM).(2008)Zeytin ve Zeytinyağı ile Diğer Bitkisel Yağların Üretiminde ve Ticaretinde Yaşanan Sorunların Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu.

T.C.Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü.(2017).2016 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

T.C.Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü(2018).2017 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

The Global Innovation Index(GII),(2015).Effective Innovation Policiesfor Development (https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_gii_2015.pdf)

The Global Competitiveness Report(2008/2009)World Economic Forum,Committed toImproving TheState of TheWorld,Geneva,Switzerland

Ugrimova -Svetlana ,N. (2018).World market competition: tendencies and development features at the present stage Competencia del mercadomundial: tendencias y características de desarrollo en la etapaactual.

Uludağ İhracatçılar Birliği(UİB) Zeytin Raporu. AR-GE

Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi(UZZK).(2020). 2020-2021 Üretim Sezonu Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Rekoltesi Ulusal Resmi Tespit Heyeti Raporu.

Ünsal, A.(2019).*Ölmez Ağacın Peşinde – Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı*.Yapı Kredi Yayınları .

Varinli İ.(2000), Global Pazarlama ve Ürün Standartlaştırma/Uyarlama Kararı, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* ,117-132.

Yaşarlar Y.(2011) AB Ortak Tarım Politikasına Uyum Sürecinde Türkiye’de Uygulanan Tarım Politikalarının Ekonomiye Etkisi. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Yeşil,S.(2010).Küreselleşme ve İşletmelerin Küreselleşme Süreçleri:Karşılaşılan Fırsatlar ve Tehditler, T.C. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Yüksel,H.(2014).Küreselleşme Sürecinin Sosyal Politika Dinamikleri Üzerinde Neden Olduğu Değişim Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,127-151.

Yıldırım,A.E.(2015).Ölmez Ağacın Peşinde.İzmir Zeytin Sempozyumu

Yılmaz,M.(2019).Zeytin Üreticisi Ülkelerde Zeytin İhracatının Etkinlik Analizi:Türkiye Örneği.

Zencikıran,M.,(2015).*Sosyoloji* .Dora Yayınevi.

Zukowska,J.&Pindelski,M.(2011).FactorsDeterminingTheCompetitiveness Of Entities On Global Market

Quinn,N.(2004).The Olive Industry– An Environmental Management Systems Framework. *A report for the Rural Industries Research and Development Corporation*

İnternet Kaynakları

<https://www.kristalyaglari.com/zeytinyaginin-tarihi-ve-ozellikleri>Erişim:18.10.2021

<https://www.gemlikzeytini.net/zeytincilikte-karsilasilan-sorunlar.htm> Erişim:05.02.2022

<http://cografyaharita.com/haritalarim/4cturkiye-2019-zeytin-uretim-haritasi.png>
Erişim:17:08.2021

<https://abidintatli.com.tr/10198.html> Erişim:04.01.2022

<https://www.dunya.com/kose-yazisi/zeytincilik-neden-onemli/397977>Erişim:06.02.2022

http://www.halklailiskiler.com.tr/KURESEL_VE_BOLGESEL_PAZARLARDA_REKABET_STRATEJISI.php, Erişim:13.12.2020

https://tr.wikipedia.org/wiki/Zeytinya%C4%9F%C4%B1#cite_note-https://www.ito.org.tr-2 Erişim :17.12.2020

http://www.iberianfoods.co.uk/olive_oil_history.htm#:~:text=Spanish%20olive%20cultivation,upon%20olive%20oil%20production%20techniques. Erişim: 29.12.2020

<https://www.citylifebarcelona.com/olive-oils-of-spain-the-more-you-know/>Erişim:29.12.2020

<https://www.olioofficina.it/en/knowledge/economy/olive-growing-in-italy.htm>
Erişim: 29.12.2020

<https://www.vkpremium.com/food-agriculture-investment-opportunities-in-greece>
Erişim:02.01.2021

<https://www.olioofficina.it/en/knowledge/economy/the-evolution-of-olive-growing-in-egypt.htm> Erişim:02.01.2021

<https://www.oliveoiltimes.com/tr/business/route-sustainable-tourism-greece-lined-olive-oil/56082> Erişim: 18.02.2021

<https://www.oliveoiltimes.com/production/morocco-producers-optimistic/86437>
Erişim:03.01.2021

<http://www.plan-it-fez.com/olives-of-morocco/> Erişim:03.01.2021

<https://www.oliveoiltimes.com/tr/business/tunisia-exports-146000-tons-of-olive-oil-amid-covid-19-crisis/81291> Erişim :05.01.2021

<https://www.ticaret.gov.tr/kooperatifcilik/kooperatiflere-yonelik-hizmetler/uluslararası-zeytin-konseyi-calismalari> Erişim :05.01.2021

(<https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2019/11/OLIVAE-125-ENG.pdf>) Erişim:03.02.2021

<https://www.internationaloliveoil.org/about-ioc/mission-basic-text/> Erişim:05.01.2021

<https://www.oliveoiltimes.com/opinion/olive-oil-industry-megatrends/35603>
Erişim:05.01.2021

(IOC) <https://www.internationaloliveoil.org/what-we-do/economic-affairs-promotion-unit/> Erişim:18.02.2021

<https://www.internationaloliveoil.org/olive-world/world-day-of-the-olive-tree/>
Erişim:22.02.2021

<https://ouroliveoil.com/storage/uploads/2019/05-24/25%20-%20Y2%20-%20Unesco%20proclaims%20international%20olive%20day-PF.pdf>

Erişim:22.06.2021

<https://www.tse.org.tr/IcerikDetay?ID=2903>

Erişim:10.10.2022

<https://www.tse.org.tr>).Eriřim:10.10.2022

<https://www.fao.org/turkiye/en/> Erişim: 17.10.2022