

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
KISALTMALAR	iii
TABLolar LİSTESİ	v
GRAFİKLER LİSTESİ	iii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ZEYTİNCİLİK VE ZEYTİNYAĞI

1.1. Zeytinin Dünyadaki Yayılım Alanları ve Üretimi	3
1.2. Modern Zeytin Yetiştiriciliği	4
1.3. Peridiyosite	6
1.4. Zeytinde Hasat ve Hasat Yöntemleri	7
1.5. Zeytinyağı Üretim Teknolojileri ve Üretim Aşamaları	10
1.6. Zeytinyağlarının Depolanması.....	14
1.6.1 Yeraltı Depoları	15
1.6.2 Yerüstü Depoları.....	16
1.7. Zeytinyağının Ambalajlanması.....	16
1.8. Zeytinyağının Sınıflandırılması	17
1.9. Zeytinyağının Beslenme Açısından Önemi	20

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA VE TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜ

2.1. Dünyada Zeytincilik	24
2.1.1 Dünya Zeytinyağı Üretimi	25
2.1.2 Dünya Zeytinyağı Tüketimi.....	31
2.1.3 Dünya Zeytinyağı İhracatı	34
2.1.4 Dünya Zeytinyağı İthalatı	37
2.1.5 Stoklar	39
2.2. Türkiye'de Zeytincilik	39
2.2.1 Türkiye'de Zeytinyağı Üretimi	41

2.2.2	Türkiye'nin Zeytinyağı Tüketimi	45
2.2.3	Türkiye'nin Zeytinyağı İhracatı	47
2.2.4	Türkiye'nin Zeytinyağı Stokları	54

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİNDE TÜRK ZEYTİNYAĞI

3.1.	ABD'ye Ait Temel Göstergeler ve Genel Ekonomik Yapı	55
3.2.	Türkiye İle Ticari İlişkileri	59
3.2.1	Sayılarla Ticari İlişkilerin Son Durumu.....	61
3.2.2	Türkiye'nin ABD Ticaretindeki Yeri	63
3.2.3	Türkiye ABD Arasındaki Ticarete İlişkin Sorunlar.....	65
3.3.	Türkiye'nin ABD'ye Zeytinyağı İhracatı	68
3.3.1	ABD'ne Zeytinyağının Pazarlanması	71
3.3.1.1	Marka Olmak	72
3.3.1.2	Özel Etiket Firması Olmak	72
3.3.1.3	Orijinal İmalat Tedarikçisi (OEM) Olmak	72
3.3.1.4	Bir Distribütörle Çalışmak:.....	73
SONUÇ		74
KAYNAKÇA		76

KISALTMALAR

AB	:	Avrupa Birliği
ABD	:	Amerika Birleşik Devletleri
ADV	:	Anti Damping Vergisi
DİE	:	Devlet İstatistik Enstitüsü
FDA	:	FDA Food and Drug Administration Gıda ve İlaç Teşkilatı
GSP	:	Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi
HACCP	:	Hazard Analysis and Critical Control Points Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizleri
ISO	:	Uluslararası Standardizasyon Organizasyonu
NAFTA	:	Kuzey Amerika Ülkeleri
NSB	:	Nitelikli Sanayi Bölgesi
TEV	:	Telafi Edici Vergi
TSE	:	Türk Standartları Enstitüsü
UZK	:	Uluslararası Zeytinyağı Konseyi

TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1.1.Ege Bölgesi'nde Kır ve Taban Arazideki Zeytin Yetiştiriciliğinde İnsan Gücü Gereksinimi ve Toplam İş Gücü Gereksinimi İçindeki Payları	8
Tablo 1.2. Zeytinyağı Türlerinin Yabancı Dil Karşılıkları	20
Tablo 1.3. Bazı Yemeklik Bitkisel Yağların Kimyasal Bileşimi.....	21
Tablo 1.4. Zeytinyağının Kimyasal Bileşimi.....	22
Tablo 2.1. Dünya Zeytin Üretim Bölgeleri.....	25
Tablo 2.2. Dünya Zeytinyağı Üretimi.....	27
Tablo 2.3. Avrupa Birliği Ülkeleri Zeytinyağı Üretimi.....	28
Tablo 2.4. 2003/2004 Sezonu Dünya Zeytinyağı Üretimindeki Ülke Payları.....	31
Tablo 2.5. Dünya Zeytinyağı Tüketimi	32
Tablo 2.6. Dünya Zeytinyağı İhracatı	35
Tablo 2.7. Dünya Zeytinyağı İthalatı.....	38
Tablo 2.8. Türkiye'nin Zeytinyağı ihracatının Yıllara Göre Üretime Oranı	48
Tablo 2.9. Türkiye'nin Zeytinyağı Stokları	54
Tablo 3.1. ABD Ekonomik Göstergeleri	55
Tablo 3.2. ABD Genel Olarak Dış Ticareti	56
Tablo 3.3. Sayılarla ABD Ekonomisinin Son Durumu	57
Tablo 3.4. ABD Dış Ticaretinde Önemli Kalemler	58
Tablo 3.5. Türkiye-ABD Dış Ticareti.....	62
Tablo 3.6. ABD'nin Başlıca Ticaret Partnerleri ve Türkiye (Milyar Dolar)	63
Tablo 3.7.ABD'nin İthalat Yaptığı Ülkeler	64
Tablo 3.8. Türkiye'nin İhracatında İlk On Ülke	64
Tablo 3.9. Türkiye'nin Yıllara Göre ABD'ye Zeytinyağı İhracatı.....	69

GRAFİKLER LİSTESİ

	Sayfa No
Grafik 2.1. Yıllara Göre Dünya Zeytinyağı Üretimi	29
Grafik 2.2. Dünya Zeytinyağı Tüketimi	33
Grafik 2.3. Dünya Zeytinyağı İhracatı)	36
Grafik 2.4. Dünya Zeytinyağı İthalatı.....	37
Grafik 2.5. Türkiye'nin Bölgelere Göre Zeytin Üretimi	40
Grafik 2.6. Türkiye Zeytinyağı Üretimi.....	42
Grafik 2.7. Türkiye Zeytinyağı Tüketimi	46
Grafik 2.8. Türkiye'nin Zeytinyağı İhracatı	47
Grafik 3.1 Türkiye'nin ABD'ne İhracatının Sektörel Dağılımı.....	64
Grafik 3.2. Türkiye'nin ABD'den İthalatının Sektörel Dağılımı	65
Grafik 3.3. ABD'nin Zeytinyağı Tüketimi	68
Grafik 3.4. ABD'nin Zeytinyağı İthalatı	69

GİRİŞ

Zeytin geçmişten günümüze gelen ve tarih içerisinde yağ üretiminde kullanımına geçilmiş bir tarım ürünüdür. Zeytincilik Akdeniz ülkelerinde yoğun olarak yapılmaktadır. Türkiye’de zeytincilik, 5 bölgede 35 ilde yapılmaktadır. İşlenen tarım alanlarının % 4’ü zeytin üretimine ayrılmıştır. Üretilen zeytinin %70’i ise zeytinyağı üretiminde kullanılmaktadır.

Zeytinin üretildikten sonra zeytinyağı olabilmesi için, çeşitli üretim aşamalarından geçmektedir. Gerek zeytinin üretimi gerekse zeytinyağı üretiminde uygulanan aşamalar, zeytinyağının kalitesini ortaya koymaktadır.

Yeterli ve dengeli beslenmenin, sağlığın korunmasında çok önemli bir rol oynadığının daha iyi anlaşılması neticesinde tüm dünyada zeytinyağı doğallığı nedeni ile önem kazanmış ve tüketimi artmıştır. Tüketimi artan zeytinyağının pazar payı artmış ve zeytinyağı üreticisi ülkelerinin ihracatını yükseltmiştir.

Dünyada zeytin üretiminde 4. sırada yer alan Türkiye’nin, tüketimi karşılamaya yönelik çalışmaları olsa da bunlar diğer zeytinyağı üreten ülkelere göre yetersiz kalmıştır.

Devlet tarafından üreticiye yönelik zaman zaman uygulamalar başlatılsa da uygulamalardaki istikrarsızlık zeytin üretimine, dolayısıyla Türkiye’nin zeytinyağı ihracatına da yansımıştır.

Son yıllarda artan ABD-Türkiye ekonomik ilişkileri, zeytinyağı sektörüne de yansyarak Türkiye’nin zeytinyağı ihracatında ABD ön sırayı almıştır. ABD Türkiye için geniş bir pazar konumunda bulunurken diğer zeytinyağı ihraç eden ülkeler, ABD’nin zeytinyağı talebini karşılama çabasındadırlar.

“Türkiye Zeytinyağı Sektörü ve ABD’ye İhracatı” adını taşıyan çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde zeytincilik ve zeytinyağı hakkında bilgiler verilmiş, zeytinyağının beslenme açısından önemi belirtilmiştir. İkinci bölüm Dünya ve Türkiye’de zeytinyağı sektörü başlığı altında ele alınarak dünyada ve Türkiye’de zeytinyağı üretim ve tüketimleri, zeytinyağı ithalat ve ihracatları istatistiksel bilgilerle verilmiş, bu bilgiler tablolar ve grafiklerle desteklenmiştir. Üçüncü bölüm Amerika

Birleşik Devletleri'nde Türk Zeytinyağı başlığını taşımaktadır. Öncelikle ABD ekonomisinin özellikleri ve verileri, Türkiye ile ekonomik ilişkileri değerlendirilerek, ABD'de zeytinyağı tüketimi ve Türkiye'nin ABD'ye zeytinyağı ihracatı ele alınmış ve ABD'ye zeytinyağı ihracatının artırılması için neler yapılması gerektiği belirtilerek bu bölüm tamamlanmıştır.

Yapılan çalışma ABD'deki zeytinyağı sektörü hakkında bilgi edinmek ve bu sektörde yer almak isteyen zeytin ve zeytinyağı üreticilerine, ayrıca zeytinyağı ticareti yapmak isteyen ihracatçılara yol gösterici olmayı amaçlamaktadır.

Türkiye'nin zeytinyağı ithalatı hem çalışmanın başlığı açısından hem de sadece belli dönemlerde yok denecek kadar az miktarda zeytinyağı ithalatı olması nedeniyle konu dışında bırakılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ZEYTİNCİLİK VE ZEYTİNYAĞI

Beslenme insanın yaşaması neslinin devamı için bir zorunluluktur. Bu nedenle de insanoğlunun geçmişten bugüne değin verdiği mücadelede beslenmenin daima ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Diğer yandan beslenme için tarımsal ürünlerin öneminin vazgeçilmez oluşu, tarıma stratejik bir konum kazandırmakla kalmayıp, tarımın güncelliğinin devamına da katkıda bulunmaktadır.

Tarımsal ürünler arasında zeytin gibi bazı ürünler vardır ki; ancak işlenerek tüketime sunulabilmekte ve bunlar daha çok katma değer sağlayarak ekonomik kalkınmaya yardımcı olmaktadır.

Zeytin, dünyada olduğu gibi, Türkiye’de de doğasından gelen özellikleri nedeniyle ham dane olarak tüketilemediği için işlenmekte, hammadde kaynağı oluşturmaktadır. Hatta zeytinyağı üretiminden sonra pirina gibi yan ürünler de üretilmekte ve ana sektörler yanında yan sektörlerin de oluşumu söz konusu olmaktadır.

1.1. Zeytinin Dünyadaki Yayılım Alanları ve Üretimi

Zeytinin büyük bölümü Akdeniz bölgesi çevresinde kuşak olarak adlandırılabilen bölgede ve 33 ülkede yetiştirilebilmektedir. Fakat ekonomik anlamda daha çok Akdeniz’e kıyısı olan 16 ülkede yetiştirildiğini ifade etmek mümkündür. Bu bağlamda zeytinin, anavatanının Güneydoğu Anadolu Bölgesi olduğu iki koldan Avrupa ve Kuzey Afrika’da yayıldığı, sonra diğer kıtalara geçtiği de belirtilmektedir.

Dünya’da İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Tunus, Portekiz ve Fas’ın öncelikli önemli zeytin üreticisi ülkeler olarak yer aldığı görülmektedir. Hem Avrupa Birliği üyesi hem de Akdeniz ülkesi olma özelliğini taşıyan İspanya, İtalya ve Yunanistan’ın dünya zeytinciliğinde özel bir konumu olduğu gibi zeytinciliğin bu ülkelerin tarımında da ayrı bir önemi olduğu görülmektedir. Öyle ki; bu ülkelerde yaklaşık 1 900 000 adet aile zeytincilikle geçimini sağlarken, yine bu ülkelerde zeytinciliğin toplam tarım alanları içindeki payı % 7 ile % 17 arasında değişmektedir.

Dünya zeytin bölgesinin başında Akdeniz ülkeleri gelir. Güney Amerika; Kuzey Amerika ve Avustralya’nın zeytin üretimi Akdeniz Bölgesine oranla çok düşüktür.

Zeytin maksimum 40°C' ye kadar yüksek sıcaklığa iyi sulanmak şartı ile dayanabilir. Dayanabildiği minimum sıcaklık -7°C olup bu derecenin altında don zararı artar. Zeytinin yıllık yağış isteği 700-800 m³tür¹.

1.2. Modern Zeytin Yetiştiriciliği

Zeytin tesislerinde, zeytin yetiştiriciliği yönünden çoğunlukla eski yöntemler uygulanmaktadır. Asırlardır zeytin ağacı nispeten fakir kuru alanlarda yerleşmiş olması ve kuraklığa dayanıklılığı diğer ürünlerin yetişmediği alanlarda az ve düzensiz de olsa ürün verebilmesi ile tanınmıştır. Fakat bu şekilde olması zeytinin bu tür bir çevre istediğini ifade etmez. Aksine ağaçlar yüksek verimli alanlarda daha iyi gelişir ve ürün verirler. Modern zeytinciliğin esasında birim alandaki ağaç sayısının artırılması, birim alandan alınan ürün miktarının artırılması ve birim alana düşen maliyet masraflarının azaltılması yer alır.

Günümüzde zeytin yetiştiriciliği için en uygun ortamın karışık olmayan tesisler olduğu kabul edilmektedir. Tek bitki yetiştiriciliği, diğer bitkilerin su ve topraktaki başlıca besin maddeleri yönünden rekabetini önlemek için gereklidir. Birçok çiftçi gayri safi gelir ve özellikle işleme maliyetinin düşük olduğu küçük işletmelerde basit hesaplarla geleneksel ara tarıma dayalı yetiştirme sistemini devam ettirmektedir. Fakat bu yöntem aşağıdaki konular dikkate alınarak yapılmalıdır.

- Zeytin ağacı ile ara bitkinin toprak işleme yönünden farklı istekleri.
- Zeytin ağacı ile ara bitkinin gübreleme (gübre cinsi, dozu, uygulama zamanı) ile ilgili isteklerin farklılığı.
- Belli miktarda ağacın, belli bir alanda veya daha geniş bir alana dağılmış bulunması halinde, tarımsal mücadele işlemleri, zamanının uygunluğu, sürati etkinliği ve ekonomik oluşunun kıyaslanması.
- Ara bitkiler, özellikle sebzeler ve yem bitkileri için gerekli bazı ilaçların zeytin için uygun olmayışı.
- Ara bitkileri olarak kullanılan bitkilerin tarımsal çalışmaların makinelleştirilmesini güçleştirmeleri.

¹Renan Tunaloğlu, **Türkiye Zeytinciliğinin Genel Durumu**, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, İzmir, 1995, ss.13-14.

Entansif tesislerde amaç, zeytin ağacı için en uygun gelişme ve verimliliği sağlayıcı bütün isteklerin teminiyle verimliliği arttırmaktır. Tek bitkiye yönelmiş karışık olmayan dikimler entansif işlemler için ilk şarttır, fakat amaca ulaşmak için yeterli değildir. Bu anlamda entansif kelimesi üretimin arttırılmasında uygulanabilecek (toprak işleme, gübreleme, hastalık ve zararlılara karşı ilaçlama, budama vs.) mümkün olan bütün bakım işlerinin en uygun teknik ve ekonomik sınırlar içinde uygulanmasını ifade etmektedir.

Artan nüfus ve yükselen ekonomik seviye bağlı olarak besin maddesi tüketimi artış göstermektedir. Üretim sadece ekim alanları veya verim artışıyla sağlanabilmektedir. Çoğunlukla geleneksel zeytin üreticisi ülkelerde, tarım yapılan alanların genişletilmesi mümkün değildir, bunun için gerek geleneksel üretim tekniklerini geliştirme, gerekse entansif üretim yöntemlerini yerleştirme suretiyle hektara ürün artışı sağlanmayı göz önünde tutmak gerekir. Günümüzde teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişme, şehirleşme ve köyün terk edilişi ile birleşerek genelde tarım işçisi sayısında bir azalmayı birlikte getirmektedir.

Bazı ülkelerde endüstrileşme arttıkça zeytin alanlarında bir işçi kıtlığı olmaktadır. Bundan öncelikle fakir tarım çevreleri etkilenmekte, yüksek gelir alınabilmektedir. İşçi kıtlığı işlenen alanların azaltılmasına, kullanılan üretim araçlarının yoğunlaşmasına ve böylece entansif yetiştiriciliğin gelişmesine etkili olmaktadır.

Sosyoekonomik gelişme ve tüketici tercihlerinizin hızla değişmesi nedeniyle, diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi zeytinde de üretim hedefinin belirlenmesi oldukça güçtür, böyle uzun ömürlü türlerde bu konu daha da önem taşımaktadır. Çünkü tesis edilen bahçelerdeki düzenlemelerin üretici gelirini olumlu yada olumsuz etkilemesi söz konusudur. Geleneksel zeytinliklerde başlangıçtaki verimlilik devresine ancak yedi, sekiz yıl sonra erişilebilirken entansif zeytinlikte kültürel işlemlerin daha kolay uygulanabilirliği nedeniyle, bu devrenin daha da kısaltılabilmesi mümkündür. Bu durum tesis masraflarının kısa zamanda geri alınmasını ve zeytinin diğer meyve ağaçlarıyla rekabetinin güçlenmesini de etkilemektedir. Geleneksel tesislerin ilk yıllarında genç ağaçlar meyve vermeye başlasalar bile, az sayıdaki ağaç sebebi ile ürün karlı

olamamaktadır. Böyle tesislerde hektarda 100 ağaç bulunurken entansif yetiştiricilikte bu rakam en az ikiye katlanmaktadır².

1.3. Peridiyosite

Meyvecilikte bir ağacın veya dalın periyodisite göstermesinden söz edilirken, ağaçta veya dalda ürünün fazla miktarda olduğu yılı takiben az ürün oluşması veya bunun tamamen tersinin ifade edilmek istenmesinden çok; ağacın veya dalın yıldan yıla düzenli ürün vermemesi anlatılmak istenmektedir³. Zeytin ağaçlarında periyodisitenin şiddeti çeşit, iklim ve toprak şartları ile uygulanan bakım tekniklerine göre değişim göstermektedir⁴.

Zeytin ağaçlarından bol miktarda ve düzenli olarak ürün elde edebilmek için, çiçek tomurcuğu oluşumunun seyrinin ve çiçek tomurcuğu oluşumuna etki eden etmenlerin bilinmesi gerekmektedir. Zeytinde çiçek tomurcuğu farklılaşması Şubat-Mart aylarında meydana gelmektedir. Tomurcuklar çok kısa bir sürede gelişim göstererek, Mayıs-Haziran aylarında çiçekler açmaktadır.

Zeytin yetiştiriciliğinde periyodisite sorununu azaltabilmek için alınması gereken önlemler başlıca iki grupta toplanabilir:

Yeni kurulacak tesislerde alınabilecek önlemler;

- İklim ve toprak şartlarının uygun olması. Koşulların zorlanması.
- Az alternans gösteren çeşitlerin tercih edilmesi.
 - Mevcut çeşitlerden az alternans gösteren tiplerin seleksiyonu.
 - Mevcut çeşitlerden melezleme yoluyla daha az periyodisite gösteren yeni çeşitlerin elde edilmesi.

Eski tesislerde alınabilecek önlemler;

- Budama
- Sulama
- Gübreleme
- Hastalık ve zararlılarla mücadele

² Belgin Aykaç, **Zeytin Yetiştiriciliği, Zeytin Yetiştirme Koşulları, Tesisi ve Modern Yetiştiricilik**, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, 2004 İzmir, ss. 39-55.

³ S. P. Monselise and E.E. Goldshmidt, **Alternate Bearing in Fruit Trees**. *Horticultural Reviews*, 1982, V.4: pp 128-173.

⁴ A. Milella, **Alternate Bearing In The Olive Tree: Origins, Causes And Possible Control** Oleo Junio, 1984, 84: pp 29-32.

- Uzmanlar tarafından önerilebilecek büyüme düzenleyici maddelerin kullanılması
- Kültürel teknikler bakımından, çeşit için uygun olabilecek yöntem veya prensiplerin saptanması⁵.

1.4. Zeytinde Hasat ve Hasat Yöntemleri

Zeytinde meyve iriliği yavaş yavaş artar, çekirdek sertleşme dönemine eriştiğinde ağırlık artışı oldukça belirgin hale gelir. Sonbaharın başlangıcında koyu yeşil renk, parlak sarımtırak ve açık yeşil renge döner, daha sonra bu özellikte uçta küçük menekşe rengi benekler görünmeye başlar ve nihayet bütün kabuğu kaplayacak şekilde yayılır. Daha sonra beyazımsı et, kabuktan başlayarak çekirdeğe kadar menekşe rengine dönmeye başlar. Bu sırada kabuk menekşe renginden parlak koyu erguvani renge dönüşür. Sonunda et ve kabuk çeşide has rengini alır. Olgunlaşma evresi, menekşe rengi lekelerin görülmesinden kabuk ve etin son renklenme zamanına kadar süren devre olarak kabul edilir. Meyvenin yağ varlığı, olgunluk ilerledikçe artar ve ağaç üzerinde yeşil meyve kalmayınca en yüksek seviyesine erişir. Bu zamandan sonra ağırlığına göre, toplam yağ varlığı pratik olarak sabit kalmakla birlikte toplam yağın yüzdesi meyvenin rutubet kaybetmesi ile artar. Olgunluğun başlangıcında elde edilen yağlar meyvemsi ve aromatik olmaktadır. Zeytin hasadı tabi dökümün şiddetli olduğu devreden önce tamamlanmalıdır. Meyvelerin tabi dökümü çeşide bağlıdır. Bunun yanında iklim koşulları ve ağacın sağlık durumu da etkili olabilir. Aynı zamanda hasat zamanının gelecek yılın ürünü üzerine etkisi vardır. Meyve ağaç üzerinde uzun bir süre kaldığında, çiçeklenmeyi önlemektedir. Araştırmalara göre yeşilken veya erken olgunlukta sofralık olarak hasat edildiğinde, gelecek yılın ürünü geç hasat edilenden daha fazla olmaktadır. Zeytin hasadı yeşil meyve kalmadığında meyveler azami yağ içeriğine eriştikleri zaman yapılmalıdır⁶.

Bugün için hasat, Türkiye’de tüm zeytinci ülkelerde olduğu gibi üretim masrafları içerisindeki yüksek payı nedeniyle zeytin kültüründeki en önemli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

⁵ Mustafa Akıllıoğlu, **Zeytinde Periyodisite**, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000 ,ss. 67-76.

⁶ Aysun Oktar , Ayşe Çolakoğlu, Tamay Işıklı, Hikmet Acar, **Zeytinyağı ve Teknolojisi**, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayınları, İzmir, 1983, ss. 14-15.

Tablo 1.1.Ege Bölgesi'nde Kır ve Taban Arazideki Zeytin Yetiştiriciliğinde İnsan Gücü Gereksinimi ve Toplam İş Gücü Gereksinimi İçindeki Payları (%)

İşlem	Kır Arazi		Taban Arazi			
	Kurur Koşullar ¹		Kuru Koşullar ²		Sulu Koşullar ³	
	BİİGh/da ⁴	%	BİİGh/da	%	BİİGh/da	%
Toprak İşleme	5.04	15.8	5.49	16.3	12.24	22.9
Gübreleme	0.95	3	1	3	0.85	1.6
Sulama	-	-	-	-	-	-
Mücadele	0.62	2	0.82	2.4	1.69	3.2
Budama	6.44	20.3	4.28	12.7	5.96	11.1
Hasat	18.72	58.9	22.05	65.6	25.15	47.1
Toplam	31.77	100	33.63	100	53.42	100

1 Ürün verimi: 152 kg/da.

2 Ürün verimi: 236 kg/da.

3 Ürün verimi: 265 kg/da.

4 BİİGh: Birim insan işgücü-saat

Kaynak: M. Candemir, Ege Bölgesinde Zeytinin Üretim Girdileri ve Maliyeti. Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Menemen Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 1990, Genel Yayın No. 166.ss.17-19

Çizelgeden görüleceği üzere, zeytin üretimindeki toplam insan işgücü gereksiniminin %50-65'i hasat işleminden kaynaklanmaktadır. Bu yüksek işgücü tüketimi karşısında üretici çok güç durumlara düşmekte ve hasat masrafları sürekli olarak artmaktadır. Diğer taraftan deneyimsiz zeytin toplayıcıları soğuk ve rutubetli kış aylarında çok yavaş çalıştıklarından iş verimi çok düşük bir düzeyde olmakta, dolayısıyla hasat masrafları artmaktadır.

Akdeniz havzasındaki diğer zeytinci ülkelerde yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Loussert ve Brousse'a göre (1978), işgücünün toplam üretim masrafları içerisindeki payı soyada sadece %37 iken zeytinde %64,88'dir.

Jacoboni ve Tombesi'ye göre, hasat işleminin ürün maliyeti üzerindeki payı 1950'de %15, 1965'de %25 iken 1967'de % 40-50 düzeyine çıkmıştır.

Ayrıca, ürünün optimum olgunluk döneminde toplanma zorunluluğu, hasat için gerekli işgücünün kısa bir periyotta aşırı derecede yükselmesine neden olmaktadır. Bu

durumda, işçi bulma zorluğu ve yüksek hasat masrafları zeytin hasadının mekanizasyonunu zorunlu kılmaktadır.

Teknik olduğu kadar ekonomik çok sayıda değişken faktör nedeniyle optimum hasat zamanını belirlenmesi kolay olmamaktadır.

Zeytin meyvesi sofralık yada yağlık olarak değerlendirilir. Sofralık olarak değerlendirilecekse yeşil yada siyah olgunluk döneminde hasat edilir.

Yeşil zeytin hazırlanmak istendiğinde meyveler, zeytin yeşili renginden sarımsı-yeşil renge döndüğü zaman toplanması uygundur. Bu devrede daneler normal iriliğine erişmiş, doku sertliğini biraz kaybetmiş ve daha elastiki bir yapı kazanmıştır. Hasat zamanı; iklim, çevre ve çeşide göre Eylül-Ekim aylarıdır.

Sofralık siyah zeytin hazırlanacaksa zeytinlerin çeşide has olgunluk rengini alması beklenir. Kararma kabuktan meyve etine doğru geçmiş ve dane normal iriliğine erişmiş olmalıdır. İklim, çevre ve çeşide bağlı olarak siyah salamuralık zeytinlerin hasadı Kasım-Aralık aylarında yapılır.

Yağlık zeytinler ağaçta yeşil meyve kalmadığında meyvede yağ oranı maksimuma çıktığı zaman hasat edilir. Kabuğun etten kolayca ayrılması, iki parmak arasında sıkılan meyvenin çekirdeğinin kolayca ayrılması ve sap çukurundan meyve suyunun çıkması, hasat zamanını belirleyen pratik işaretler olarak alınabilir. Yağlık zeytinlerin hasadı genellikle Kasım-Aralık aylarında yapılır.

Meyvemsi tat da yağ elde etmek istendiğinde hasat biraz öne alınabilir. Hasat sonu tabii dökümün şiddetli olduğu zamana isabet etmelidir. Hasat yöntemleri, bölge halkının sosyoekonomik koşulları, çeşit özellikleri, ağaç ölçüleri vb. faktörlere bağlı olarak farklılıklar gösterir. Mevcut uygulamaları, genellikle, ağaçtan düşürme yerden toplama ve doğrudan ağaç üzerinden elle veya bazı yardımcı aletlerle toplama şeklinde ikiye ayırabiliriz⁷.

⁷ Dinçer Caran, **Zeytinde Hasat**, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir., 2000, ss. 203-221.

1.5. Zeytinyağı Üretim Teknolojileri ve Üretim Aşamaları

Zeytinyağı üretiminde farklı teknolojiler uygulanmaktadır. Zeytinyağı üretim teknolojisinde bilinen en eski yöntem bir tokmak yardımıyla zeytinlerin ezildiği küresek ya da konik biçimli taş havanların kullanılmasıdır. Daha sonraları ezme işlemi yağ üreticilerin veya hayvanların döndürdüğü geniş değirmen taşlarında yapılmış ve asırlar boyu bu şekilde devam etmiştir. Zamanla ezilen zeytin hamurunun sıkıştırılması için Arşimet vidasının döndürülerek meydana getirdiği basınçtan yararlanılmıştır. 19. yüzyılın sonlarında zeytinyağı sanayi yeni bir aşamaya gelmiş ve hidrolik presler kullanılmaya başlanmıştır. Buhar ve elektrik gücünün kullanılmaya başlanmasından sonra daha hızlı bir gelişim başlamış, hidrolik preslerin yerine yağı hamurdan çıkarmak için değişik metotlar uygulanmıştır. Zeytinyağı sanayide yaygın olarak kullanılmaya başlanan bu metotlar, yağı yüzey geriliminin farklılığına göre ayıran sinolea olarak adlandırılan perkolasyon yada damlama sistemi ve yağı hamurdan direkt olarak ayıran güçlü yatay ve dikey santrifüjlerin kullanıldığı kontinü sistemlerdir. Zeytinyağı sanayide amaç daha kaliteli ve daha ekonomik doğrudan tüketime uygun zeytinyağı elde etmektir. İşleme sırasında zeytinyağının kalitesinde meydana gelen kayıplar, yağın rafine edilmesine, paçal yapımında veya sabunluk olarak kullanılmasına neden olmakta bunun sonucunda büyük ekonomik kayıplar meydana gelmektedir.

Zeytinyağının mekanik çıkarımı; Zeytin dokusundaki yağ damlacıklarının birleşerek devamlı sıvı faz teşkil edecek büyük damlalar haline gelmesi ve takiben dokudan yağın ayrılması ile gerçekleşir.

Zeytinyağı üretim sistemleri iki ana gruba ayrılır. Bunlar; klasik ve modern sistemdir. Klasik sistemler kendi aralarında üçe ayrılır. Bunlar;

- Mengeneler: Günümüzde kullanılmamaktadır.
- Kuru sistem
- Sulu sistem

Modern sistemler ise;

- Kontinü santrifüjleme sistemini kapsamaktadır. Bunlar;
- Fazlı kontinü santrifüjleme sistemi
- Fazlı kontinü santrifüjleme sistemi
- Perkolasyon sistemi
- Kombine perkolasyon ve santrifüjleme (Sinolea) sistemi olarak gruplandırılır.

Bir tarım ürünü ne kadar iyi değerlendirilirse, üretimi o oranda artar. Diğer bitkisel yağlara oranla daha yüksek bir değer taşıyan zeytinyağı, üstün organoleptik, fiziksel ve kimyasal özelliklere sahiptir. Zeytinyağının elde edilmesi aşamasında da bu üstün niteliklerin korunması gerekmektedir.

İyi kalitede zeytinyağı üretimi, zeytinin yetiştirilmesi, hasadı ve yağın elde edilmesi gibi işleme kademelerinde tekniğin öngördüğü şartlara tam olarak uymakla mümkündür. Yağın elde edilmesinde en ilkel işleme şeklinde dahi zeytin işleninceye kadar çeşitli aşamalardan geçmektedir. Ve her aşamanın uzun veya kısa olması, her basamakta uyulması gereken şartlara bilerek ve ya bilmeyerek uyulmaması yağın kalitesini olumsuz yönde etkilemektedir⁸.

Zeytinin işlemeye kabulünden sonraki zeytin işleme ya da zeytinyağı üretim aşamalarına geçilir, bu aşamalar şöyledir:

Yaprak Ayırma ve Yıkama: Zeytinlerin fabrikada yağa işlenmesi yaprak ayırma ve yıkama işlemiyle başlar. Hasat sırasında yaprak, yapraklı dallar toprak, taş ve diğer katı maddeler gibi mineral kaynaklı yabancı maddeler zeytinlerle birlikte toplanır ve taşınır. Zeytin tanesinin koku tutabilme özelliğinde olması nedeniyle iyi kalitede bir yağ elde edilmesi ve içeriğindeki muhtemel arızaları gidermek için bu maddelerden temizlenmesi gerekmektedir. Yaprak ayırma zeytinlerin tarlada temizlenmesi veya yıkama makinelerine monte edilen emme sistemi ile yapılmaktadır. Zeytinleri yıkamada helezonlu paletli yıkama tankları, kafesli döner dolap, basınçlı su titreşen elekli, su içersine hava vererek zeytinleri hareket halinde tutan çeşitli makineler kullanılmaktadır. 100kg zeytini yıkamak için hammaddenin durumuna göre 10 ile 100kg arasında su harcanır⁹.

Meydana gelebilecek kayıpları önlemek ve depolama sırasında fermentasyon olmaması için zeytin tanelerinin fabrikaya mümkün olduğunca sağlam olarak getirilmesine ve yıkama sırasında zararlarının zedelenmemesine dikkat etmek gerekmektedir. Ayrıca yıkama suyunun birkaç kez kullanılması kirliliğin bulaşmasına neden olacağından kaçınmak gerekir. Bununla birlikte yıkama işlemi zeytinlerin çok

⁸Hanife Telli Karaman, Harun Draman, **Zeytinyağı Üretim Sistemleri**, Zeytinyağı Teknolojisi Kursu, , Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000, ss. 1-3,

⁹Sebahattin Nas, , Hüsnü Y. Gökalp, Mahmut Ünsal, **Bitkisel Yağ Teknolojisi**, Mühendislik Fakültesi Yayınları, Denizli, 2000, ss. 157-158.

olgun olduğu hallerde yapılmayabilir. Çünkü makinelerin mekanik etkisi meyve eti parçacıklarının kopmasına sebep olabilir, bu da bir ölçüde yağ kaybına neden olur.

Kırma- Ezme işlemi: Kırma işlemi hem kimyasal hem de fiziksel bakımdan önemlidir. Çünkü zeytinyağının dokulardan çıkarılması zeytinlerin kırılması ve ezilmesiyle başlar. Amaç; yağın hücre içi boşluklarından çıkarılması için meyve eti hücrelerinin parçalanmasıdır.

Kırma ve ezme işleminde taş değirmenler ve metal değirmenler olmak üzere iki tip değirmen kullanılmaktadır.

Taş Değirmenler; çok eskiden beri kullanılan bir ezme öğütme metodudur. Değirmen taşı kıvamlı homojen bir hamur elde edinceye kadar zeytinleri teker teker ezer. Hamurun çok ince olmaması için taş yüzeyleri pürüzlü yapılmıştır. Aşırı ezilmiş hamur parçacıkları daha sonraki sıvı ve katı fazların ayrılmasında olumsuz etki yapmaktadırlar.

Metal değirmenler; yüksek hızda dönerek zeytinleri sabit metal kafese çarptırıp kıran ve ince hamur haline dönüştüren değişik şekillerde metal kısımlardan meydana gelmiştir. Metal değirmenlerin ezme kapasiteleri yüksektir, sürekli ve otomatik olarak çalışır. Bununla birlikte metal değirmenlerde ezme işi hızlı ve kabadır. Hücreler yeterince parçalanamaz, hamur gerektiği gibi hazırlanamaz, bunun sonucunda da daha uzun süre ve daha yüksek sıcaklık derecesinde yoğurma gerekir.

Klasik ve kontinü sistemlerde öğütme derecesi zeytinlerin kalitesi, olgunluk durumuna ve iklim şartlarına göre farklılık gösterir. Öğütme derecesinin iyi ayarlanması pirina ve kara sudaki yağ miktarını arttırmaktadır¹⁰.

Yoğurma (Malaksasyon): Zeytin ezildikten sonra yoğrulması gerekir. Bu işlem daha sonra katı/ sıvı fazların ayrılması için hamurun hazırlanmasında önemli bir kademedir. Yoğurma işlemi hamurun yağ açısından zenginleşmesini, yağın daha iyi alınmasını, homojen bir karışım elde ederek preslerde daha iyi bir sıkmanın gerçekleşmesini sağlayarak kaliteyi doğrudan etkilemesi ile büyük öneme sahiptir.

¹⁰ Karaman ve Draman, **A.g.e.** ,ss.3-4.

Fazların Ayrılması İşlemi: Zeytin hamurundan sıvı fazları (yağ ve karasu) katı fazdan ayırmak için çeşitli metotlar kullanılır. Bunlar kullanılan sistemlerin klasik ya da sürekli (kontinü) olmasına bağlı olarak farklılaşır.

Klasik sistemler: Bu sistemlerde uygulanan pres sistemi en eski sistemlerden birisidir. Presleme hidrolik ve sürekli (kontinü) olmak üzere iki çeşittir. Hidrolik presleme suyun kullanılmasıyla gerçekleşirken, sürekli (kontinü) presleme susuz(kuru) olarak gerçekleşir. Pres sisteminde preslenecek yığının çapı arttıkça yağın ayrılması için gereken güç de o oranda artar. Sıkma ne kadar hızlı olursa hamurdan kalan yağ miktarı o kadar fazla olur.

Sürekli (kontinü) sistemler ise aşağıdaki gibidir:

Santrifüjleme sistemi: Zeytinden yağ elde etmede uygulanan doğrudan santrifüjleme sisteminde sulu hamura santrifüj kuvvetli uygulanır. Burada esas, birbirine karışmayan sıvı ve katı maddelerin özgül ağırlıklarının farklı olmasıdır. Bu ayırmada 3000-4000 dev/dakika dönen yatay santrifüjlerde mümkün olmaktadır.

Seçici Filtrasyon Perkolasyon Sistemi: Bu sistemde zeytinden yağ elde edilmesi, yağ ve karasuyun çelik bıçaklarda farklı yüzey gerilimine sahip olması prensibine dayanır. Çelik bıçaklarla zeytin hamuru içine batırılır ve bu sırada bıçaklar yağ ile kaplanır, damla damla akar. Bu şekilde hemen hemen sadece yağ ihtiva eden şıra elde edilmektedir.

Seçici filtrasyon (Perkolasyon)- Santrifüjleme kombine sistemi: Bu sistem hala en tercih edilen ve bugünkü teknolojik bilgilerine göre dünyanın en iyi sistemidir. Sistem sürekli (kontinü) ve otomatik olarak çalışır. Seçici filtrasyon (perkolasyon) sisteminden elde edilen yağ ile santrifüjleme kısmından elde edilen yağ ayrılabilir. Özellikle iyi zeytinle karıştırıldığında çok kaliteli yağ elde etmek mümkündür.

Yağın Ayrıştırması ve Süzülmesi : Ezme işlemi (presleme) işlemi sonunda hamurdan ayrılan yağlı şıra, yağ, su ve pulp parçalarının karışımı halindedir. Yenilebilir bir ürün elde etmek için bu karışımdan yağı ayırmak gerekir. Bu işlem yatay santrifüj (dekantasyon) ile ya da santrifüj ile olabilir. Dekontasyon metodu, su ve yağın farklı yoğunlukta olup buldukları kabın içinde yağın üste çıkarak ayrılabilmesine dayanır. Ancak bu tür ayırma mükemmel bir ayırma işlemi değildir. Santrifüj ile ayırmanın esası

hızlı bir şekilde yağın karasudan ayrılmasıdır. Yağ teknolojisinde santrifüj kullanılması ile daha kaliteli ve daha aromatik yağ elde edilebilmektedir. Santrifüj sayesinde tortusuz ve susuz bir yağ elde edilebilir. Dışarı atılan karasuda önemli miktarda yağ kalmaz (maksimum 100kg zeytinde 10gr kadar kay kalır.)

Zeytinyağı işletmesinin presinden çıkan yağlı şıradan ayrılan yağ%0,5 dolayında su ve eterde çözülmeyen yabancı madde, pulp ve çekirdek parçalarından oluşan safsızlıklar içerir. Kaliteli yağlar ticari amaçlarla ambalajlanmadan hemen önce filtre edilmelidir. Filtrasyonun amacı yağı safsızlıklardan arındırmaktır.

Elde edilen zeytinyağı kalite kriterlerini olumlu yönde taşıyor ise direkt olarak tüketime sunulabilir. Taşımadığı takdirde, kalite kriterlerini düzeltmek amacıyla rafinasyon işlemini uygulanmalıdır. Zeytinyağı elde edildiğinde zamklı (müsilajlı) maddeler (şekerler, reçineler, proteinli bileşikler gibi.) büyük oranda ayrıştırıldığı için, rafinasyon basamaklarından zamk (müsilaj) giderme ve ağartma safhaları zeytinyağı için gerek duyulmayan işlemlerdir. Bunun yanında zeytinyağı arzulanan renkte elde edildiği için ağartma işleminin uygulanmasının da gerektirmez. Ancak natürel olarak tüketilmeyecek olan zeytinyağlarında asit giderme (nötralizasyon) ve koku giderme (deodorizasyon) işlemlerinin mutlaka uygulanması gerekmektedir¹¹.

1.6. Zeytinyağlarının Depolanması

Çeşitli sistemlerde elde edilmiş natürel zeytinyağı tüketiciye sunulmayı beklerken, kalitesinde meydana gelebilecek bozulmaların önlenmesi için uygun koşullarda saklanması gerekir. Zeytinyağı antioksidan özellikleri ve asit kompozisyonu nedeniyle kalitesini en iyi koruyan bitkisel yağ olmasına rağmen, bu koruma süresi sınırsız değildir.

Etkin ve sağlıklı bir depolama yapabilmek için zeytinyağlarının biyolojik ve kimyasal özellikleri ile depolama materyalinin bazı özelliklerinin tam olarak bilinmesi gerekmektedir. Aksi halde depolama materyali ile zeytinyağının karşılıklı zararlı etkileri söz konusu olacaktır.

Zeytinyağı eski dönemlerde içersine 100-300kg kadar yağ alabilen, içleri sırlı, tabanları ve ağzı dar, ortası geniş vazo şeklinde küplerde muhafaza edilmiş, bu küpler

¹¹ S. Nas, ve diğerleri, **A.g.e.**, ss. 157-158.

güneş ışığı görmeyen serin yerlerde yarısından fazlası toprağa gömülü olarak saklanmışlardır. Büyük yağhanelerde ise, içi mozaik kaplı büyük yeraltı sarnıçları zeytinyağı depolanmasında kullanılmıştır. Zeytin ağacının en belirgin özelliği olan periyodisite zeytinyağı üretiminin de yıldan yıla değişmesine neden olmaktadır. Bu nedenle hemen hemen tüm zeytin yetiştiricisi ülkelerinde zeytinciler yıllık gereksinimlerini garanti altına almak için daima zeytinyağını depolamaya yönelmişlerdir. Ancak başlangıçta üretici aileler düzeyinde yapılan bu uygulama, zeytinyağı sanayinin gelişmesiyle birlikte büyük depolama kapasitesi gerektiren bir sorun haline dönüşmüştür. Günümüz zeytinyağı sanayi daha büyük üretim ünitelerine doğru yol aldıkça işletmelerde kullanılan depolama tanklarının kapasiteleri de üretim potansiyeli ile orantılı olarak artmaktadır. Depolamada kullanılan bu tankların özelliklerini kısaca belirtmek gerekirse; tanklar sıva geçirgenliği olmayan maddelerden imal edilmelidirler, tankların yapımında kullanılan maddeler yağa karşı fiziksel ve kimyasal olarak stabil olmalı, yağ bozucu koku ve tatları bünyesine almamalı, aynı zamanda oksidasyona neden olacak metalleri içermemelidir¹².

Yağ depolamada kullanılacak tanklar geçirgenliği olmayan maddelerden imal edilmelidir. Isı, ışık, nem, hava oksijeni zeytinyağı kalitesini etkileyen en önemlileridir. İyi bir depolama için ideal sıcaklık 15°C'dir¹³.

Zeytin yağının depolanmasında iki ayrı sistem kullanılır. Bunlar yer altı depoları ve yerüstü depolarıdır.

1.6.1. Yeraltı Depoları

Geleneksel yeraltı tankları zeytinyağlarının depolanması için en çok kullanılan ve en uygun olanlarıdır. Bu tanklar iç yüzeylerinin uygun bir maddeyle ve yeterince kaplanmaları şartı ile iyi bir depolama, hava ve ışıktan koruma ve istenilen en uygun sıcaklık derecesini temin ederler. Ancak yeraltı tanklarında yağın kalitesini bozan rutubet problemi vardır. Fiziksel ve kimyasal bozulmaya engel olmak için yeraltı tanklarının iç kısımlarının iyi bir koruyucu madde ile kaplanması gerekmektedir. Koruyucu madde zeytinyağı ile sürekli temas edeceği için oksidatif faaliyetlere izin vermemeli, aside karşı dayanıklı olmalı, kolay temizlenebilmeli ve ekonomik olmalıdır.

¹² Harun Draman, Hanife Telli Kahraman, **Zeytinyağlarının Depolanması ve Ambalajlanması**, Zeytinyağı Teknolojisi Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000, ss .27-28.

¹³ Hikmet Acar, "**Türkiye'de Zeytin İşleme Teknolojisi**", *Ekonomik ve Teknik Dergi Standart*, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) Yayınları, 1992, ss. 75-83.

Yeraltı tanklarında depolanan iyi kaliteli yemeklik yağlardır. Özelliklerini koruyabilmek için periyodik olarak dipte biriken atıkların yani tortuların temizlenmesi gerekmektedir. Bu işlemin kolay olabilmesi için de tankların yapımı sırasında biriken tortunun ayrılmasına imkan verecek şekilde zeminin eğimli inşa edilmesi gerekmektedir.

1.6.2. Yerüstü Depoları

Geleneksel yeraltı tanklarının yapılmasında karşılaşılan zorluklar nedeniyle bunlara alternatif olarak daha basit ve kullanımı daha kolay yerüstü tankları imal edilmiştir. Uzun yıllar boyunca zeytinyağları, içleri kalaylı ve galvanizli saç bandonlarda emaye döşeli kaplarda, aliminyum kaplarda oldukça iyi şartlarda depolanmışlardır. Ancak yapılan pek çok araştırma göstermiştir ki zeytinyağının kalitesini en iyi koruyarak muhafaza etmek için kullanılan en uygun materyal paslanmaz çelik kaplardır. Yerüstü depoları mekanik açıdan dirençli olmaları için genellikle bir saç ayak üzerine oturtulurlar. Bu depoların dipleri, tepesi kesik koni şeklinde olmadı, bir musluk veya vana sistemi bulunmalıdır. Böylece tabanda biriken atık maddeler kolaylıkla deşarj edilebilir, yağların oksijenle teması en aza indirilmiş olur ve daha sağlıklı depolama imkanı sağlanmış olur. Zeytinyağları gerek yeraltı tanklarında, gerekse yerüstü tanklarında depolanmış olsun depolanmaları esnasında kalite kayıplarını en aza indirmek için uyulması gereken tüm şartlar yerine getirilmelidir. Bunlardan en önemlisi depolama süresince biriken tortunun zeytinyağından ayrılmasıdır. Bu tortu maddeleri yağın parçalanıp bozulmasını hızlandırır ve depolama süresince yağın asitliğinin yükselmesine neden olur.

1.7. Zeytinyağının Ambalajlanması

Zeytinyağının pazarlama aşamasının ilk bölümünü ambalajlama oluşturur. Daha iyi Pazar bulabilmek, hedef kitlenin gözüne hoş görünmek amacıyla ve farklı ambalajlama modelleri geliştirilmiştir. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Teneke Kutular: Sert olmaları nedeniyle içindeki ürünü en iyi şekilde korumaları, ulaşım ve depolamada dayanıklı olmaları ve üst üste yığınlar halinde konulabilmeleri açısından geniş bir kullanım alanına sahiptir. Ancak teneke kutulardan yağa geçen ağır metallerin miktarlarına (kalay, demir, bakır, kurşun vb.) teneke kutuların yapımı sırasında meydana gelen hatalara, lehim yerlerine özenle dikkat edilmelidir.

Cam Şişeler: Cam ambalaj kapları kimyasal olarak nötr olmaları, içlerine konulan maddeyle reaksiyona girmemeleri, çekici görünmeleri nedeniyle olumlu özellikleri vardır. Ancak kolayca kırılabilmesi nedeniyle doldurma, depolama ve taşıma sırasında sürekli dikkatli davranılması gerekmektedir.

Plastik Şişeler: Plastik ambalajlar yağın dış etkenlerden korunması, kimyasal ve bakteriyolojik bulaşmaların önlenmesi, kolay işlenir olması nedeniyle büyük yararlar sağlamıştır. Ancak zaman içerisinde yağ ve plastiğin birbirleriyle etkileşimi ve geçişmelerin meydana gelmesi bu ambalaj kapları için dezavantaj oluşturmuştur.

PVC Kaplar: Geçirgenlik konusunda benzerlerinden daha avantajlıdır. Zeytinyağı ambalajında kullanılacak PVC kaplarına imalatı sırasında güneş ışınlarını tutucu bir madde ilave edilmekte ve ışığın yağ üzerinde olumsuz etkileri ortadan kalkmaktadır. Ancak tinuvin denilen bu madde belli koşullarda yağa geçiş yapabilmektedir¹⁴.

İdeal bir ambalaj için ihtiyaç duyulan en önemli koşullar şu şekilde sıralanabilir.

- İdeal bir ambalaj kabı yağı bünyesine almamalıdır.
- Kaliteyi garanti etmeli, sıkıca ve hileyi önleyecek şekilde kapatılmalıdır.
- Ambalaj materyalleri zehirli (toksik) etki yapmamalı ve yabancı maddeleri yağa sızdırmamalıdır.
- Oksidatif değişikliklere karşı koruyucu olmalı ve atmosferik oksijenin etkisinden, ışıktan, ısıdan, aktif katalizör olan metallerin etkisinden yağı muhafaza etmelidir.
- Basınca ve kırılmaya karşı dayanıklı olmalı, kolayca açılıp kapatılabilir.
- Ambalaj materyali ekonomik olmalıdır¹⁵.

1.8. Zeytinyağının Sınıflandırılması

Zeytinyağı 25.04.1998 tarih 23323 sayılı resmi gazetede aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır.

Natürel Zeytinyağı; Zeytinden doğal niteliklerde değişikliğe neden olmayacak bir ısı ortamında, sadece yıkama, sızdırma, santrifüj ve filtrasyon işlemleri gibi mekanik

¹⁴ Draman ve Kahraman, **A.g.e.**, ss.30.

¹⁵ S.Nas ve diğerleri, **A.g.e.**, ss. 186-189.

veya fiziksel işlemler uygulanarak elde edilen berrak, yeşilden sarıya değişebilen renkte, kendine özgü tat ve kokuda olan doğal halinde gıda olarak tüketilebilen yağlardır. Natürel zeytinyağı içerdiği serbest yağ asidi miktarına göre; Ekstra natürel sızma zeytinyağı (yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 1,0gramdan fazla olmayan), Natürel birinci sızma zeytinyağı (yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 2,0gramdan fazla olmayan), Natürel ikinci zeytinyağı (yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 3,3gramdan fazla olmaya) olmak üzere üç çeşittir.

Rafine zeytinyağı; Zeytin ham yağının doğal trigliserid yapısında değişiklik yapılmadan rafine edilmesiyle elde edilir. Serbest yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 0,3gramdan fazla olmamalıdır.

Riviera zeytinyağı; Rafine zeytinyağı ile natürel zeytinyağının karışımından oluşan yağlardır. Serbest yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 1,5gramdan fazla olmamalıdır.

Rafine prina yağı; Ham prina yağının doğal trigliserid yapısında değişiklik yapılmadan rafine edilmeleriyle elde edilen yağlardır. Prina yağı olduğu gibi veya natürel zeytinyağlarıyla karıştırılarak tüketime sunulabilir. Serbest yağ asitliği oleik asit cinsinden 100gramda 0,3gramdan fazla olmamalıdır.

Karma prina yağı; Natürel zeytinyağları ile yemeklik rafine prina yağı karışımından oluşan bir yağdır. Serbest yağ asidi oleik asit cinsinden 100gramda 1,5gramdan fazla olmamalıdır.

Zeytinyağı içerisinde kullanılacak katkı maddeleri rafine zeytinyağı için verilen değerlere uygun olmalıdır. Natürel zeytinyağlarına hiçbir katkı maddesi ilave edilmez.

Yukarda tanımları yapılan zeytinyağı çeşitlerinin tüketime sunulabilmesi için Türk Gıda Kodeksinde belirtilmiş olan katkı maddeleri, kalite ve saflık kriterleri, hijyen, ambalaj, etiketleme, taşıma, depolama, tescil vb gibi kıstaslara uygun olması gerekmektedir¹⁶.

Türk Standartları Enstitüsü'nün hazırladığı Yemeklik Zeytinyağı Standardında ise;

¹⁶ **Resmi Gazete**, 25.04.1998 gün, 23323 sayılı Türk Gıda Kodeksi (Tebliğ no: 98/7).

Natürel zeytinyağı: Natürel zeytinyağı, zeytin ağacı (*Olea europea L.*) meyvelerinden (zeytin), fiziksel işlemler uygulanarak elde edilen, hiçbir kimyasal işlem görmeyen berrak, yeşilden sarıya değişebilen renkte, kendine özgü tat ve kokuda, doğal halinde gıda olarak tüketilebilen bir yağdır.

Yemeklik natürel zeytinyağı, içerdiği serbest yağ asitleri miktarına ve tadına göre üç türe ayrılır;

- Natürel Sızma Zeytinyağı (Virgin olive oil extra)
- Natürel Zeytinyağı (Virgin olive oil)
- Natürel Birinci Zeytinyağı (Virgin olive oil ordinary)
- olarak sınıflandırılmıştır.

Rafine Zeytinyağı: Türk Standartları Enstitüsü'nün hazırladığı standartta; Rafine zeytinyağı, serbest yağ asitleri miktarı veya duyu özellikleri nedeni ile doğal halinde gıda olarak tüketilemeyen zeytinyağlarının, doğal yapısında değişikliğe yol açmayan metotlarla rafine edilmeleri sonucu elde edilen berrak, tortusuz, sarıdan sarının en açık rengine kadar değişebilen tonda, şeffaf görünümde kendine has tat ve kokuda rafinasyon artığı madde içermeyen ve gıda olarak tüketilebilen yağlardır.

Tip Zeytinyağı : Natürel zeytinyağı ile rafine zeytinyağının karışımından oluşan ve özellikleri yemeklik natürel zeytinyağı ile yemeklik rafine yağ arasında değişen gıda olarak tüketilebilen bir yağdır.

Yemeklik tip zeytinyağı içerdiği yağ asitleri miktarına göre iki türe ayrılır;

- Riviera zeytinyağı
- Tip A zeytinyağı

Zeytinyağı sınıf ve türlerinin, farklı dillerdeki karşılıkları Tablo 1.2'de verilmiştir.

Tablo 1.2. Zeytinyağı Türlerinin Yabancı Dil Karşılıkları

Türkçe	Fransızca	İngilizce	İtalyanca
Natürel Sızma Zeytinyağı	Huile d'olive vierge extra	Virgin olive oil extra	Olio d'oliva extra vergine
Natürel Zeytinyağı	Huile d'olive vierge	Virgin olive oil	Olio d'oliva vergine
Natürel Birinci Zeytinyağı	Huile d'olive vierge ordinary	Virgin olive oil ordinary	Olio d'oliva vergine corrente
Rafine Zeytinyağı	Huile d'olive raffinée	Refined olive oil	Olio d'oliva Raffinato
Riviera Zeytinyağı	Huile d'olive	Olive oil	Olio d'oliva
Tip A Zeytinyağı	Huile d'olive type A	Olive oil type A	Olio d'oliva typo A

Kaynak: Türk Standartları Enstitüsü (TSE), Yemeklik Zeytinyağı Standardı TS 341, Ankara, 1996.

Farklı dillerdeki bu karşılıklara uluslar arası ticarete uyulması zorunludur¹⁷.

1.9. Zeytinyağının Beslenme Açısından Önemi

Yeterli ve dengeli beslenme için gerekli besinler içinde önemli bir besin grubu da yağlardır. Günlük diyetimizde yağ; besin maddelerinin bileşiminde ve yağ olarak yer alır. Besinlerin bileşiminde alınan yağlara görünmez yağ, yağ olarak alınanlara görünür yağ denir. Ülkemizde birey başına düşen günlük görünür yağ tüketimi 20-50 gr arasında değişmektedir¹⁸.

Bunlar içinde de tamamen doğal olarak tüketebilme özelliğinde olan zeytinyağı, son yıllardaki araştırmalarla insan sağlığı açısından taşıdığı önemin ortaya konulması ile daha da önem kazanmıştır. Bu itibarla da dünyada tüketimi giderek yaygınlaşmaktadır¹⁹.

Zeytinyağı bir vitamin deposudur. A, D, E ve K vitaminlerince zengindir. Bu vitaminler sayesinde hücreleri yenilemekte, doku ve organların yaşlanmasını

¹⁷ Türk Standartları Enstitüsü (TSE), **Yemeklik Zeytinyağı Standardı TS 341**, Ankara, 1996.

¹⁸ Ayşe Baysal, **Beslenme**, Hatipoğlu Yayınevi, Ankara, 2002,s.295.

¹⁹ Zeynep Akay, ve Emin Işıklı, "*Türkiye Zeytinyağı Dışsatımı ve Bunun Gümrük Birliği ve GATT Çerçevesinde Değerlendirilmesi*", **Türkiye'de Tarım Dergisi**, Cilt1, Sayı1, Medine Yayınevi, Ankara, 1997. s.45.

geciktirmektedir. Kalp ve damar hastalıkları riskine karşı günlük tüketilen yağlar içinde 15-20gr zeytinyağı bulunması sağlık için mutlaka gerekli görülmektedir

Akdeniz halklarının beslenmesinde önemli bir yeri olan hatta temel gıdaların arasında yer alan zeytin meyvesi, bileşiminde bulunan yağdan dolayı yüksek bir kalori değerine sahip olup, tüm aminoasitleri içeren protein, çeşitli mineral maddeler ve vitaminlerce zengindir. Bileşiminde %50 su, %22 yağ, %1,6 protein, %5,8 selüloz, %19,1 şeker ve %1,5 kül bulunur²⁰.

Yemelik bitkisel yağların kimyasal bileşimi (Tablo1.3) zeytinyağının kimyasal bileşimi (Tablo 1.4) ile karşılaştırıldığında tekli doymamış yağ asitlerinden oleik asit oranının zeytinyağında yüksek olduğu görülebilir²¹.

Tablo 1.3. Bazı Yemelik Bitkisel Yağların Kimyasal Bileşimi

	Ayçiçeği yağı	Soya yağı	Mısırözü yağı
Palmitik asit(%)	3-10	7-14	8-19
Stearik asit(%)	1-10	1,4-5,5	0,5-4
Oleik asit(%)	14-65	19-30	19-50
Linoleik asit(%)	20-75	44-62	34-62
Linolenik asit(%)	<0,7	4-11	<2,0
Tokoferoller (mg/kg)	250	175	200

Kaynak: Viola, P. ve Audisio, M., 1987. Olive Oil and Health. International Olive Oil Council, ss:34.

²⁰ İ. Dikmen, Ü. Dikmelik, B. Çil, R. Tunalıoğlu, “Zeytincilik Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri”, **Türkiye Ziraat Mühendisliği IV. Teknik Kongresi**, , I. Cilt, TMMOB Ziraat Mühendisliği Odası Yayınları, Ankara, 9-13 Ocak, 1995. ss.485-500.

²¹ P. Viola ve M. Audisio, **Olive Oil and Health**, International Olive Oil Council, 2000. pp.34.

Tablo 1.4. Zeytinyağının Kimyasal Bileşimi (%)

Bileşimler	Miktarı
Palmitik asit	7.5- 20
Stearik asit	0.5-5.0
Oleik asit	55-83
Palmitoleik asit	0.3-3.5
Linoleik asit	3.5-21
Linolenik asit	0.0-1.5

Kaynak: Uluslararası Zeytinyağı Konseyi ,http://www.internationaloliveoil.org/nutri04_c.asp, (27.03.2005)

Yağ asitleri insan beslenmesi yönünden önemli olduğu halde çift bağıın sayısı ve bu bağıın yağ asidi molekülü üzerinde ilk bulunduğu yer, asıl önemli noktayı oluşturmaktadır. İnsan vücudu ilk çift bağıı sondan 3. ve 6. karbon atomunda olan, iki veya daha fazla çift bağı içeren, yağ asitlerini sentezleyemediğı için elzem yağ asitleri olarak kabul edilmektedir. Bu yağ asitleri genellikle bitkisel yağların yanı sıra; balık ve diğeri su ürünleri ile insan sütünde bulunmaktadır. Doymuş yağ asitleri kandaki kolesterolü artırırken, doymamış yağ asitleri ise azaltıcı etkide bulunmaktadır. Bir steroid olan kolesterol, karaciğeri tarafından sentezlendiğı halde yiyeceklerle de alınır ve kanda belli bir düzeyde olması gerekir. Kolesterolün kandaki taşıyıcısı olan lipoproteinin yüksek (high density lypoprotein = HDL) veya düşük (low density lypoprotein = LDL) yoğunlukta olması, insan sağılığı bakımından önemlidir. Kan kolesterolündeki yükseliş ile kalp-damar hastalıkları arasındaki ilişki araştırıldığında; kalp-damar rahatsızlıkları olanlarda çoğunlukla kandaki LDL ile taşınan kolesterolün yüksek olduğu gözlenmiştir. Oysa HDL'nin kanda yükselmesi durumunda kolesterol karaciğere taşınarak safra ve benzer ürünlere indirgenmekte ve böylece damar sertliğı olasılığı azalmaktadır. Sonuç olarak sağılık açısından LDL düşük, HDL ise mümkün olduğunca yüksek olmalıdır. Akdeniz ülkelerinde temel besin kaynaklarından en önemlisi zeytinyağı olduğu için özellikle doymuş yağ ve diğeri sıvı yağlar ile beslenen A.B.D. ve kuzey Avrupa ülkelerine oranla daha az kalp-damar rahatsızlıkları saptanmıştır. Kişi başına yaklaşık 20 kg zeytinyağı tüketen Yunanistan'ın en önemli zeytinyağı üretim bölgesi olan Girit adasında yaşayan insanlarda beslenme alışkanlıklarına bağılı olarak, kalp-damar hastalıklarına yok denecek kadar az rastlanırken, 1970'li yıllarda beslenme alışkanlıklarının değışerek doymuş yağ içeren

kırmızı ete yönelmesinden sonra, hasta sayısı artmıştır. Diğer bitkisel yağlarla karşılaştırmalı olarak diyetle alınan yağların atheroskleroz (damar sertliği) ve serum kolesterol, LDL, HDL seviyeleri ile ilişkileri konusunda yapılan bir çalışmada; gerek çoklu doymamış, gerekse tekli doymamış yağ asitleri içeren bütün sıvı bitkisel yağların kandaki trigliserit (1 molekül gliserol + 3 molekül yağ asidinden oluşmuştur), toplam kolesterol ve LDL seviyelerini düşürme özelliklerinin aynı düzeyde oldukları tespit edilmiştir. Oysa zeytinyağı gibi tekli doymamış yağ asidi (oleik) içeriği fazla olan yağlar, ayçiçek ve mısırözü yağı gibi çoklu doymamış yağ asidi içeriği yüksek olan yağların aksine, kolesterol metabolizmasında önemli rol alan HDL seviyesini düşürmediği belirlenmiştir²². Zeytinyağının bu özelliği bilinmeden önce; elzem yağ asitlerini (linoleik ve linolenik), zeytinyağına oranla daha fazla miktarda içeren diğer bitkisel yağlar tercih edilmekteydi. Tercih edilmelerinin diğer bir nedeni de; kandaki lipid ve kolesterolü düşürmede zeytinyağı ile aynı etkiye sahip olmaları ve bu yağların zeytinyağına göre daha ucuz olmalarıydı. Bu yanlışın günümüze kadar devam etmesi sonucu, zeytinyağına olan talep ve tüketim oldukça düşük düzeylerde kalmıştır. Ancak, özellikle kalp-damar hastalıkları sorunu yüksek olan ülkelerde zeytinyağına karşı ilgi gittikçe artmaktadır. Zeytinyağı kullanımının önemi anlaşıldıktan sonra, özellikle kalp-damar hastalığı riski yüksek olan kişilerde, günlük diyetle bulunması gereken yağ asitleri; tüketilen yağın üçte biri doymuş, üçte biri tekli doymamış ve diğer üçte biri ise çoklu doymamış yağ asitleri olacak şekilde yeniden düzenlenmiştir²³.

²² Viola ve Audisio, **A.g.e.**, ss.35-38.

²³ Mehmet Demirci ve Burcu Bölükbaşı, “Akdeniz Beslenme Tarzında Zeytinyağının Önemi”, **I. Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu**. İzmir, 1994.

İKİNCİ BÖLÜM

DÜNYA VE TÜRKİYE'DE ZEYTİNYAĞI SEKTÖRÜ

Binlerce yıldır tüketilen zeytinyağının, üretiminin büyük bölümü Akdeniz ülkelerinde gerçekleşmektedir. Türkiye de önemli üreticiler arasında yer almaktadır.

2.1. Dünyada Zeytincilik

Dünyada 7,5 milyon hektar alan üzerinde mevcut toplam 800 milyon adet zeytin ağacının %98 'i Akdeniz havzasında bulunmaktadır. Dünya zeytinyağı üretiminin % 95'i ise Akdeniz ülkelerinde yapılmaktadır. Zeytin üretiminin Akdeniz ve benzeri iklime sahip olan ülkelerde gerçekleşmesi, zeytinyağı ticaretinde sınırlı sayıda ülkenin söz sahibi olmasına neden olmuştur. Tablo 2.1'de görüldüğü gibi zeytin üretiminin büyük bölümü AB ülkelerinde gerçekleşmektedir. Dünya zeytinciliğindeki büyük üretici ülkeler AB çatısı altındadır. Avrupa Birliği ülkelerinden sonra diğer zeytinci ülkeler Akdeniz ülkeleri arasında Türkiye, Tunus, Fas,Cezayir, Libya, Mısır, Ürdün, Suriye; Amerika kıtasında ise ABD ve Arjantin'dir. AB'nde ortak tarım politikası çerçevesinde 1966 yılından bu yana uygulanan zeytinyağı piyasa organizasyonu, İtalya ile başlayan oluşumuna 1981 yılında Yunanistan, 1986 yılında İspanya ve Portekiz'in tam üyeliğe geçmesi ile daha da güçlenmiş ve kendi kendine yeterli duruma gelmiştir.

Dünyadaki büyük üreticiler arasında 2003/2004 sezonu verilerine göre; AB'den sonra en büyük ikinci ülke 180bin ton ile Tunus, ikinci 110 bin ton ile Suriye, 100 bin ton'la Fas dördüncüdür. Dünyanın zeytinyağı üreticisi olarak en büyük altıncı ülkesi 2003/2004 sezonunda 79 bin ton'la Türkiye'dir.

Tablo 2.5. Dünya Zeytin Üretim Bölgeleri (2000)

Ülke	Alan(Ha)	Zeytin Ağacı Sayısı
İspanya	2.239.000	185.000.000
İtalya	1.147.000	160.000.000
Yunanistan	729.000	120.000.000
Tunus	1.624.000	180.000.000
Fas	480.000	80.000.000
Cezayir	206.284	60.000.000
Türkiye	900.000	90.000.000
Diğerleri	1.481.000	471.800.972
Toplam	8.806.540	818.650.000

Kaynak: Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçılar Birliği Raporları , İzmir, 2000, s.185.

Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçılar Birliği'nin 2000 yılında hazırladığı raporda dünya zeytin üretim bölgelerinde İspanya 2.239.000 Ha'lık alan ve 185.000.000 ağaçla birinci sırada yer almaktadır. Dünyada toplam 818.650.000 zeytin ağacı 8.806.540Ha'lık alanda bulunmaktadır.

Dünyada İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Tunus, Portekiz ve Fas öncelikli önemli zeytin üreticisi olarak yer aldığı görülmektedir. Hem Avrupa Birliği üyesi hem de Akdeniz ülkesi olma özelliği taşıyan İspanya, İtalya Yunanistan'ın dünya zeytinciliğinde özel bir konumu olduğu gibi bu ülkelerin tarımında da ayrı bir önemi olduğu görülmektedir. Öyle ki; bu ülkelerde yaklaşık 1.900.000 aile zeytincilikle geçimini sağlarken, yine bu ülkelerdeki zeytinciliğin toplam tarım alanları içindeki payı %7 ile %17 arasında değişmektedir ²⁴.

2.1.1. Dünya Zeytinyağı Üretimi

Dünyada zeytin üretimine paralel olarak zeytinyağı üretiminin de aynı doğrultuda görülmektedir.

²⁴ Renan Tunalıoğlu, **Türkiye Zeytinciliğinin Genel Durumu**, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, İzmir, 1995, s.14.

Dünyanın en büyük yağlık zeytin yetiştiriciliği yapılan alanı 2239 bin hektar olan İspanya, dünyanın en büyük zeytin üreticisi ve ithalatçı ülkesidir. Zeytin yetiştirilen alanlardaki azalma eğilimi İspanya'nın AB'ye katılımından sonra daha da artış göstermiştir. İtalya'nın düzenli yetiştirilen bütün toplam zeytinlik 1.147.000 hektar olup, bunun %75,4'ünü oluşturmakta dünya üretiminde ikinci sırada yer almaktadır. Tunus da önemli üretici ülkeler arasında yer almaktadır. Modernizasyon çalışmaları sayesinde zeytin ekili alanlar ve verimlilik artış göstermektedir. Fas da ise 480bin hektarlık alandan tam verim alamamakta sofralık ve yağlık zeytin olmak üzere çit amaçlı kullanılmaktadır. Suriye ise 366 bin hektarlık alanla önemli üreticiler arasında yer almakta olup ancak üretim ülke içinde tüketilmektedir.

Tablo 2.6. Dünya Zeytinyağı Üretimi (Miktar : Bin Ton)

Ülkeler	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05
Cezayir	21	17	52	51	15	55	34	27	26	17	70	40
Arjantin	8	7	11	12	8	7	11	4	10	11	14	7
AB	1392	1371	1404	1755	2117	1707	1879	1941	2464	1943	2448	2155
Hırvatistan						5	9	6	5	7	3	5
İsrail	2	6	5	6	3	5	3	7	4	9	3	9
Ürdün	13	14	14	23	14	22	7	27	14	28	20	26
Lübnan	2	5	5	7	4	7	5	6	5	6	8	6
Fas	40	45	35	110	70	65	40	35	60	45	100	50
Filistin	1	8	12	12	9	6	2	20	18	21	5	10
Suriye	65	90	76	125	70	115	81	165	92	165	110	177
Tunus	235	100	60	270	93	215	210	130	35	70	180	110
Türkiye	48	160	40	200	40	170	70	175	65	140	79	145
Avustralya						1	1	1	1	2	3	5
Mısır	1	1	3	1	1	1	3	1	2	5	2	3
ABD	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
İran	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3
Libya	8	7	4	10	6	8	7	4	7	7	7	6
Meksika	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	3
Yugoslavya	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Diğer	7	7	6	9	9	8	7	8	8	8	7	7

Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production1_ang.PDF. (07.02.2005).

AB ülkeleri dünya zeytinyağı ekonomisinin yaklaşık %60'ına sahiptir. Çünkü büyük üretici, tüketici, ithalatçı ve ihracatçı ülkeler içerisinde İspanya, İtalya ve Yunanistan önemli bir yere sahiptir. Bu ülkelerin en büyük özelliği ise AB'nin koruma

politikalarından yararlanarak zeytinyağı sektörünü güçlendirmiş olmalarıdır. Avrupa Birliği ülkelerinin zeytinyağı üretimleri Tablo 2.3''de gösterilmiştir.

Tablo 2.7. Avrupa Birliği Ülkeleri Zeytinyağı Üretimi(Bin Ton)

Ülkeler	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05
Fransa	2	2	2	3	3	3	4	3	4	5	3	5
İtalya	520	448	620	370	620	404	735	509	657	634	685	760
Yunanistan	254	350	400	390	375	473	420	430	358	414	308	420
İspanya	550	538	337	947	1077	792	669	974	1411	861	1412	933
Portekiz	32	32	44	45	42	35	50	25	34	29	33	30

Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production2_ang.PDF, (07/02/2005).

Dünyadaki zeytinyağı üretici ülkeleri arasında AB ilk sırada yer almaktadır. Ülkeler sırasıyla İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz ve Fransa'dır. AB ülkeleri 2001 /2002 sezonunda dünya üretiminin 2464 bin ton'luk bölümünü 2002/2003 sezonunda 1943 bin ton'luk bölümünü, 2003/2004 sezonunda da 2441 bin ton'luk bölümü AB ülkelerinde gerçekleştirmiştir.

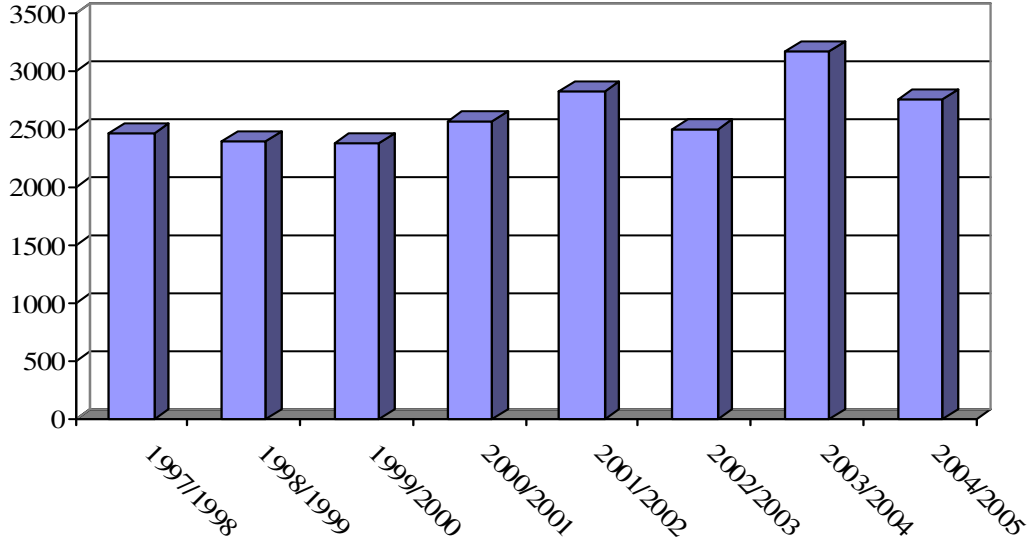
AB ülkeleri dışında zeytinyağı üretimi temel olarak Orta Doğu ile Kuzey Afrika'da yoğunlaşmakta başlıca üretici ülkeler arasında Tunus ve Türkiye ile kendi iç tüketimlerini karşılayabilen üretici ülkeler olan Cezayir, Fas ve Suriye bulunmaktadır²⁵.

90/91-97/98 sezonları arasında dünya zeytinyağı üretimi ortalama 1992 bin ton olarak gerçekleşmiş bunun %76'sı AB'de %8,2'si Tunus'ta, %4,3'ü Türkiye'de gerçekleşmiştir. 1988/99 sezonunda dünyada toplam 2374 bin tonluk zeytinyağı üretiminde AB'nin %73, Türkiye'nin %8,5 Tunus'un %6,5 payının olduğunu tahmin edilmektedir. 1995/96 sezonunun yok sezonu olması ve kuraklık nedeniyle düşük seviyede üretim gerçekleşmesinden sonra, ağaçların 1996/97 sezonuna iyi hazırlanması ve AB ülkelerinin yanı sıra Türkiye ve Tunus'ta da yüksek üretim gerçekleşmesi sonucu

²⁵ **Dünya Zeytinyağı Ansiklopedisi** , Uluslararası Zeytinyağı Konseyi Yayınları, 1. Baskı, İspanya., 1997, ss.334-400.

dünya üretiminde rekor seviyede gerçekleşmiştir. 1998/99 sezonunda ise özellikle İspanya’da görülen kuraklık nedeniyle üretim azalmasından dolayı AB’nin toplam arzı da düşmüştür²⁶.

Grafik 2.1. Yıllara Göre Dünya Zeytinyağı Üretimi (Bin Ton)



Kaynak: http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production1_ang.PDF. (07.02.2005).

99/00 döneminde dünya toplam zeytinyağı üretimi 2375’dir. Bu üretimin 1879’u AB ülkelerinde gerçekleşmiştir. 2000/2001 sezonunda ise dünya toplam zeytinyağı üretimi 2566 olup 1941’i AB ülkelerinde gerçekleşmiştir. 2000-2001 sezonunda ikinci büyük üretici Türkiye’dir. Üçüncü büyük üretici Suriye, dördüncü ise Tunus’tur. 2000/2001 sezonunda dünya toplam zeytinyağı üretimi 2826’ya ulaşmış, yine AB 2464 ile birinci üretici konumundadır. Aynı yıl Türkiye, Suriye ve Fas’ın ardından üçüncü üretici konumundadır. 2002/2003 sezonunda ise dünya üretimi 2515 olarak gerçekleşmiş, AB’de 1943 tür. Zeytinyağı için var yılı olan 2002/2003 sezonunda Türkiye, Suriye’nin ardından üçüncü büyük üretici konumundadır.

Dünya zeytinyağı üretimindeki dalgalanmalar büyük oranda zeytin ağacının karakteristik özelliği olan periyodisiteden kaynaklanmaktadır. Uluslar arası Zeytinyağı Konseyi tarafından 1997 yılında yapılan bir çalışmada, periyodisite katsayısı olarak kabul edilebilecek “ üretimde değişkenlik katsayısı” dünyada 19,5 AB’de 20,2 iken

²⁶ Çağlar Göksu, **Zeytinyağı Dış Pazar Araştırması**, Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, Ankara 2000. ss.13.

Türkiye’de 48,2 olarak belirlenmiştir. Zeytinyağı Avrupa Birliği ülkeleri bünyesinde Ortak Tarım politikasına dahil ürünlerden biri olarak 1966 yılından beri üretim, tüketim, sanayi ve ticarete uygulanan çok yönlü bir teşvik sistemi ile desteklenmektedir. AB hem zeytinyağı üreticisini hem de zeytinyağı sanayi aracılığı ile tüketiciyi desteklemektedir. Bu mekanizma içinde AB dünya zeytinyağı pazarını ve fiyat oluşumunu kendi amaçlarına uygun olarak yönlendirme ve şekillendirme gücüne sahiptir.

Tunus dünya üretiminde önemli ülkelerden biridir.2003/2004 döneminde üretimi 180 bin tondur. AB ile yaptığı özel bir anlaşma çerçevesinde üretimin büyük kısmını AB’ye hammadde zeytinyağı olarak satmakta ve Ulusal Zeytinyağı Ofisi kanalıyla üretimini desteklemektedir.

Suriye’de ise son sezonda üretim 110 olarak gerçekleşmiş olup üretim büyük oranda iç pazarda tüketilmektedir. Fas zeytinyağı üretimi yüksek olan ülkeler arasındadır. Son sezonda üretimi 80 bin ton olarak gerçekleşmiştir. Bu üretimin 70 bin tonu iç pazarda tüketilmektedir. Fas’ta Zeytin yetiştiriciliği daha çok sofralık zeytine yöneliktir.

Dünyadaki mevcut duruma bakıldığında, Hidrolik preslen uzun yıllar önce bırakılmıştır. İspanya, Yunanistan gibi kullanıcılar montaj sanayi kurmuşlar ve ülkelerinde İtalyan marka ve patenti ile zeytinyağı makineleri üretmektedirler. Türkiye’de ise çoğunlukla eski teknoloji hidrolik preslen kullanılmakta, islah çalışmaları için de genellikle İtalya, İspanya ve Yunanistan’dan teknoloji transferi yoluna gidilmektedir.

Zeytinyağı üretiminin büyük bir kısmına sahip olan Avrupa Birliği’nde 9 üyeli iken üretici olarak sadece İtalya ve Fransa olduğu için üretimin büyük bir bölümü İtalya’da sağlanmaktaydı. Birliğe Yunanistan’ın katılmasıyla AB’nin payının %17 oranında arttığı görülmektedir. Daha sonra İspanya ve Portekiz’inde birliğe girmesiyle dünya zeytinyağı üretimindeki pay %26 artmıştır. AB en büyük üretici ve ihracatçı konumundadır.

Dünya zeytinyağı üretiminin önemli bir bölümü 8 ülke tarafından gerçekleştirilmektedir.

**Tablo 2.4. 2003/2004 Sezonu Dünya Zeytinyağı Üretimindeki Ülke Payları
(Miktar:Bin Ton)**

Arjantin	AB	Ürdün	Fas	Filistin	Suriye	Tunus	Türkiye
14	2448	20	100	5	110	180	79

Kaynak: http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production1_ang.PDF (07.02.2005).

2003/2004 Sezonu itibarıyla zeytinyağı üretiminin büyük bölümü AB ülkelerinde gerçekleşmiştir. Türkiye dördüncü sırada yer almıştır.

2.1.2. Dünya Zeytinyağı Tüketimi

Son yıllardaki dünya üretimindeki artış ile birlikte zeytinyağına olan talepte olumlu yönde gelişmiştir ve dünya tüketiminde artış görülmüştür. 1996/97 sezonunda üretimdeki büyük artışla birlikte fiyatların düşmesi sonucu tüketimde de artış gözlenmiştir. Zeytinyağı fiyatlarındaki azalma tüketimi beklenenden daha fazla oranda arttırdığından zeytinyağına olan talebin fiyat esnekliğinin oldukça fazla olduğu düşünülmektedir. Aynı şekilde zeytinyağı fiyatlarının artmasında talebin diğer yağlara kaymasına neden olmakta ve zeytinyağı tüketimini düşürmektedir²⁷. Ayrıca dünya zeytinyağı tüketiminin artışında Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'nin faaliyetlerinin de önemli rolü vardır. Dünya zeytinyağı tüketimi sezonlara göre farklılıklar göstermesine rağmen değişim, üretim ve ihracatta olduğu kadar çarpıcı olmaktadır. Dünya zeytinyağı tüketiminde son sekiz sezondaki %73'lük pay ile, AB ülkeleri önemli yere sahiptir.

²⁷ Göksu, A.g.e., s.14.

Tablo 2.5. Dünya Zeytinyağı Tüketimi (Miktar Bin Ton)

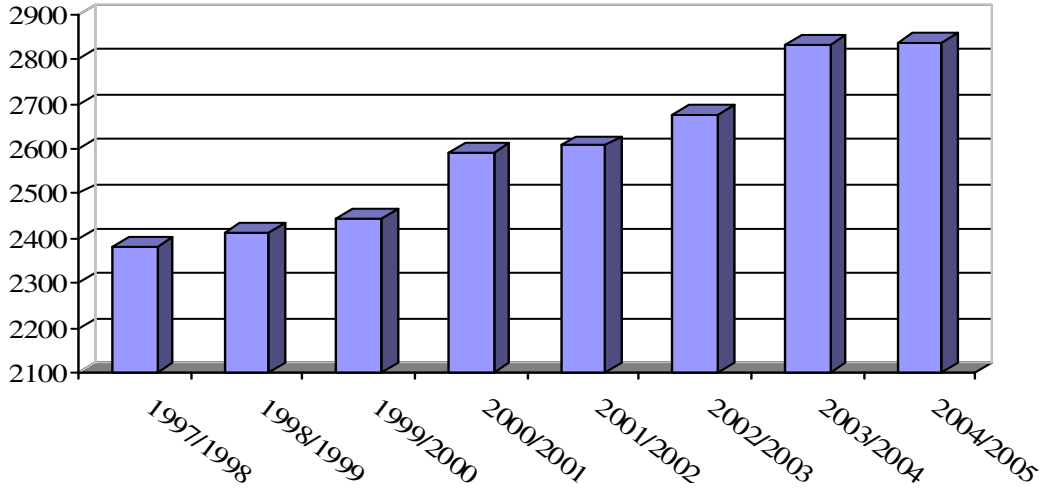
Ülkeler	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05
Cezayir	25	18	36	50	32	44	42	26	25	21	60	50
Arjantin	4	3	6	8	8	8	7	6	6	6	5	5
AB	1454	1451	1387	1567	1706	1709	1728	1835	1895	1919	1982	1985
Hırvatistan						4	9	7	5	7	4	6
İsrail	5	7	8	8	7	10	13	14	15	15	14	16
Ürdün	16	22	16	22	19	19	9	17	20	25	24	25
Lübnan	7	8	7	8	8	9	8	8	7	5	5	6
Fas	46	43	25	50	55	55	55	45	60	60	70	50
Filistin	8	5	7	7	6	4	4	8	10	12	12	13
Suriye	69	78	78	85	95	88	90	110	86	129	120	140
Tunus	56	46	35	70	52	49	60	58	28	30	55	40
Türkiye	54	55	63	75	85	85	60	73	55	50	50	60
Avustralya	17	19	17	21	18	24	26	31	28	32	34	36
Brezilya	15	24	19	25	29	24	25	25	23	21	24	24
Mısır	2	2	3	1	1	1	2	1	2	4	3	3
ABD	116	116	101	131	143	151	170	195	189	184	213	218
İran	4	3	5	4	4	3	3	3	2	2	4	4
Libya	10	8	5	10	7	16	11	7	8	9	9	9
Meksika	5	3	3	6	5	5	5	7	8	12	12	12
Yugoslavya	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Diğer üret.	10	10	6	13	14	13	13	13	14	15	14	14
S.Arabistan	5	5	4	5	5	6	5	4	5	7	8	8
Kanada	12	15	14	19	18	19	23	25	24	25	26	26
Japonya	7	9	17	26	34	29	27	30	32	31	33	33
Rusya	6	6	1	2	2	2	3	4	4	6	7	8
İsviçre	3	4	4	4	6	6	8	8	9	10	11	11
Tayvan					5	7	6	8	7	6	5	5
Diğ İth.ülk.	30	33	20	25	21	23	29	20	38	34	31	34

Kaynak: [http:// www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF](http://www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF) (02.07.2005).

AB'nin iç tüketiminde ilk sıralarda İtalya, İspanya ve Yunanistan gelmektedir. Türkiye'nin dünya tüketiminden aldığı pay ise %3 seviyesindedir.

Dünya zeytinyağı tüketimini incelediğimizde istikrarlı bir seyri olduğunu gözlemlemek mümkündür.

Grafik 2.2. Dünya Zeytinyağı Tüketimi (Bin ton)



Kaynak: [http:// www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF](http://www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF) (02.07.2005).

Son yıllarda özellikle ABD, Japonya gibi gelişmiş ülkelerde UZK tarafından yapılan promosyon çalışmaları ile kişi başı tüketimde artış gözlenmiştir. Akdeniz ülkeleri dışında, zeytinyağı talebindeki hızlı artışın bir nedeni de Akdeniz mutfağının giderek yaygınlaşmasıdır. Özellikle ABD’de Asya ve güney Amerikalı nüfusun artmasıyla farklı mutfak kültürlerine olan merak da zeytinyağının tüketiminin artmasındaki etmenlerden biridir.

Zeytinyağına ikame olabilecek yağların tüketimlerinin fazla olması ve zeytinyağı fiyatlarının üretimin düşük olduğu yıllarda yüksek olması zeytinyağı tüketimini olumsuz yönde etkileyen faktörlerdendir.

Son yıllarda dünyada sağlıklı beslenme bilincinin önem kazanması zeytinyağı tüketiminin artmasına neden olmuş, özellikle Japonya, Kanada, Avustralya, Arjantin ve Brezilya’da tüketimin arttığı gözlenmektedir. Özellikle tüketimin artması zeytin üretim alanlarının artışını beraberinde getirmiştir. Suriye, Mısır vb. ülkelerde zeytin üretimine önem verilmiş, İran’da da bu yönde çalışmalar yapılmaktadır.

Dünya zeytinyağı tüketimi farklılıklar göstermektedir. 2000 yılı sonrasında tüketimin %71’i AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de tüketim dünya tüketiminin yaklaşık %3’üdür. ABD’de ise bu oran %7’dir.

ABD ve Japonya’da da tüketimin arttığı görülmektedir. ABD dünya tüketimindeki %6’lık payı ile AB ülkelerinden sonra ikinci sırada gelmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerdeki nüfus ve alım gücünün yükselmesi ile gelecekte dünya zeytinyağı tüketiminin artması beklenmektedir²⁸.

Dünya tüketiminde ABD tüketiminin sezonlar itibarıyla artarak devam ettiği görülmektedir. Geleneksel zeytinyağı üretici ve tüketicisi ülkelerin dışında ABD'nin olmasında ve tüketimin artışında Uluslar Arası Zeytinyağı Konseyinin yoğun tanıtım kampanyalarının etkisi olmaktadır. Türkiye'nin dünya zeytinyağı tüketiminden aldığı pay yaklaşık %4 seviyesindedir. Türkiye, İtalya İspanya gibi büyük zeytinyağı üreticileri ile karşılaştırıldığında, kişi başına düşen zeytinyağı tüketimi oldukça düşüktür, bu miktar yaklaşık 1kg'dır²⁹.

Akdeniz tarzı beslenmenin yaygınlaşması ve sağlıklı beslenme bilincinin artışıyla beraber zeytinyağı tüketiminde artış beklenmektedir. Kişi başına düşen gelirin ve hayat standardının yükselişi de zeytinyağında tüketim artışının olumlu yönde etkileyecektir.

2.1.3. Dünya Zeytinyağı İhracatı

Dünya zeytinyağı dış ticaretinin yaklaşık %95'i yedi ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyada zeytinyağı talebinin yıldan yıla artıyor olması bu ülkelerin zeytinyağı ticaretindeki önemini daha da arttırmaktadır.

AB zeytinyağı üretiminde kendine yeter durumda olduğu kadar zeytinyağı ticaretinde de söz sahibidir. Etkili promosyon kampanyaları ile birlikte AB fonlarından sağlanan maddi destek söz konusu ülkelerin bu konuma gelmelerine önemli katkıda bulunmuştur³⁰.

²⁸ Nilay Kırmanlı , **Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Araştırması**, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2001.ss.26

²⁹ N. Günay, “ *Challenges and Oppurtunities for International Business in thr Shifting Global Economic Environment*”, **Türkiye Zeytinyağı Endüstrisinin Rekabet Gücü**, IMDA 10. World Business Congress, 4-8 July Zagreb, 2001, ss.186.

³⁰ Bülent Şahinalp, “*Amerika Birleşik Devletleri İstikrarlı Pazar*”, **Dış Ticaret Dergisi** Made in Turkey, Ocak-Şubat 2002,ss.47-54.

Tablo 2.6. Dünya Zeytinyağı İhracatı (Bin ton)

Ülkeler	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05
Arjantin	4	5	5	6	8	6	6	4	5	6	6	6
AB	183	183	165	220	227	209	299	291	325	314	348	372
Hırvatistan							1	3	2	1	0	0
İsrail			1									
Ürdün	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1
Lübnan	0	1	2	2	1	2	0	0	0	2	2	1
Fas	0	5	12	35	8	16	1	0	1	3	25	3
Filistin	1	5	4	4	5	2	0	2	0	0	0	0
Suriye	0	5	11	6	3	4	3	10	6	31	35	40
Tunus	178	104	27	115	117	175	112	95	22	39	210	82
Türkiye	9	55	19	41	35	86	17	92	28	70	46	70
Avustralya											1	1
Mısır	0	0	1	0	0	0	2	1	1	2	0	0
ABD	2	7	9	8	5	6	6	4	5	10	8	8
Meksika											1	1
Diğer	1	0	3	0	0	1	0	1	0	1	1	1

Kaynak: http://www.internationaloliveoil.org/downloads/exportations1_ang.PDF (07.02.2005).

1995/96 sezonundaki düşük üretim dünya ticaretini de etkilemiş ancak bu sezondan sonra üretim ve tüketimdeki olumlu gelişmeler dünya ticaretine de yansımıştır³¹.

Zeytin üretiminin Akdeniz ve benzeri iklime sahip olan ülkelerde gerçekleşmesi, zeytinyağı ticaretinde sınırlı sayıda ülkenin söz sahibi olmasına neden olmuştur. Dünya ihracatının yaklaşık %95'i toplam yedi ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünyada zeytinyağı talebinin artıyor olması bu ülkelerin zeytinyağı ticaretindeki önemini daha da arttırmaktadır.

Zeytinyağı üreticisi AB ülkeleri dünya zeytinyağı üretim ve ihracatında aldığı pay kadar zeytinyağı ithalatından da önemli oranda pay almaktadır. Bu durum büyük

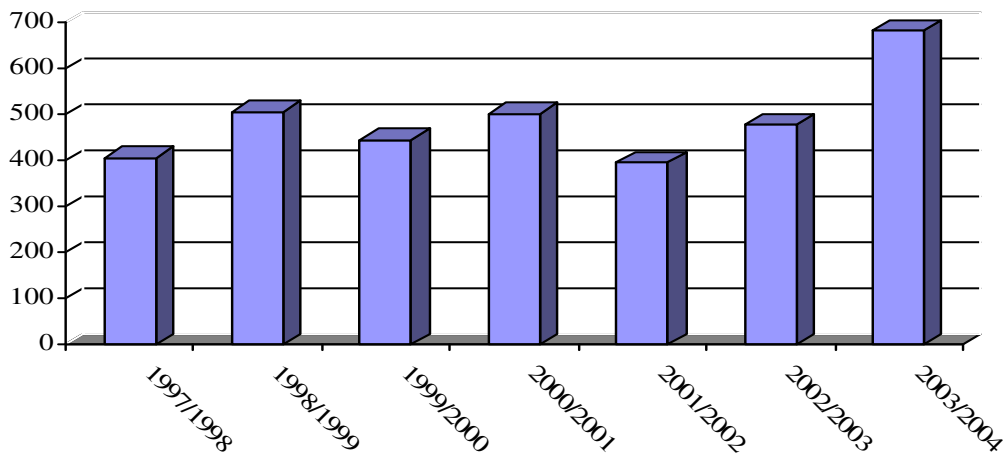
³¹ Şerafettin Düztepe, "The Analysis Of Turkey's Olive-Oil Export", Yayınlanmamış Doktora Tezi, 1999, ss,24.

miktarlarda dökme zeytinyağı ithal etmelerinden ve bu yağları işleyip paketleyerek ihraç etmelerinden kaynaklanmaktadır³².

Zeytinyağı ihracatımız 2000 yılında zeytin üretiminde yok yılı olmasından dolayı önemli oranda gerileme göstermiştir. Hayvansal ve bitkisel yağ ihracatında 1999 yılında yaşanan 256 milyon dolar düzeyindeki ihracat 2000 yılında yüzde 61 oranında bir azalışla 100 milyon dolara düşmüştür. Bu düşüş büyük ölçüde en önemli ihraç kalemi olan zeytinyağı ihracatında yaşanan gerilemeden kaynaklanmıştır. Zeytin üretiminden kaynaklanan problemler nedeniyle dalgalı bir seyir izleyen zeytinyağı ihracatı, 1998 yılında üretimde var yılı olmasından dolayı 1999 yılında önemli ölçüde artış kaydetmiş ve buna mukabil 1999 yılında zeytin üretiminde yok yılı olmasından dolayı 2000 yılı ihracatı büyük oranlı düşüş kaydetmiştir. Nitekim, 1999 yılında 170 milyon dolar olan ihracat, 2000 yılında 30 milyon dolara gerilemiştir³³.

NAFTA (ABD, Kanada, Meksika) ülkelerine ihracatta belirgin bir artış görülmektedir. Bu ülkelere 1998 yılında 2,4 milyar dolar olan ihracat 1999 yılında yüzde 8,4 oranında artmış ve 2,9 milyar dolara yükselmiştir. 2000 yılına gelindiğinde ise daha büyük bir artış görülmektedir. 2000 yılında, 1999 yılına göre yüzde 25,3 oranında artış gerçekleşmiş ve NAFTA ülkelerine 3,6 milyar dolar ihracat yapılmıştır.

Grafik 2.2. Dünya Zeytinyağı İhracatı (Bin ton)



Kaynak: http://www.internationaloliveoil.org/downloads/exportations1_ang.PDF (07.02.2005).

³² Türker Dölekoğlu, "The Increasing Of The Contribution Of Olive-Oil To The Economy Of Turkey: A Study Oriented To The Production And Marketing Of Olive-Oil", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2000 ,s.26.

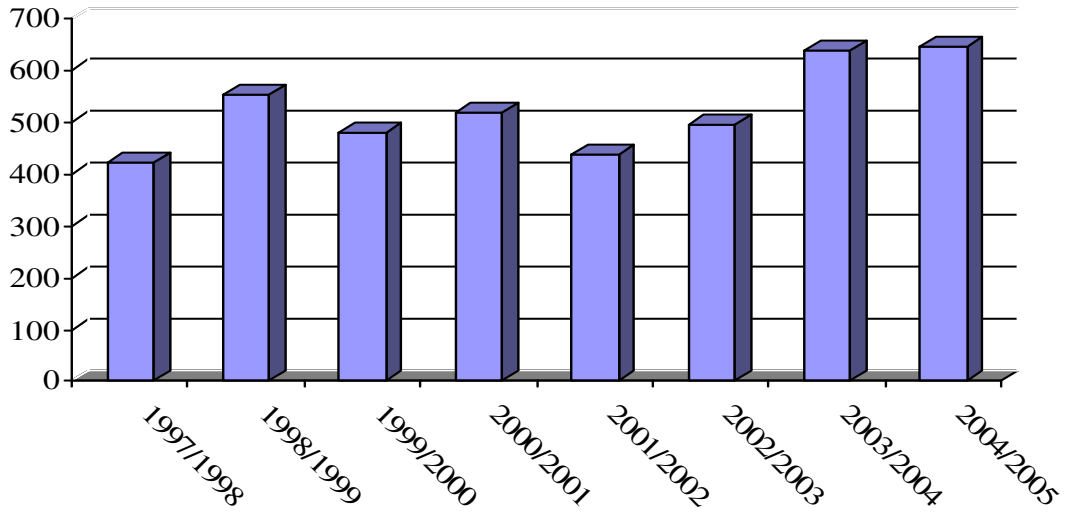
³³ İstanbul Ticaret Odası, Zeytinyağı Kanada Dış Pazar Araştırması, Ankara, 2001, s.32.

Dünya toplamına bakıldığında zeytinyağı ihracında dünya genelindeki üretim ve tüketimdeki dalgalanmaların etkili olduğu görülmektedir.

2.1.4. Dünya Zeytinyağı İthalatı

Zeytinyağı tüketimindeki artış beraberinde zeytinyağı ithalatında da artışı getirmiştir. 1993/1994 sezonundaki zeytinyağı ithalatı 378 bin ton iken bu rakam, 1999/2000 sezonunda 479 bin ton'a 2003/2004 sezonunda ise 636 bin ton'a yükselmiştir. 2004/2005 sezonunda ise 643 bin ton olması tahmin edilmektedir.

Grafik 2.3. Dünya Zeytinyağı İthalatı (Bin ton)



Kaynak: http://www.internationaloliveoil.org/downloads/importations1_ang.PDF (07.02.2005).

Sağlıklı beslenmenin önemi, zeytinyağının giderek önem kazanması neticesinde dünya zeytinyağı ithalatı da artan seyirde devam etmektedir.

Tablo 2.7. Dünya Zeytinyağı İthalatı (Bin ton)

Ülkeler	93/94	94/95	95/96	96/97	97/98	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04	04/05
Cezayir							1		1			
Arjantin		1	1	7	7	4	2	6	1	0	0	2
AB	153	179	74	146	118	226	117	127	43	94	210	208
Hırvatistan						1	1	2	2	1	1	1
İsrail	1	2	4	2	3	5	10	7	11	6	11	8
Ürdün	8	7	1	1	2	0	2	1	0	0	0	0
Lübnan	2	3	4	4	4	4	3	2	2	0	0	0
Fas	2	3	1	0	0	1	4	5	5	11	0	0
Filistin		1										
Türkiye						1	2					
Avustralya	16	19	16	22	18	24	25	30	27	32	31	31
Brezilya	15	24	19	25	29	24	25	25	23	21	24	24
Mısır	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ABD	112	122	105	141	144	155	175	200	193	192	221	225
Libya	2	2	1	1	1	10	1	3	1	2	2	3
Meksika	2	1	1	4	3	3	4	5	6	10	10	10
Diğer üretici Ülkeler	3	3	3	5	5	6	7	7	7	8	7	7
Suudi Arabistan	5	5	4	5	5	6	5	4	5	7	8	8
Kanada	12	15	14	19	18	19	23	26	24	25	26	26
Japonya	7	9	17	26	34	29	27	29	32	31	33	33
Rusya	6	6	1	2	2	2	3	4	4	6	7	8
Tayvan					5	7	6	8	7	6	5	5
İsviçre	3	4	4	5	6	6	8	8	9	10	11	11
Üretici olmayan diğer	30	33	20	25	21	23	29	20	38	34	31	34

Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/importations1_ang.PDF (07.02.2005).

Zeytinyağı üreticisi AB ülkeleri ile dünya zeytinyağı üretim ihracatından aldığı pay kadar zeytinyağı ithalatından da önemli oranda pay almaktadır. Bu, durum işleyip paketleyerek ihraç etmek üzere, büyük miktarlarda dökme zeytinyağı ithal etmelerinden kaynaklanmaktadır.

İspanya kendi iç tüketimine ve ihracatına balı olarak Tunus, Yunanistan, İtalya ve Türkiye'den zeytinyağı ithalatı yapmaktadır. Zeytinyağının Yunan tarımsal sanayi sektörünün en önemli ürünü olması nedeniyle tüketimi de fazladır ve ithalatının büyük kısmını dökme formda İtalya ve İspanya'dan gerçekleştirmektedir. Son yıllarda genel zeytinyağı tüketimindeki artışla birlikte başta, ABD'yi Japonya, Avustralya, Brezilya ve Kanada izlemektedir. ABD son sezonda yaptığı 200 tonluk ithalatla ilk sırada yer almıştır, AB ve Japonya izlemektedir.

Dünya zeytinyağı ithalatındaki eğilim zeytinyağının kaliteli ve mümkün olduğunca doğal şartlarda üretilmiş olması yönündedir. Zeytinyağı üreticilerin gelecekte mevcut Pazar paylarını korumak ve yeni pazarlara girebilmek için kaliteli ve doğal zeytinyağına yönelmeleri gerekecektir. Dünyada giderek artan sağlık bilinci ve doğal yollarla üretilmiş olan gıdalara talep nedeniyle dünya ticaretinde zeytinyağının öneminin daha da artması beklenmektedir. Artan gelir düzeyi ve yükselen hayat standartları zeytinyağı için yeni pazarların oluşmasına yol açacaktır³⁴.

2.1.5. Stoklar

Zeytin bitkisinin bir yıl çok bir yıl az ürün vermesi özelliğinden dolayı zeytinyağında stokların önemi büyüktür. Dünya zeytinyağı dönem sonu emniyet stoku 500 bin ton olarak belirlenmiştir. Dalgalanmaların etkisini azaltmak için kullanılmaktadır. Dünya sezon stoklarında ticaret ve üretime bağlı olarak değişimler görülmektedir. Uluslar arası zeytinyağı konseyinin verilerine göre; 2001/2002 sezonunda devir stoğu 881.5 bin ton iken 2002/2003 sezonunda 589.5 bin ton ve 2003/2004 sezonunda 869.0 bin ton olarak gerçekleşmiştir³⁵.

2.2. Türkiye'de Zeytincilik

Türkiye'de 5 bölgede 35 ilde zeytincilik yapılmakta olup, işlenen tarım alanlarının %4'ünde zeytincilik yapılmaktadır. Tarımla uğraşan ailelerin %8'i geçimini zeytincilikten sağlamaktadır. Ülkemiz zeytin ağaç sayısı ve üretim alanları açısından önem sırasıyla Ege, Akdeniz, Marmara, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz bölgelerinde yetiştirilmektedir. Zeytin yağa ve sofralığa işlenerek tüketilmektedir, bu nedenle de

³⁴ Göksu, A.g.a,s.17-22.

³⁵ Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, **2003-2004 Çalışma Raporu**, Mart 2004, İzmir, ss.75-76.

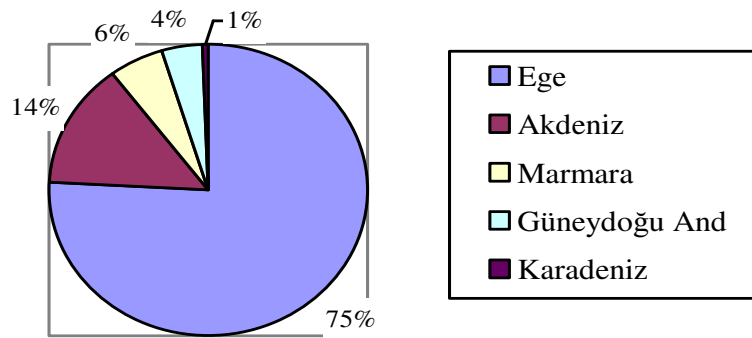
zeytincilik sektörü tarıma dayalı sanayi kolu olarak sofralık zeytin ve zeytinyağı alt sektörlerine ayrılmaktadır.

Zeytin üretimi tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sağlıklı beslenmede, istihdam sağlanmasında ve diğer sanayi kollarına pazar yaratmada, yüksek katma değeriyle tarım ekonomimiz için ciddi bir önem taşımaktadır.

Dünyada zeytin varlığı ve dane zeytin üretimine paralel olarak sofralık zeytin üreten önemli ülkeler İspanya, Türkiye, İtalya, Yunanistan, ABD, Fas, Suriye ve Mısır'dır. Türkiye sofralık zeytin üretiminde İspanya'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye dünya sofralık zeytin üretiminde siyah sofralık zeytin üretimi ile ilk sırada yer alırken, yeşil zeytin üretiminde ikinci sıradadır. Önümüzdeki yıllarda da ülkemizden yapılan sofralık zeytin ihracatının artacağı beklenmektedir. Ancak AB uyum sürecinde küçük aile işletmeleri yapısında tuz oranı yüksek olarak üretilen zeytinler tuz oranının yüksek olması nedeniyle büyük sorun teşkil edecektir³⁶.

Türkiye'de işlenen tarım alanlarının %4,1'inde ve 324 bin işletme tarafından zeytincilik yapılmaktadır. Bu işletmelerin ürettiği ürünler ve yapıları çok farklılıklar göstermektedir. İşletmelerin bir kısmı hem yağlık hem sofralık üretebilirken bazıları da zeytinden başka zeytinle iç içe bölgenin özelliğine göre şeftali, incir, Antep fıstığına yer vermektedirler³⁷.

Grafik 2.4. Türkiye'nin Bölgelere Göre Zeytin Üretimi



Kaynak: Renan Tunalıoğlu, Emin Işıklı, Türkiye İle Önemli Zeytin Üreticisi Ülkelerin Sofralık Zeytin Ekonomilerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayınları Yayın No:59, Bornova, İzmir, 1993, s.22.

³⁶ Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, **2003-2004 Çalışma Raporu**, Mart 2004, İzmir, ss. 4-5.

³⁷ Renan Tunalıoğlu, "Önemli Zeytin Üreticisi Ülkelerin Zeytinciliği ile Türk Zeytinciliğinin Bazı Yönlerden Karşılaştırılması", Basılmış Doktora Tezi, Ege İhracatçıları Birliği, Yayın no:1, Ağustos, 1995, İzmir, Türkiye. s. 15.

Türkiye’de zeytincilik Doğu Anadolu ve İç Anadolu bölgesi dışındaki bütün bölgelerde yapılmaktadır. Beş bölge ve 35 ilde yapılan üretimin %76’sı Ege, %14’ü Akdeniz, %5,7’si Marmara, %4’ü Güneydoğu, %0,3’ü Karadeniz bölgelerinde gerçekleşmektedir. Ağaç sayısı ve üretim alanı açısından da aynı sırayı izlemektedir. Ürün bazında ise üretimin %72’sini yağlık olarak değerlendiren Ege bölgesi ile üretiminin %83’ünü sofralık olarak değerlendiren Marmara bölgesi ürün bazında Türkiye’nin temsilcileridir denilebilir³⁸.

Türkiye’de zeytinciliğin konu bazında tarımsal ürünler içerisinde önem kazanması 1929 yılına uzanmaktadır. Atatürk’ün direktifleri ile Tarım Bakanlığı’nın “Tarımda Tedrisatı İslah Kanunu” ile başlayan zeytincilik seferberliği, 1929-1950 yıllarını kapsayan Teşkilatlı Birinci dönemde ağaç sayısı ve zeytinyağı üretimindeki gelişmelerle devam etmiştir. Bunu izleyen 1950-1960 döneminde ise, başlayan bu gelişme durmamakla birlikte ele alınan kriterlerdeki artış birinci döneme göre daha da yavaşlamıştır. Bu dönemden sonra gelen 1. Beş Yıllık Kalkınma Plan döneminde ise Türkiye ilk kez ihracatçı ülkeler arasına girerek zeytinyağı ihraç eder duruma ulaşmıştır. Fakat zeytinciliğin ikinci ve üçüncü plan dönemindeki gelişmesinin aynı hızla devam etmediği hatta bunun dördüncü, beşinci, altıncı plan dönemlerinde adeta bir durgunluk dönemi olarak yaşandığını ifade etmek mümkündür. Diğer yandan bu durgunluğun halihazırda süregelen yedinci kalkınma plan döneminde de yerini tekrar yeni gelişmelere bakarak Türkiye için yeni umutları beraberinde getirmesi ise memnuniyet vericidir.

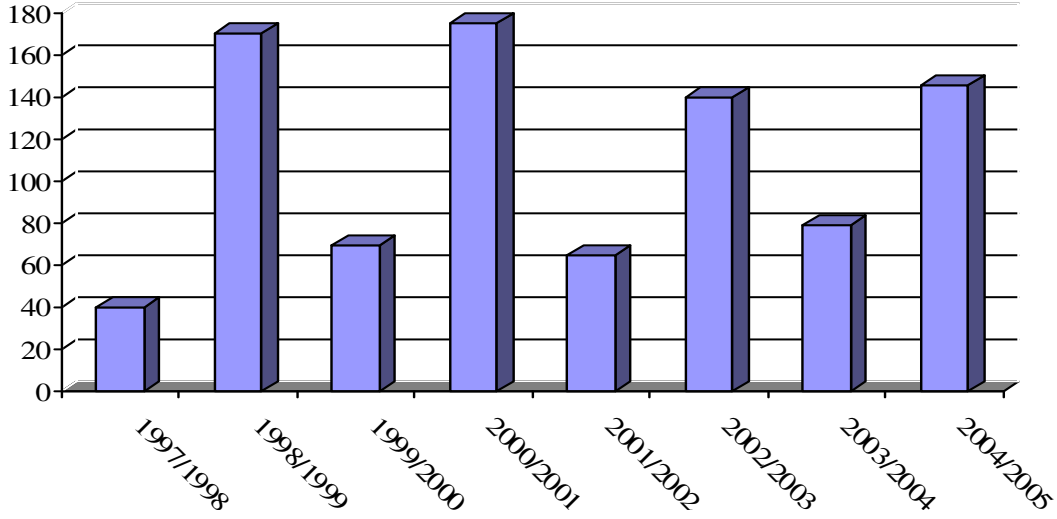
2.2.1. Türkiye’de Zeytinyağı Üretimi

Türkiye’de zeytin üretimine bağlantılı olarak zeytinyağı üretimi de gerçekleştirilmektedir. Türkiye’de üretilen zeytinin büyük oranı yaklaşık %70 yağlık olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’de son 12 yıllık dönemde zeytincilik incelendiğinde zeytin alan ve ağaç sayısında dolayısıyla da dane üretiminde önemli bir artışın olmadığı görülmektedir. Üretimde önemli bir artış olmayışı ağaç varlığı ve verim ile ilgilendirmek mümkünse de olumsuz iklim faktörlerinin etkisinin, periyodisite eğilimini belirginleştirdiği tarzında yorumlamak da mümkündür. Nitekim zeytin üretimindeki bu düzensizlik zeytinyağı üretimini de doğrudan ilgilendirmektedir.

³⁸ Renan Tunalıoğlu, Emin Işıklı, **Türkiye İle Önemli Zeytin Üreticisi Ülkelerin Sofralık Zeytin Ekonomilerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi**, T.C. Tarım ve Köyşleri Bakanlığı Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayınları Yayın No:59, Bornova, İzmir, 1993, s.22.

Belirtilmesi gereken başka bir husus ise son yıllarda ((ham dane)olarak sofralık zeytin fiyatlarının yüksekliğinin belli bir program veya yasal bir zorunluluğu olmayan tüketici tarafından zeytinin sofralık olarak değerlendirilmesine neden olduğunun bilinmesidir.

Grafik 2.5. Türkiye Zeytinyağı Üretimi (Bin ton)



Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production1_ang.PDF (07.02.2005).

Yıllar itibariyle Türkiye'deki zeytinyağı üretimine bakıldığında dalgalı bir seyir görülmektedir. Bunun nedeni ekonomik istikrarsızlık ve teşvik edici politikaların istikrarlı uygulanmaması olarak görülebilir.

Bu etkenlerle zeytinyağı üretimindeki düşüş mevcut fabrikaların kapasite kullanım oranının da (KKO) giderek düşmesine neden olmaktadır. Nitekim KKO'nun 1982 yılında %94, 1992 yılında %34,7 olması bu durumu net şekilde açıklamaktadır.. Son yıllarda zeytinyağı üretimindeki istikrarsızlıkların ihracat ve tüketimi de olumsuz yönde etkilemektedir³⁹.

Zeytinyağı çiğ olarak yenebilen bir yağ olması nedeni ile herhangi bir işleme tabi tutulmadan naturel yenmeye elverişli elde edilmesi gerekmektedir. Bu bakımdan zeytinyağı sanayi kaliteli zeytinyağı üretiminde büyük rol oynamaktadır. 1984 yılına kadar sulu ve torbalı hidrolik presler ve bir kısım süper presler ile ülkemizde üretilen zeytin danesini işleyen tesislere, yeni modern kontinu santrifuj sistemleri eklenmeye başlanarak Türkiye'nin zeytinyağı sanayisi bugün yüzde yetmişbeş oranında kendini

³⁹ Renan Tunalıoğlu , **Türkiye Zeytinciliğinin Genel Durumu**, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, , 1995, İzmir, ss.14-21.

yenilemiştir. Üretilen zeytin danesini bu oranda işleme kapasitesine sahip kontinu santrifuj sistemleri, yemeklik özellikle naturel zeytinyağı üretiminde büyük gelişme sağlamışlardır. Asırlar boyu zeytin bölgelerinde çalışan iptidai 1000'e yakın hidrolik presli yağhanelerin yapısı iyi kalitede zeytinyağı elde etmeye yardımcı olamamışlardır. Uzun süre elde edilen zeytinyağlarının %90'nı ham, yenebilirlik kazanması için ikinci işleme rafine ihtiyacı olan ve %10'u naturel yemekliğe elverişli üretilmiştir. Bugün Türkiye'de 200 adedi ithal ve 150 adedi yerli toplam 350 adet kontinu santrifuj sistemi tesis zeytin danesi üretiminin dörtte üçünü işlemektedir ve zeytinyağı sağlıklı üretilmektedir. Kontinu santrifuj sisteminin ülkemizde büyük oranda yer alması üretilen zeytin yağının kantite ve kalitesine önemli olumlu etkide bulunmuştur. Sistem içinde tüm aksam paslanmaz çeliktir ve her ayrı partite sistemi yıkama imkanı mevcuttur, zeytin işleme kapasitesi yüksektir. Zeytin beklemez ve hasad mevsimi uzamaz. Otomatik işleme düzeninde yağ randımanını, değiştirecek bir etkinliğe sahip değildir.

Gerek iç gerek dış pazarda önemli olan hususlardan birisi kaliteli zeytinyağı üretimidir. Zeytinin işlenmek üzere fabrikaya getirilinceye dek olan kadar olan aşama kadar, yağa işleme sırasındaki teknolojinin de önemli olduğu bilinmektedir. Türkiye zeytinyağı sektörü de son yıllarda yeni bir aşamadan geçmektedir

Türkiye'nin zeytinyağı sanayisi , AB zeytinci ülkeleri yağ sanayine paralel bir düzeye kavuşmuş , gelişme göstermiş ve bu nedenle ülkemizde ham zeytinyağı ihracatı yasaklanmış ve ihracat naturel, riviera tipi ve rafine olarak yapılmaktadır. Bakkal, süper-market ve hipermarketlerin raflarına baktığımızda zeytinyağı sanayindeki bu gelişmeye kolayca şahit olmakta ve çeşitli firmalara ait naturel sızma zeytinyağlarının rafları kapladığını görülmektedir⁴⁰.

Zeytin rekoltesinde peridyosite zeytinyağı sanayide istenen düzeyde bir gelişme sağlanmasına engel olmaktadır. Ülkemiz zeytinliklerinde mevcut zeytin ağacı adedini arttırmak için yeni dikimlerin yapılması ve bakım önlemlerinin yeterince uygulanmaması, periyodisitenin etkisini diğer zeytin üretici Akdeniz ülkelerine oranla arttırmaktadır. Zeytin tarımının geleneksel anlamda yapıldığı ve büyük bir bölümünün kıraç ve dağlık arazide bulunduğu ülkemiz zeytinliklerinde sulama imkanlarının olmaması nedeniyle kuraklığın etkileri daha çok hissedilmekte ve iki yıllık bir ürün olan zeytindeki dalgalandırmaları da hızlandırmaktadır. Zeytinyağı sürümündeki

⁴⁰ http://www.kutuphanem.net/goruntule.asp?islem=goruntule&dok_no=81090 (30.06.2005).

dalgalanmaları önleyici stoklama sistemlerinin bulunmayışı kararlı bir piyasa düzeninin kurulmasını engellemektedir⁴¹.

Türkiye’de zeytinyağı üretimindeki sorunlar aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir. Bunlar:

- Zeytin alanlarının daralması; Türkiye’de zeytinliklerin önemli bir kısmı Ege ve Marmara bölgelerinde bulunmaktadır. Bu bölgelerde bulunan zeytinliklerden özellikle sahil şeridine yakın olanların, yüksek rant getirisi nedeni ile farklı metotlar kullanarak sökülüp inşaat sektörüne açılmaları zeytinyağı üretimini olumsuz yönde etkilemektedir. Diğer taraftan zeytinin en iyi yetiştirme şartlarına sahip olduğu ülkemizde zeytin üretimi ile değerlendirilebilecek pek çok boş alan bulunmaktadır, ancak istikrarlı bir üretim politikasının belirlenmemesi zeytin alanlarının gelişmesini önlemektedir.
- Birim alan veriminin düşük olması; Ülkemizde bulunan zeytin ağaçlarının önemli bir kısmının yaşlanmış durumda olması nedeniyle zeytin üretimindeki verimlilik düşmektedir. Bu yüzden yeni zeytin ağaçlarının dikilmesi çalışmalarına biran önce başlanmalıdır.
- Zararlı mücadelede yetersiz kalınması; Zeytincilikte engebeli alanlarda gerekli malzemenin taşınamaması yüzünden zararlılarla mücadele çalışmaları yeterince yapılamamaktadır. Bu nedenle üreticilerin ilaçlama konusunda bilinçlendirilmeleri ve gerekli müdahaleleri zamanında yapmaları konularında uyarılmaları önem taşımaktadır.
- Zeytinlerin sırıkla toplanması; Ülkemizde zeytinler sırıklarla ağaçlara vurulmak suretiyle toplanmaktadır. Bu yöntem, zeytin ağaçlarının dallarının kırılmasına gelecek yıllarda verimlerinin düşmesine yol açmaktadır.
- Teknik gelişmelerin yeterince takip edilmemesi; Ülkemiz ürün çeşitliliği ve kaliteyi arttırıcı teknik gelişmeler yeterince takip edilememektedir.

Zeytinyağı üretiminde karşılaşılan sorunları için alınacak önlemler ise :

⁴¹ Mehmet Pala, Birol Saygı, **İhracata Yönelik Gıda Sanayi ve Rekabet Gücünün Arttırılması**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları İstanbul, 1991, Yayın No:24., ss.49.

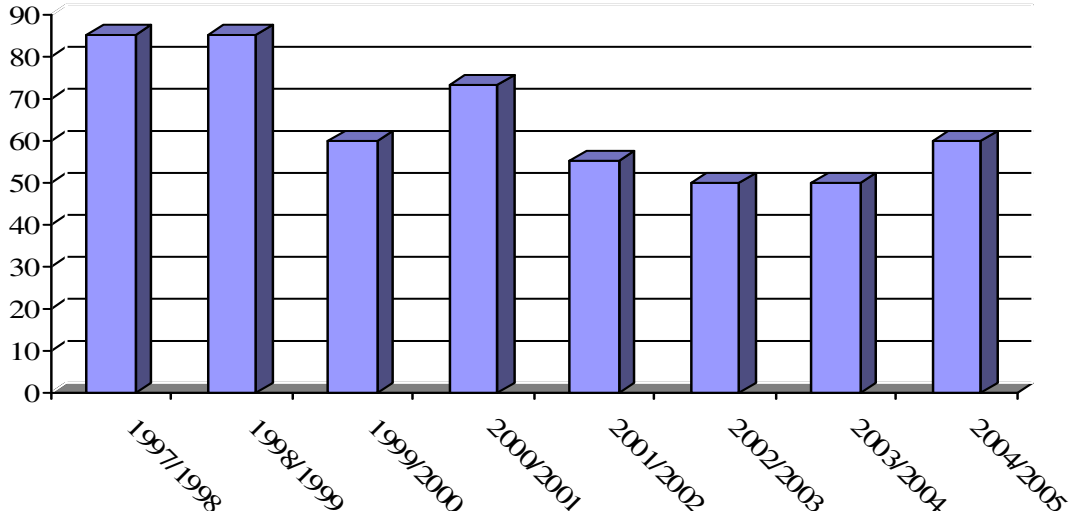
- Zeytin üretimini arttırıcı teknik önlemlerin alınması, üreticilerin özendirilmesi; Üretim faaliyetlerinin her safhasında kullanılan tekniğin gelişmişlik düzeyine göre üretim de artmaktadır. Dolayısı ile zeytin dikim alanlarının arttırılması, kullanılan zeytin çeşitlerinin ıslahı, verimli çeşitlerin yaygınlaştırılması, hastalık ve zararlılara dayanıklı çeşitlerin üretilmesi konularına yönelik olarak üreticilerin eğitilmeleri ve yönlendirilmeleri gerekmektedir.
- Üreticilerin yeterince desteklenmesi; Türkiye’de tarımsal üretimde temel girdiler diye nitelendirilen gübre, ilaç ve diğer üretim faktörleri ile üreticiler yeterince desteklenememekte ve ürüne yönelik destekleme alımları yolu ile alım garantisi verilememektedir. Üreticilerin ya da tarımsal üretimin yeterince desteklenmesi ve düzenli bir teşvik sistemine geçilmesi gerekmektedir.
- Üniversite üretici koordinasyonunun sağlanması; Araştırma- geliştirme ve eğitim kuruluşları arasında daha iyi bir iletişim kurularak sektörle, ilgili çalışmaların üreticilere daha etkin bir şekilde iletilmesi sağlanmalıdır.
- Zeytin yetiştiriciliği yapan diğer ülkeler örnek alınmalı: AB’ne giriş sürecimizi iyi değerlendirilerek Türkiye’nin zeytin ağaç varlığının arttırılması yönünde çalışmalar yapılması ülkemizin ve sektörümüzün geleceği açısından önemlidir. Bu yönde yatırım yapan ülkeler gözlenmeli, çölde bile zeytin yetiştiren Mısır’ın örnek alınarak zeytin yetiştirmeye elverişli tarım arazilerimiz değerlendirilmelidir.⁴²

2.2.2. Türkiye’nin Zeytinyağı Tüketimi

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de zeytinyağı tüketimi üretim bölgelerinde yoğunluk kazanmış durumda olup ülkemizin toplam zeytinyağı tüketimi yaklaşık 60.000 ton civarındadır. Dünyada önemli zeytinyağı üreticilerinden olan Yunanistan’da kişi başına yıllık zeytinyağı tüketimi yaklaşık 25 kilo, İspanya’da 14 kg., İtalya’da 13 kg. iken ülkemizde bu miktar sadece bir kilodur.

⁴² İktisadi Kalkınma Vakfı, Türkiye’de Zeytinyağı Üretimi ve Pazarlaması, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İzmir, 1996, ss.61-62.

Grafik 2.6. Türkiye Zeytinyağı Tüketimi (Bin ton)



Kaynak: [http:// www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF](http://www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF) (02.07.2005).

Üretim, ihracat ve tüketim, zeytinciliğin geleceği bakımından sağlam bir politika içinde yürütülmelidir. Türkiye dışında tüm zeytinci ülkeler ürettikleri zeytinyağını evvela kendi ülke tüketicileri tarafından sarf edilmesi politikasını uygulamakta ve bol mahsul elde edilen kampanyalar fiyatlara baskı yapmamasını sağlamaktadırlar.

Ülkemizde Zeytinyağı tüketimini engelleyen sorunları şöyle sıralayabiliriz⁴³:

Bitkisel yağlara göre Zeytinyağı fiyatı tüketiciye daha yüksek gelmekte ve tüketici ortalama 1/2 oranında fiyatı düşük olan bitkisel yağları tercih etmektedir. Bitkisel yağlara ait yapılan aşırı reklamlar tüketiciyi etkilemekte, bu tanıtımlara dayalı olarak tüketici tercihini bitkisel yağlara yapmaktadır. Zeytinyağının tüketim yerleri genellikle zeytincilik bölgeleridir ve zeytinyağını üreten kesimdir. Doğu, İç Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerimiz tüketicileri Zeytinyağını pek tanımamaktadırlar. Zeytinyağını bu bölgelere tanıtmak gerekmektedir. Diğer bir sebepte Zeytinyağı üretiminin istikrarlı bir görünüş içinde olmaması, ürünün az olduğu kampanyalarda fiyatların yükselişi aynı düzeyde piyasaya arzının yapılamaması tüketimi olumsuz etkilemektedir.

Artan nüfusun zeytinyağı tüketimine olumlu bir etkisi olmamaktadır. 10 yıllık ortalamaya göre insan başına yıllık zeytinyağı tüketimi 1 kg civarındadır. Ülkemizde

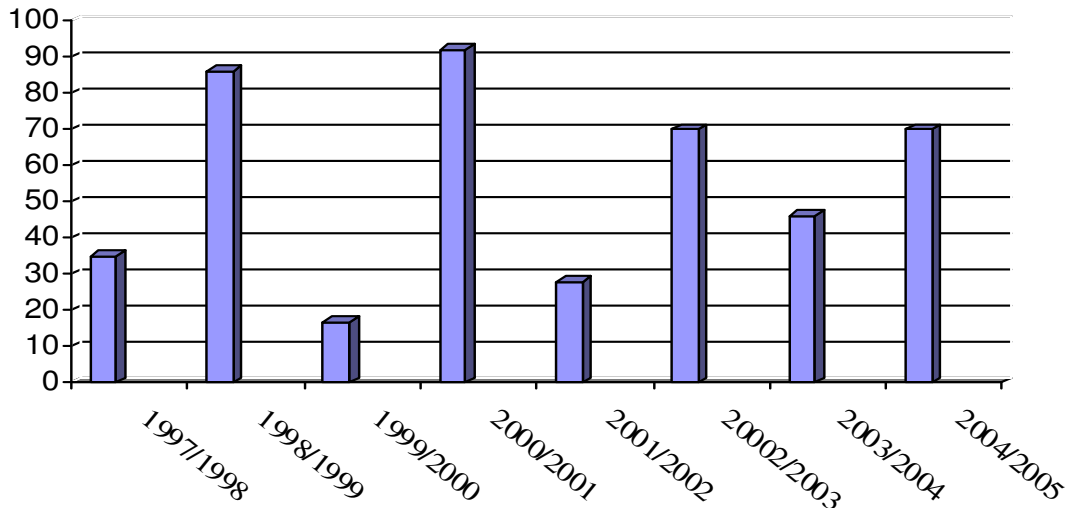
⁴³ http://www.kutuphanem.net/goruntule.asp?islem=goruntule&dok_no=81090 (30.06.2005).

insan başına yıllık 15 kg'a yakın tüketilen yağların büyük çoğunluğunu bitkisel yağlar (Ayçiçeği, Mısırozü, Soya; Kanola) ve çeşitli margarinler teşkil etmektedir. Hayvansal yağların pahalı olması nedeniyle talep düşüktür. Fiyat makası daima bitkisel yağlar lehine işlemekte ve ev hanımının tercihi ucuz yağlara yönelik olmaktadır.

2.2.3. Türkiye'nin Zeytinyağı İhracatı

Türkiye bulunduğu coğrafi konum ve sahip olduğu Akdeniz iklimi özellikleriyle İtalya, İspanya, Yunanistan ve Tunus gibi diğer Akdeniz ülkeleriyle birlikte dünyanın önde gelen zeytin ve zeytinyağı üreticilerindedir. Türkiye, dünya sofralık zeytin üretiminde ikinci, yağlık zeytin ile zeytinyağı üretiminde ise dördüncü büyük üretici konumundadır. Türkiye net zeytinyağı ihracatçısı ülkeler arasında bulunmaktadır. Son yıllarda ihraç pazarlarımızın genişlemesi ve özellikle İtalya ve İspanya'da meydana gelen kuraklıklar sonucu görülen üretim düşüşlerinin de etkisiyle son yıllarda ihracatımız artmıştır. Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı da yıldan yıla zeytin ve buna bağlı zeytinyağı üretiminde meydana gelen dalgalanmalar sebebiyle keskin artış ve düşüşler göstermektedir. İşleme teknolojisi, pazarlama politikaları ve diğer zeytinyağı üreticisi rakiplerimizin zeytinyağı üretimindeki artış ve düşüşler de ihracatımızı etkileyen önemli etkenler arasındadır⁴⁴.

Grafik 2.7. Türkiye'nin Zeytinyağı İhracatı (Bin ton)



Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/exportations1_ang.PDF (07.02.2005).

⁴⁴ http://www.komilizeytinyagi.com.tr/turkiye_durum_center.htm (20.06.2005).

Grafikten de görüldüğü üzere Türkiye'nin ihracat seyri zeytinyağı üretiminin yansımaları olarak dalgalanmalar halinde gerçekleşmiştir. Zeytinyağı ihracatımız, ağırlıklı olarak katma değeri düşük olan dökme formda yapıldığından, değer olarak da düşük gerçekleşmektedir. Yıllara göre ihracat fiyatlarımızda da dalgalanmalar olduğu göze çarpmaktadır. AB'nin piyasa şartlarına göre oluşturduğu ihracat yardımları zaman zaman fiyatlarımızın dünya fiyatları üzerinde kalmasına ve ihracatımızın azalmasına neden olmaktadır. Türkiye'nin zeytinyağı ihracatı belirtilen nedenlerden dolayı yıllara göre değişim göstermiş bu dalgalı seyir zeytinyağı ihracatının üretime oranına da yansımıştır. (Tablo 2.8)

Tablo 2.8. Türkiye'nin Zeytinyağı ihracatının Yıllara Göre Üretime Oranı

Yıllar	Üretim (Ton)	İhracat (Ton)	İhracatın üretime oranı (%)
1994/1995	160.000	55.000	34
1995/1996	43.000	30.000	66
1996/1997	224.000	40.590	18.1
1997/1998	40.000	44.510	76
1998/1999	170.000	106.336	62.6
1999/00	54.000	16.567	30.6
2000/01	190.000	91.156	47.9
2001/02	60.000	25.166	41.9
2002/03	151.307	66.026	43.6

Kaynak: Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği 2003/2004 Çalışma Raporları, İzmir, 2004.

Dünyada zeytinyağına yönelik talebin artması Türkiye için yeni ihracat pazarlarının ortaya çıkmasını sağlamış ve son yıllarda daha önce zeytinyağı ihracatı yapılmamış ülkeler Türkiye'ye yeni olanaklar sunmuştur. Bugün Türk zeytinyağı başta İspanya, İtalya, ABD olmak üzere Japonya, Kanada, Avustralya, BDT, Orta Doğu ve Güney Amerika Ülkeleri ile birlikte yaklaşık 70 kadar ülkeye ihracat edilmektedir.

Üretici-ihracatçı konumundaki İspanya ve İtalya son yıllar itibariyle toplam %50'ye varan payları ile ihracatımızdaki en önemli yere sahip pazarlardır. Zeytinyağı

ihracatımız bu ülkelerin üretim ve talep durumları ile birlikte, belirleyici rol oynadıkları dış piyasa oluşumlarına bağlı bulunmaktadır. Bu nedenle AB ülkeleri, Türkiye için hem büyük bir pazar oluşturmakta, hem de diğer pazarlarda en büyük rakiplerimiz olmaktadır. Üretimlerinin düşük gerçekleştiği yıllarda ihracatımız artmakta ancak bu ülkelere dökme formda ihraç ettiğimiz zeytinyağı daha sonra ambalajlanarak diğer pazarlarda İspanyol ve İtalyan markaları altında rakip olarak karşımıza çıkmaktadır. Son yıllarda Türkiye açısından en önemli ve istikrarlı zeytinyağı ithalatçısı ABD olmuştur. ABD'nin yanısıra Kanada, İsrail, Suudi Arabistan ve Ürdün diğer önemli ihraç pazarlarımızı oluşturmuştur. Ancak ihracatımızın büyük bir bölümünün üretici-ihracatçı konumunda olan İtalya ve İspanya'ya yöneldiği gözönünde bulundurulduğunda mevcut pazarların geliştirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Rakip ülkelerin tanıtım faaliyetlerinin de üzerinde yoğunlaştığı ülkeler olarak ABD, Avustralya, Japonya ve Kanada zeytinyağı ihracatımız için geliştirilmesi gereken potansiyel pazarlar olarak öne çıkmaktadır⁴⁵.

2002/03 sezonunda Türkiye geneli zeytinyağı ihracatı bir önceki var sezonu ihracatına oranla %23 düşüş göstermesine rağmen ortalama ihraç fiyatındaki artış ile birlikte toplam FOB değeri %18 artmıştır. 2002/03 sezonu toplam 68 ülkeye yapılan zeytinyağı ihracatı, 74.294 ton olarak gerçekleşmiş bunun sonucunda 157.471.099 \$ döviz girdisi sağlanmıştır.

⁴⁵ http://www.komilizeytinyagi.com.tr/turkiye_durum_center.htm (20.06.2005).

Tablo 2.9. Türkiye'nin Bölgelere Göre Zeytinyağı ihracatı

ÜLKE	EGE		İSTANBUL		G.DOĞU BÖL.		AKDENİZ		ULUDAĞ		ERZURUM		TOPLAM		Ort.Fiyat
	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	
ABD	3.337.949	8.983.111	1.638	6.096			39.330	101.223					3.378.917	9.090.430	2,69
ALMANYA	39.938	186.361							10.920	46.353			50.858	232.714	4,58
ARJANTİN	204.620	624.116											204.620	624.116	3,05
AVUSTRALYA	83.361	254.078			17.472	47.400							100.833	301.478	2,99
AZERBEYCAN-NAHC	4.939	16.479											4.939	16.479	3,34
BAHREYN							19.838	50.300					19.838	50.300	2,54
BİRL ARAP EMİR.	25.116	77.604			42.136	113.020	151.589	378.376					218.841	569.000	2,60
BİRLEŞİK KRALLIK	12.957	44.272											12.957	44.272	3,42
BULGARİSTAN	1.533	10.074											1.533	10.074	6,57
ÇİN HALK CUMH	393	1.500											393	1.500	3,82
EGE SERB BÖLGE	1.085	4.006											1.085	4.006	3,69
FAS	60.000	155.100											60.000	155.100	2,59
FRANSA	1.554	4.063											1.554	4.063	2,61
GANA	15.200	47.047											15.200	47.047	3,10
GÜNEY AFRİKA CUM.	25.116	90.114											25.116	90.114	3,59
GÜNEY KORE CUM.	254.016	849.686											254.016	849.686	3,35
HİNDİSTAN	8.663	34.461											8.663	34.461	3,98
HOLLANDA	4.277	19.029											4.277	19.029	4,45
HONG KONG	5.733	22.445											5.733	22.445	3,92
IRAK			10	35	9.576	38.220					19.131	74.025	28.717	112.280	3,91
İRAN	4.422	19.018											4.422	19.018	4,30
İSPANYA	2.999.970	7.827.635											2.999.970	7.827.635	2,61
İSVİÇRE	4.464	23.374											4.464	23.374	5,24
İTALYA	2.251.860	5.327.531											2.251.860	5.327.531	2,37
JAMAİKA	15.200	48.032											15.200	48.032	3,16

JAPONYA	59.161	191.956											59.161	191.956	3,24
KANADA	782.195	2.561.357											782.195	2.561.357	3,27
KATAR							32.088	70.249					32.088	70.249	2,19
KAZAKİSTAN	17.579	71.910	825	326									18.404	72.236	3,93
KESİNLEŞMEMİŞ ULKE	18.240	51.744											18.240	51.744	2,84
KIRGIZİSTAN	1.037	4.258											1.037	4.258	4,11
KKTC	2.799	12.273											2.799	12.273	4,38
KUVEYT	15.561	46.229					95.499	239.659					111.060	285.888	2,57
MALEZYA	4.296	19.739											4.296	19.739	4,59
NORVEÇ	17.471	54.048	3.038	10.256									20.509	64.304	3,14
ÖZBEKİSTAN	4.915	19.252					309	1.350					5.224	20.602	3,94
PANAMA	15.200	45.453											15.200	45.453	2,99
PERU	12.350	51.009											12.350	51.009	4,13
ROMANYA	19.002	55.391					13.294	29.248					32.296	84.639	2,62
RUSYA FED	31.477	93.944											31.477	93.944	2,98
SİNGAPUR	15.309	43.781			273	1.487							15.582	45.268	2,91
SUUDİ ARABİSTAN					8.881	24.984	558.259	1.370.644					567.140	1.395.628	2,46
TAYVAN	12.383	39.281											12.383	39.281	3,17
YEMEN							3.640	8.736					3.640	8.736	2,40
YENİ ZELANDA	3.909	11.730			17.472	49.800							21.381	61.530	2,88
ZİMBABVE	9.445	31.999											9.445	31.999	3,39
TOPLAM	10.404.695	28.074.490	5.511	16.713	95.810	274.911	913.846	2.249.785	10.920	46.353	19.131	74.025	11.449.913	30.736.277	2,68

Kaynak: Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, 2003-2004 Çalışma Raporu, Mart 2004, İzmir, ss. 10-11.

Türkiye zeytin ve zeytinyağı üretimini artırarak ihracatını yükseltmek amacındadır. Bu amaç doğrultusunda zeytin ve zeytinyağı sektörünün önümüzdeki 5 yıl içinde 2 kat büyütürerek mevcut 250 milyon dolarlık hacmi 500 milyon dolarlık seviyeye çıkarmak ve özellikle kutulu ihracatını artırmaya yönelik olarak zeytin ihracatını teşvik edici politikalar üretürerek zeytinyağı ihracatını artırmak istemektedir. 2003/04 Sezonunda Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı İhraç Politikaları şu şekilde maddelenmiştir:

- Prim uygulaması başlatılmış ve iki şekilde uygulanmıştır. Üretici Primi Zeytinyağı üretiminde 60 cent/kg, sofralık zeytinde 15 cent/kg olarak belirlenerek uygulanmıştır. Diğer uygulama ise İhracatçı primi olup, Sofralık zeytinde net 5 kg'a kadar ambalajlarda 250 \$/ton, Net 5-10 kg arasında ambalajlarda 200 \$/ton, Net 10-18 kg arası ambalajlarda 150 \$/ton, Zeytinyağında 360 \$/ton olarak verilmesi kararlaştırılmıştır.
- Zeytinyağında Ticari Kalite ve Yeterlilik Belgelerinin kullandırılmasıdır. Ticari Kalite Denetim ve Yeterlilik Belgelerine sahip imalatçı-ihracatçılardan analiz belgesi alma zorunluluğunun ihracatta zaman kaybına neden olduğu gerekçesiyle kaldırılması, ancak TS-EN-9000, ISO 9000, EN-ISO 9000 ve Ticari Kalite Denetim ve Yeterlilik Belgelerine sahip firmalardan bahsekonu malları ihraç kaydıyla temin eden firmaların kapsam dışında bırakılması talep edilmektedir.
- Uluslararası Zeytinyağı Konseyi'ne (UZK) ülkemizin üye olması,,Sofralık zeytin ve zeytinyağının Dahilde İşleme Rejimi Kapsamında ithalatına izin verilmemesi,
- Fermantasyonunu tamamlamamış sofralık zeytinin 25 kg'dan büyük ambalajlarda ihracatının yapılmaması için 31 Ocak 2004 tarihine kadar Batı Anadolu Bölge Müdürlüğü'nce 25 kg'ın üzerindeki ambajlarda zeytin ihracatında numune alınarak "Luff Metodu" ve "ph" kontrolünün yapılması,
- Serbest Bölgeye yapılan zeytinyağı ithalatının kayıt altına alınması,

Tablo 2.10. Türkiye’de Yıllara Göre Zeytinyağı Üretiminde Prim Sistemi Uygulaması

1998/1999	40 Cent/Kg
1999/2000	-
2000/2001	28 Cent/Kg
2001/2002	150.000TL/kg
2002/2003	175.000 TL/kg
2003/2004	250.000 TL/kg

Kaynak: Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, 2003-2004 Çalışma Raporu, Mart 2004, İzmir, ss.6.

1998/99 sezonu öncesi dünya piyasalarına bağlı olarak ülkemizdeki zeytinyağı fiyatlarında yaşanan durgunluk, üreticilerin zeytin ağacına olan ilgisini azaltmaya başlamışken 1998/99 sezonu başında uygulanacağı açıklanan prim sistemi üreticilerin tekrar ilgisini canlandırmış ve sektördeki üretici, ihracatçı ve sanayici olmak üzere herkesi memnun etmiştir. Prim sisteminin uygulandığı ürünler içinde en az sorun yaşanan ürün zeytinyağı olmuştur.

1999/2000 sezonunda zeytinyağı rekoltesinin düşük olması gerekçesiyle prim sistemi uygulanmamıştır. 2000/01 sezonunda 28 cent/kg, 2001/02 sezonunda ise 150.000 TL/kg, 2002/03 sezonunda 175.000 TL/kg, 2003/04 sezonunda 250.000 TL/kg prim verilmiştir. Ülkemizde prim sistemi uygulamasının AB’nde olduğu gibi her yıl ülkemizde devam edeceğinin üretici tarafından bilinmesi ve sezon öncesi ilan edilmesi zeytin ve zeytinyağı üreticisinin tamamının ürüne olan ilgisini canlı tutacağı gibi zeytinyağı üretimimizin artırılmasını teşvik edecek bir sistem olarak düşünülmektedir. Zeytin ve zeytinyağında prim uygulamasıyla sağlanacak faydalar şöyle sıralanabilir.

- Prim sistemi ile ise tüm üretici desteklenmektedir.
- Prim sistemi Tarım Satış Kooperatifleri Birliklerinin alım fiyatları ile özel sektörün zeytin ve zeytinyağı alım fiyatlarının aynı seviyede olmasını sağlayacak, dolayısıyla her kesime fırsat sağlanmış olacaktır.
- Zeytin ve Zeytinyağı üreticilerinin kayıt altına alınması sağlanmış olacaktır.
- Zeytinyağı üreticileri, verilecek olan primi alabilmek için sanayici (zeytinyağı sıkma tesisleri) tasiriye faturası kesmeye zorlayacaktır. Zeytinyağı fabrikaları ile prina yağı fabrikalarının da kayıt altına alınmasını sağlayacaktır.

- Zeytin üreticileri salamura zeytin fabrika ve işletmelerine sattıkları zeytinler için üretici makbuzu keseceklerinden zeytin de kayıt altına alınmış olacaktır.
- Kayıt dışı uygulamaların kayıt altına alınmasıyla devletin üreticiye vereceği primden çok daha fazlası vergi yoluyla devletimize geri dönmüş olacaktır.
- Zeytinyağının yanısıra hammaddesi olan zeytin için de prim verilmesi sektörün mevcudiyetini devam ettirmesi açısından mutlaka yapılması gereken bir husustur. Talep edilen primlerin verilmemesi halinde zeytin ve zeytinyağının ihracatında diğer üretici ülkelerle ve özellikle AB tarafından önemli destekler alan AB’li sektör temsilcileri ile ihracat pazarlarında rekabet etmek mümkün olmayacağı gibi, istenmeyen stokların oluşturacağı düşük fiyatlar nedeniyle sektör açısından önümüzdeki sezonları olumsuz yönde etkileyecek gelişmelerin yaşanması kaçınılmaz olacaktır⁴⁶.

2.2.4. Türkiye’nin Zeytinyağı Stokları

Türkiye'nin sezon sonu stokları genellikle üretim, tüketim ve ihracata bağlı olarak var yıllarında artarken, yok yıllarında azalmaktadır. UZK verilerine göre 2001/02 sezonunda 65 bin ton üretim ve bir önceki sezondan 25 bin ton stok ile toplam arz 90 bin ton olmuş bunun 55 bin tonu iç tüketim, 28 bin tonu da ihracata yönelmiş ve sezon sonunda 7.0 bin ton ile stok olmuştur. 2002/2003 sezonunda ise 140. bin ton olarak gerçekleşen üretimin 60 bin tonu tüketilmiş, 70 bin tonu ise ihraç edilmiştir. Sezon sonunda ise 17 bin ton zeytinyağı stoğu bulunmuştur. Gerek iç pazarda gerekse dış pazarda zeytinyağının önem kazanması reklamlarında etkisiyle zeytinyağı tüketimini artırmış, 2003/2004 sezonunda Türkiye’nin elinde yeterli üretim yapılmadığı için stoğu bulunmamaktadır.

Tablo 2.11. Türkiye’nin Zeytinyağı Stokları (Bin ton)

Yıllar	Başlangıç Stoğu	Üretim	İthalat	Toplam	Tüketim	İhracat	Devir Stoğu
2001/2002	25.0	65.0	0.0	90.0	55.0	28.0	7.0
2002/2003	7.0	140.0	0.0	147.0	60.0	70.0	17.0
2003/2004	17.0	79.0	0.0	96.0	50.0	46.0	0

Kaynak: Uluslararası Zeytinyağı Konseyi

⁴⁶ Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği, **2003-2004 Çalışma Raporu**, Mart 2004, İzmir, ss.6-7.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİNDE TÜRK ZEYTİNYAĞI

Amerika Birleşik Devletleri, dünya üzerinde önemli zeytinyağı tüketicileri arasında yer almaktadır. Tüketiminde kullandığı zeytinyağının büyük bölümünü ise ithalatla karşılamaktadır. Türkiye, Amerika Birleşik Devletleri'nin zeytinyağı ithalatı gerçekleştirdiği ülkeler arasında ilk sıralarda yer almaktadır.

3.1. ABD'ye Ait Temel Göstergeler ve Genel Ekonomik Yapı

Amerika Birleşik Devletleri'nin yönetim şekli federal cumhuriyet olup 50 eyalet ve bir federal bölgeden oluşmaktadır. Coğrafi konum itibariyle Kuzey Amerika'da Meksika ile Kanada arasında geniş yer tutan ABD'nin yüzölçümü: 9.159.115 km²'dir. 2003 yılı nüfus sayımı sonuçları itibariyle nüfusu; 289.5 Milyondur. ABD ekonomisinin temel göstergeleri Tablo 3.1.'de verilmiştir.

Tablo 3.1. ABD Ekonomik Göstergeleri

Yıllar	1999	2000	2001	2002	2003
GSYİH (Milyar ABD (\$))	9.274.0	9.825.0	10.082.0	10.446.0	10.890.0
Kişi Başına GSYİH (ABD \$)	33.252	34.865	35.450	36.409	37.616
Reel GSYİH büyüme hızı (%)	4.1	3.8	0.3	2.4	3.0
Enflasyon (Tüketici fiyatlarıyla) (%)	2.2	3.4	2.8	1.6	2.3
Rezervler (Altın hariç-Milyar ABD \$)	60.5	56.6	57.6	68.0	70.0
Nüfus (Milyon kişi)	278.9	281.8	284.4	286.9	289.5

Kaynak: T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Amerika Birleşik Devletleri Raporu 2004.

Tablo 3.2. ABD Genel Olarak Dış Ticareti (Bin ton)

Yıllar	İhracatı	İthalatı	Ticaret Hacmi	Ticaret Dengesi
1996	614.0	803.1	1.417.0	-189.1
1997	680.3	876.5	1.556.8	-196.2
1998	672.4	917.1	1.589.5	-244.7
1999	684.0	1.030.0	1.714.0	-346.0
2000	772.0	1.224.4	1.996.4	-452.4
2001	718.7	1.145.9	1.864.6	-427.2
2002	681.9	1.164.7	1.846.6	-482.8
2003	699.7	1.245.3	1.945.0	-545.6

Kaynak: : T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Anlaşmalar Genel Müdürlüğü, Amerika Birleşik Devletleri Raporu 2004.

Başlıca İhracat Yaptığı Ülkeler: Kanada (% 22.4), Meksika (% 13.9), Japonya (% 7.9), İngiltere (% 5.6), Almanya (% 4.1), Tüm AB ülkelerinin toplam payı (% 21.2)

Başlıca İthalat Yaptığı Ülkeler: Kanada (% 19), Meksika (% 11.5), Japonya (% 11.1), Çin (% 8.9), Tüm AB ülkelerinin toplam payı (% 19.2)

Başlıca İhraç Ürünleri: Makinalar, büro makinaları, bilgisayarlar,ölçüm aletleri, taşıtlar, uçaklar, uzay araçları, kimyasallar, tahıl ve gıda ürünleri, içecekler

Başlıca İthal Ürünleri :Otomobil, iletişim aygıtları, bilgi işlem makinaları, yedek parçalar, giyim eşyaları, demir-çelik ürünleri, madeni yakıt ve yağ, ham petrol, gıda maddeleri, içecekler oluşturmaktadır.

ABD ekonomisinin son yıllarda dikkati çeken en önemli özelliği ekonominin ikiz açıklarıdır. Hem ticaret hem de bütçe açığı Amerikan kamuoyunu uzun bir süredir meşgul etmektedir. Söz konusu durumun ana sebepleri arasında şunlar görülmektedir;

- 10 yıllık dönem içerisinde toplam 1,3 trilyon dolara tekabül eden vergi indirimleri
- Dünya toplamının neredeyse yarısını oluşturan savunma harcamalarındaki artışlar
- Irak harekatının yüksek maliyeti

- 11 Eylül 2001 olayları ardından havacılık ve sigortacılık gibi sektörlere yapılan transferler

Tablo 3.3. Sayılarla ABD Ekonomisinin Son Durumu

Harcamalara Göre Nominal GSYİH (Milyar Dolar-Cari Fiyatlarla)					
	1999	2000	2001	2002	2003
Özel Tüketim	6282,4	6739,4	7045,4	7385,4	7757,4
Hükümet Harcamaları	1620,8	1721,6	1814,7	1932,5	2054,9
Gayrisafi Sabit Sermaye Yatırımları	1558,8	1678,9	1643,3	1583,9	1673
Stoklar	66,9	56,5	-36,1	5,4	-2,4
Mal ve Hizmet İhracatı	991,3	1096,3	1035,1	1006,8	1048,9
Mal ve Hizmet İthalatı	1251,8	1475,8	1401,7	1433,1	1543,8
GSYİH	9268,4	9817	10.100,8	10480,8	10987,9
Ödemeler Dengesi (Milyar Dolar)					
	1999	2000	2001	2002	2003
Dış Ticaret Dengesi	-346	-452,4	-427,2	-482,9	-549,2
Cari İşlemler Dengesi	-292,9	-410,3	-393,4	-503,4	-541,8
Genel Denge (Diğer dahil)	-8,7	0,3	4,9	3,7	-1,5

Kaynak: Türk Amerikan İş Konseyi (TAİK) “ ABD Ekonomisi ve Türk Amerikan Ekonomik İlişkileri Raporu” 2004.

ABD Ticaret Bakanlığı tarafından açıklanan son verilere göre, ABD’de 2003 Ağustos ayında toplam 96milyar dolar ihracata karşılık 150 milyar dolar tutarında ithalat yapılmıştır. Bu dönemde ticaret açığı ise ithalatın temmuz ayında gerçekleşen 50,5 milyar dolardan 54 milyar dolara çıkmıştır böylece dış ticaret açığı ABD tarihinde ikinci kez en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Ticaret açığının artmasında petrol fiyatlarındaki yükselişin ve Çin’den yapılan yüksek ithalatın etkili olduğu belirtilmiştir. Genel olarak 2003 yılına bakıldığında ise, ticaret açığının son yıllarda en yüksek seviyesine ulaştığı görülmektedir. ABD ekonomisinin en önemli konusu doların değer kaybetmesidir. Hazine tarafından hiçbir şekilde müdahale gerekmediği yönündeki açıklamalar bu durumun devam edeceğini düşündürmektedir. Özellikle Amerikan ekonomisindeki cari işlemlerde büyük bir açık meydana gelmesi durumunda doların bundan olumsuz etkileneceği yönünde düşünceler ileri sürülmektedir.

ABD ticaretinin ve siyaset kampanyalarının vazgeçilmez sorunu olarak görülen Çin ile ikili ticari ilişkiler konusunda ise dikkati çeken Çin ile dış ticaret açığının artarak devam etmesidir. 2003 yılında toplam açık bir önceki seneye göre %20'lik bir artış göstererek 124 milyar doları bulmuştur. ABD'nin ticaret açığı bulunduğu ülkeler arasında Çin ilk sırada yer almaktadır. Soya fasulyesi ve ham pamuk Çin'e yapılan ABD ihracatının en önemli kalemleridir. Çin Kanada'yı geçerek ABD'nin ithalat yaptığı ülkeler arasında ilk sıraya yerleşmiştir. Ticaret açığı bakımından Japonya ikinci sırada yer almaktadır 2003 yılında ABD'nin Japonya ile ticaret açığı önceki senelere göre düşüş göstererek 66 milyar doları bulmuştur. 2003 yılında ABD'nin Japonya'dan gerçekleştirdiği ithalat 1996 yılından bu yana en düşük seviyeye ulaşmıştır. ABD'nin AB ile olan dış ticaretine gelince dış ticaret açığı %14 oranında artarak 94 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3.4. ABD Dış Ticaretinde Önemli Kalemler (Milyar dolar)

Mal İhracat ve İthalatı (Milyar Dolar)	1999	2000	2001	2002	2003
İhracat					
Gıda Meşrubat	46	47,9	49,4	49,6	55,1
Sanayi Malzemeleri	147,5	172,6	160,1	156,8	173
Sermaye Malları(Motorlu araçlar hariç)	310,8	356,9	321,7	290,5	293
Motorlu Araçlar ve Motor Parçaları	75,3	80,4	75,4	78,9	80,1
Tüketim Malları	80,9	89,4	88,3	84,4	89,9
Toplam(diğerleri dahil)	695,8	781,9	729,1	693,1	724
İthalat					
Gıda Meşrubat	43,6	46	46,6	49,7	55,8
Sanayi Malzemeleri	221,4	299	273,9	267,7	316,3
Sermaye Malları(Motorlu araçlar hariç)	295,7	347	298	283,3	295,7
Motorlu Araçlar ve Motor Parçaları	179	195,9	189,8	203,7	210,2
Tüketim Malları	241,9	281,8	284,3	307,9	33,6
Toplam(diğerleri dahil)	1024,6	1218	1141	1161,4	1259,5

Kaynak: Türk Amerikan İş Konseyi (TAİK) “ ABD Ekonomisi ve Türk Amerikan Ekonomik İlişkileri Raporu” 2004.

3.2. Türkiye İle Ticari İlişkileri

Uzun yıllar siyasi ve askeri ağırlıklı olarak gelişen Türk-ABD ilişkilerinde, ekonomik boyut 1990'lı yıllarda önem kazanmaya başlamıştır.

ABD yönetiminin Türkiye'ye bakış açısı Sovyetler Birliği'nin dağılmasını takiben değişmeye ve ilişkilerde ekonomik boyut ön plana çıkmaya başlamış ve ilişkiler 'zenginleştirilmiş ortaklık' (enhanced partner ship) kavramı çerçevesinde ele alınmaya başlanmıştır. 1995 yılında ABD yönetimi Türkiye'yi gelişen 10 büyük pazar arasında ilan etmiştir. ABD yönetiminin bu kararı Amerikan özel sektörünü Türkiye'ye yönlendirmede önemli bir teşvik unsuru olmuştur.

Buna rağmen ticari ve sınai ilişkilerimizde beklenen gelişme sağlanamamıştır. ABD yönetiminin olumlu tavrına karşın gerek çeşitli lobilerin etkisinde olan Kongre'nin Türkiye aleyhtarı tutumları gerek ise ülkemizin ABD'deki imajı ve Türkiye'de fikri mülkiyet hakları ve uluslar arası tahkim yasası gibi konular ve bunlara ilişkin beklentiler ekonomik işbirliğinin sınırlı kalmasına yol açmıştır.

Ocak 2002'de Başbakan Ecevit'in Washington ziyareti sırasında Türkiye-ABD Ekonomik Ortaklık Komisyonu kurulmuştur. Özellikle, 11 Eylül olaylarından sonra terörizm ile mücadelede Türkiye'nin ABD'ye verdiği destek ile iki ülke arasındaki ilişkiler, 2002 yılının başında Başbakan Ecevit'in ABD ziyaretinde açıkladığı üzere stratejik ortaklık konumuna yükselmiştir. Ancak, iki ülke ekonomik ilişkilerinde stratejik ortaklığa yakışır bir gelişme sağlayamamıştır. Her ne kadar son 10 yılda dış ticaret hacminde, ABD'nin ülkemizdeki doğrudan yatırımlarında ve Türkiye'yi ziyaret eden Amerikalı turist sayısında önemli artış kaydedilmişse de ekonomik ve ticari ilişkiler mevcut potansiyeli yansıtmaktan uzaktır.

Ekonomik Ortaklık Komisyonu'nun amacı Türkiye ile ABD arasındaki stratejik ortaklığın ekonomik ilişkiler başta olmak üzere bütün unsurlarının yerine getirilmesini sağlamaktır.

Komisyonun ilk toplantısı Dışişleri Bakanlığı Ekonomik İlişkilerden Sorumlu Müsteşar Yardımcısı Alan Larson ve Dışişleri Bakanlığı Müsteşarı Uğur Ziyal eşbaşkanlığında Şubat 2002'de Ankara'da gerçekleştirilmiştir. Bu toplantıda, ABD ile İsrail arasında mevcut Serbest Ticaret Anlaşması'ndan Türkiye'nin de yararlanması

imkan verecek üçlü bir düzenleme çerçevesinde Türkiye'deki bazı bölge ve/veya tesislerde üretilecek geniş bir yelpazedeki ürünlerin ABD'ye gümrüksüz ihracatına imkan sağlamayı öngören Nitelikli Sanayi Bölgeleri'nin (NSB) oluşturulması çalışmalarının başlatılması kararı alınmıştır.

Türkiye ile ABD arasındaki siyasi ilişkiler, Irak Savaşı öncesinde ikinci tezkerenin 1 Mart 2003 tarihinde TBMM'de reddi sonucu, ABD'de oluşmuş beklentilerin karşılanamaması nedeniyle zedelenmiş ve ekonomik ilişkilerimize de yansımıştır. Taraflar daha sonra ilişkilerin onarılması için karşılıklı çaba harcamışlar ve bu yönde önemli adımlar atmışlardır.

Aralık 2003 tarihli Türkiye-ABD Ekonomik Ortaklık Komisyonu ikinci toplantısı ilişkilerin onarıldığını teyit etmektedir. Bu toplantıda, hassas ürünlerin de NSB yasa tasarısına dahil edilmesine dair önerinin ABD tarafına sunulmasının yanı sıra, iki ülke Dışişleri Bakanlıklarınca 'Ticaret ve Yatırımlar', 'Enerji Alanında Stratejik İşbirliği' ve 'Bölgesel İşbirliği' konularında görüşmeler yapılmıştır. ABD tarafı Türkiye'nin NSBler konusundaki taleplerini resmen reddetmiş, Kongre'ye NSB tasarısını asıl şekliyle tekrar sunmayı teklif etmiştir.

Ticaret ve yatırımlar konusunda; Tarife dışı engellerin kaldırılmasına dair görüşmelerin başlatılması kararı alınmıştır. Amerikan Eximbankı'nın Türk telekomünikasyon sektörü özelleştirildiğinde yatırımlara destek olacağı belirtilmiş ve Türk firmalarının bölgesel yeniden imar çalışmalarında desteklenecekleri belirtilmiştir. ABD'li firmaların son yıllarda Türkiye'deki enerji üretimi sektöründe çeşitli yatırımlar yaptığı ve Türkiye'deki enerji piyasasının özelleştirilmesini desteklediği; buna karşılık Türkiye'den de bu sektördeki ABD yatırımlarına destek beklendiği vurgulanmıştır. İki taraf da Doha Kalkınma Ajandasının nasıl geliştirilebileceği üzerine görüş alışverişinde bulunmuştur.

Enerji alanında stratejik işbirliği konusunda enerjinin ikili ilişkilerde stratejik bir öneme sahip olduğu teyit edilmiştir. Bakü-Tiflis-Ceyhan boru hattının bu konudaki önemine dikkat çekilmiş, Kafkasya kaynaklı doğal gazın AB piyasalarına sevkıyatı konusunda işbirliği hususunda mutabık kalınmıştır. Ayrıca, ABD Türkiye'nin boğazlar konusundaki hassasiyetini anlayışla karşıladığını belirtmiştir.

Bölgesel işbirliği konusunda ise; ABD ve Türkiye'nin Afganistan ve Orta Asya'da iş ortaklıkları konusunda kaydettikleri başarının altı çizilerek benzer başarının Irak konusunda da gerçekleştirileceğine dair olumlu beklentileri vurgulanmıştır. Irak'la Türkiye arasında ulaşım ağının iyileştirilmesi üzerinde fikir birliğine varılmıştır.

ABD ile Türkiye arasında ekonomik işbirliğinin alt yapısını oluşturan ikili anlaşmaların çoğu imzalanmış ve yürürlüğe girmiştir. Bunlar arasında en önemli sayılabilecek olanlar Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması ile Türkiye ile ABD arasında Ticaret ve Yatırım İlişkilerinin Geliştirilmesine ilişkin anlaşmadır. Önemli anlaşma ve protokoller aşağıda tarihleri itibariyle verilmektedir⁴⁷.

- Ticaret ve Seyrüsefain Muahednamesi (1929)
- Savunma ve Ekonomik İşbirliği Anlaşması – SEİA (1980)
- Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması (1985)
- Ana Hibe Anlaşması (1991)
- Bilimsel ve Teknik İşbirliği Anlaşması (1994)
- Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması Türkiye-ABD İş Geliştirme Konseyi kurulmasına ilişkin Mutabakat Zaptı (Konsey'de özel sektör Türk-ABD İş Konseyi tarafından temsil edilmektedir. (1996)
- Gümrük İşbirliği Anlaşması (1996)
- Türkiye-ABD Ticari Danışma Mekanizması kurulmasına ilişkin Mutabakat Zaptı (1998)
- Ticaret ve Yatırım İlişkilerinin Geliştirilmesine İlişkin Anlaşma (1999)
- 6.Dönem Ortak Komite Toplantısı Ortak Bildirisi (2000)
- I.Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Ortak Bildirisi (2000)
- II.Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Ortak Bildirisi (2001)
- Ekonomik Ortaklık Komisyonu I.Dönem Toplantısı (26-27 Şubat 2002)
- III.Dönem Ticaret ve Yatırım Konseyi Ortak Bildirisi (25 Nisan 2002)
- Karşılıklı Kalite Güvence Hizmetlerine İlişkin Anlaşma (09 Aralık 2003)

3.2.1. Sayılarla Ticari İlişkilerin Son Durumu

Aşağıdaki tablodan görüleceği üzere, 1990dan bu yana iki ülke arasındaki ticaret artma eğilimine girmiştir. Ticaret hacmindeki bu artış Türkiye'den ABD'ye daha fazla

⁴⁷ Mc Gee, Dennis, Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri. ED: Renan Tunalıoğlu, İzmir: TEAE/ Tariş/İzmir Ticaret Odası, 2003. ss.70-82.

mal gitmesinden kaynaklanmıştır. Son 10 yılda dış ticaret hacmimiz yıllık ortalama % 15 artmıştır. Ancak, ticaret hacmi potansiyelin altındadır. Türkiye'nin ABD ile olan ihracatının belli sektör ve ürün cinsleri ile kısıtlı olması ticaret hacminin artmasını engellemektedir.

Tablo 3.5. Türkiye-ABD Dış Ticareti (Milyon USD)

YILLAR	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	X / M	DENGE
1989	971	2,094	3,065	0.46	-1,123
1990	968	2,282	3,249	0.42	-1,314
1991	913	2,255	3,168	0.40	-1,342
1992	865	2,601	3,466	0.33	-1,736
1993	986	3,351	4,337	0.29	-2,365
1994	1,52	2,429	3,949	0.63	-909
1995	1,514	3,724	5,238	0.41	-2,21
1996	1,639	3,516	5,155	0.47	-1,877
1997	2,032	4,33	6,362	0.47	-2,298
1998	2,233	4,054	6,287	0.55	-1,821
1999	2,437	3,08	5,517	0.79	-643
2000	3,135	3,911	7,046	0.80	-776
2001	3,126	3,261	6,387	0.96	-135
2002	3,356	3,099	6,455	01.Ağu	257
2003	3,736	3,42	7,157	01.Eyl	316
2004*	3,171	3,193	6,364	0.99	-22

Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü, Ocak-Ağustos 2004 rakamları.

İki ülke arasındaki ticaret göstergeleri şöyledir:

- 2003 yılında Türkiye'nin ABD'den gerçekleştirdiği ithalat 3,4 milyar dolardır (pazar payının %5'i).
- Buna karşılık AB'den ithalat 31 milyar dolardır (pazar payının %46'sı). Türkiye'nin ABD'ye ihracatı ise 2002'ye göre %7,8 oranında artarak 3,7 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.
- 2003 yılında ABD, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler arasında 3., en çok ithalat yaptığı ülkeler arasında ise 6. sırada yer almıştır.

- 2004 yılı sekiz aylık verilerine bakıldığında Türkiye'nin ihracatı 3,2 milyar dolar, ithalatı ise 3,1 milyar dolardır. Bir önceki sene aynı döneme göre ihracat %26, ithalat % 36 artmıştır.

3.2.2. Türkiye'nin ABD Ticaretindeki Yeri

Uzun yıllar Türkiye ABD'nin dış ticaret fazlası verdiği ender ülkelerden biri iken 2002 yılında durum değişmiş ve Türkiye fazla vermeye başlamıştır. 2003 yılında Türkiye'nin ABD'nin ithalatında 42. sırada bulunurken, ABD'nin ihracatında 31. sırada yer almıştır. Türkiye'nin ABD pazarındaki önemsenmeyecek değerdeki payı Türk sanayicileri için umut kırıcı olmuştur. İki ülke arasında geçmişten bu yana gelen güçlü siyasi ve stratejik ortaklığın ticarete de yansması ve Türkiye'nin ABD pazarındaki payının artması önem taşımaktadır. Türkiye'yi yükselen pazarlar arasında ilk 10'da sıralayan ABD, Türkiye'yi yatırım ortamını geliştirmesi için teşvik etmekte, bunun böylece iki ülke arasındaki ticari ilişkilerinin gerçek potansiyeline doğru gelişimini sağlayacağını belirtmektedir.

Tablo 3.6. ABD'nin Başlıca Ticaret Partnerleri ve Türkiye (Milyar Amerikan doları)

İhracat Yapılan Ülke	1999	2000	2001	2002	2003
Kanada	163,9	176,4	163,7	160,8	169,5
Meksika	87	111,7	101,5	97,5	97,5
Japonya	57,5	65,3	57,6	51,4	52,1
İngiltere	38,3	41,6	40,8	33,3	33,9
Almanya	26,8	29,2	30,1	26,6	28,8
Çin	13,1	16,3	19,2	22,1	28,4
Güney Kore	23	27,9	22,2	22,6	22,6
Türkiye	2,4	3,1	3,1	3,3	3,7

Kaynak: Türk Amerikan İş Konseyi (TAİK) “ ABD Ekonomisi ve Türk Amerikan Ekonomik İlişkileri Raporu” 2004.

Tablo 3.7.ABD'nin İthalat Yaptığı Ülkeler (Milyar Amerikan doları)

Kanada	198,3	229,2	217	210,6	224,2
Çin	81,8	100,1	102,3	125,2	152,4
Meksika	109,7	135,9	131,4	134,7	138,1
Japonya	131,4	146,6	126,6	121,5	118
Almanya	55,1	58,7	59,2	62,5	68
İngiltere	39,2	43,5	41,4	40,9	42,7
Güney Kore	31,3	40,3	35,2	35,6	37
Türkiye*	3,1	3,9	3,3	3,1	3,4

Kaynak: Türk Amerikan İş Konseyi (TAİK) “ ABD Ekonomisi ve Türk Amerikan Ekonomik İlişkileri Raporu” 2004.

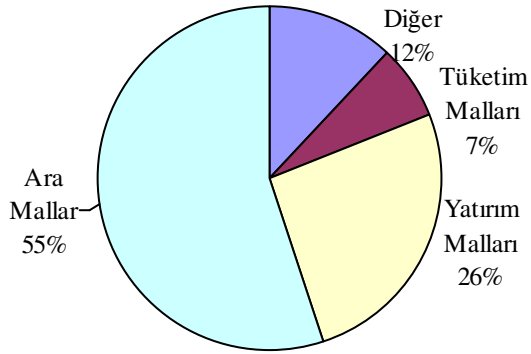
Tablo 3.8. Türkiye'nin İhracatında İlk On Ülke (Milyon Dolar)

Ülke	2003 (Ocak-Ağustos)		2004 (Ocak-Ağustos)	
	değer	%	değer	%
Almanya	4817,3	16,2	5592,1	14,3
İngiltere	2259,9	7,6	3418,5	8,7
ABD	2519,2	8,5	3171,6	8,1
İtalya	2015,7	6,8	2747,6	7,0
Fransa	1742,8	5,9	2354,1	6,0
İspanya	1125,7	3,8	1623,0	4,1
Hollanda	977,5	3,3	1337,2	3,4
Irak	-	0,0	1128,0	2,9
Rusya Fed.	831,8	2,8	1118,6	2,9
İsrail	681,4	2,3	835,5	2,1

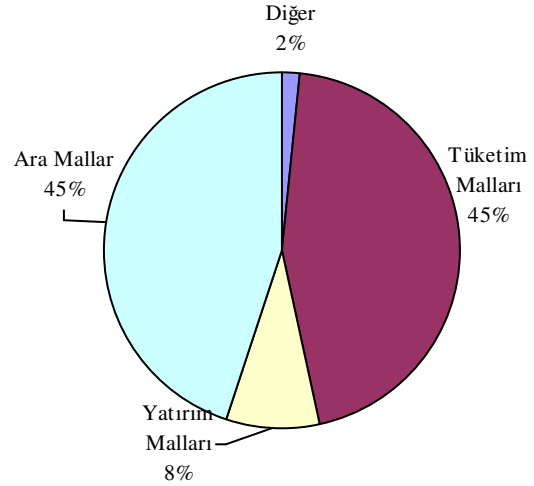
Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü Ocak-Ağustos 2004 rakamları.

Türkiye'nin ABD'den ithalatı ve bu ülkeye ihracatındaki sektörel dağılım incelendiğinde ihracatımızda ana kalemi %53 ile tüketim malları oluştururken, ABD'den neredeyse aynı oranda ara malları ithal ettiğimiz görülmektedir.

Grafik 3.1 Türkiye'nin ABD'ne İthalatının Sektörel Dağılımı



Grafik 3.2. Türkiye'nin ABD'den İhracatının Sektörel Dağılımı



Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü Ocak-Ağustos 2004 rakamları

3.2.3. Türkiye ABD Arasındaki Ticarete İlişkin Sorunlar

ABD ürünlerinin Türk pazarına çok düşük gümrük vergileri ile girme hakkı bulunurken, ABD'nin Türk ürünleri için birçok engeli (gümrük tarifeleri ve/veya miktar kısıtları) olduğu görülmektedir. Türkiye-ABD ekonomik ilişkilerinde en önemli sorunlar aşağıda özetlenmektedir.

Anti-damping, Telafi Edici Vergi ve Tarife Kotası Uygulamaları:1985 yılından beri bazı ihraç ürünlerimiz ABD tarafından anti-damping vergisi (ADV) ve telafi edici vergi (TEV) soruşturmalarına tabidir. Bunun sonucu olarak bazı ürünlerimiz konan vergiler nedeniyle rekabet şanslarını yitirip ABD'de sahip oldukları pazar paylarını kaybetmiştir. Halihazırda ABD'nin Türkiye'den yaptığı ithalatta inşaat demirleri ADV, karbon kaynaklı çelik borular (standart borular) ile makarna hem ADV hem de TEV'e tabidir. Profil borularla ilgili ADV önlemi için soruşturma 24.10.2003 tarihinde başlamıştır ve henüz sonuçlanmamıştır. Profil boru dışında diğer kalemler için belirtilen önlemler yürürlüktedir.

Nitelikli Sanayi Bölgeleri (NSB): ABD-İsrail Serbest Ticaret Anlaşması'nın genişletilmesi yoluyla Türkiye'de kurulması planlanan Nitelikli Sanayi Bölgeleri'nde üretilen ürünlere ABD'ye gümrüksüz giriş imkanı tanınması öngörülmektedir.

ABD Kongresi'ne Temmuz ve Eylül 2002 tarihlerinde sunulan söz konusu yasa tasarısı Temsilciler Meclisi'nden geçmiş, ancak Türkiye açısından içerik bakımından bir hayal kırıklığı olmuştur. Bunun başlıca sebebi, Ürdün ve Mısır örneklerinden farklı olarak tüm sanayi ürünlerinin NSB modeline dahil edilmemiş olmasıdır. Oysa 26 Şubat 2002 tarihinde Türkiye-ABD Ekonomik Ortaklık Komisyonu toplantısı basın açıklanmasında Türkiye'nin ABD'ye gümrükten muaf olarak ürün ihracatı yapabilmesi amaçlandığı belirtilmektedir.

NSB'ye dahil edilmeyen hassas ürünler arasında tekstil ve giysi, ayakkabı, el çantası, bavul, çalışma eldivenleri ve deri giysi yer almaktadır. Ancak, ABD Başkanı'nın bu listeye gerekli görüldüğünde başka kategoriden ürünleri ekleme yetkisi saklıdır.

- ABD sanayi ürünleri için Türkiye ortalama %5 gümrük tarifesi uygulamaktadır.
 - ABD sanayi ürünleri için miktarla ilgili bir kısıtlama bulunmamaktadır.
 - Türkiye pazarı ABD sanayi ürünleri için en liberal pazarlardan birisidir.
- ABD'nin hassas ürün olarak nitelendirdiği ürünlerde ABD'nin Türk pazarına girişi tam bir serbestlik içerisinde gerçekleşmektedir.
- ABD'nin hassas ürünler kategorisinde sayarak NSB içine dahil etmediği ürünler, ABD'nin toplam ithalatında çok az (%1.5) bir oran tutmaktadır.

Tüm bu noktalar doğrultusunda Türkiye, İsrail ve Ürdün'deki gibi tüm sanayi ürünlerinin NSB'ye dahil olmasını öngören modelin kabulünü savunmaktadır. Ancak, iki ülke arasındaki ilişkilerin sıkıntılı bir döneme girdiği günlerde Türkiye'de NSB kurulmasına olanak veren bölüm 5 Mart 2003 tarihinde ilgili yasadan çıkarılmış, gerekli görülmesi halinde yeniden ele alınacağı bildirilmiştir. Bu doğrultuda ilgili öneri Ekonomik Ortaklık Komisyonu'nun Aralık 2003'de gerçekleştirilen II. Dönem Toplantısı sırasında ABD heyetine sunulmuş, heyet Türkiye'nin NSB programına dahil edilmesi için Kongre'ye danışacağını bildirmiştir.

Türkiye açısından NSB içerisine yukarıda sayılan emek-yoğun ürünlerin dahil edilmesinin yanı sıra, konu ile ilgili başka taleplerde bulunulmuştur. Ancak ABD tarafı,

21 Aralık 2003 tarihinde söz konusu talepleri resmen reddetmiş, Kongre'ye NSB tasarısını asıl şekliyle tekrar sunmayı teklif etmiştir. Irak'ta devam eden savaş ve ABD seçimleri nedeniyle konu ile ilgili bir gelişme henüz sağlanamamıştır.

Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GSP) :Genel olarak ithalatta gümrük muafiyeti olarak açıklanabilecek genelleştirilmiş tercihler sistemi kapsamında, ABD tarafından belirlenmiş gelişmekte olan 140 ülkeden veya bölgeden, 4650'den fazla ürüne ABD pazarına gümrüksüz girme hakkı vermektedir. GSP'den Türkiye de faydalanmaktadır. Türkiye 2003 yılında, GSP çerçevesinde ABD'ye genel ihracatının %19.3'ü oranında olmak üzere, 722,5 milyon dolar ihracat yapmıştır. ABD Ticaret Temsilciliği (USTR) Türkiye'nin fikri mülkiyet hakları (FMH) konusunda eksiklikleri bulunduğu ve bu durumun Amerikan ihracatını olumsuz etkilediği gerekçesiyle 1989 yılında Türkiye'yi önce 'izleme listesine' daha sonra 1992 yılında ise 'öncelikli izlenecek ülkeler listesi'ne almıştır. 2001 yılından beri ülkemiz 'izleme listesi'nde yer almasına rağmen, 'ilaçta veri koruması' konusunda ABD'li ilaç üreticileri tarafından aldığı eleştiriler sonucu yeniden öncelikli izlenen ülkeler listesi'ne alınması gündeme gelmiştir. Son yıllarda Türkiye açısından ihracat alanında gelişme potansiyeli bulunan bir çok ürünün GSP kapsamına alınması için yapılan başvuruların sonuçları şöyledir: İncir ezmesi, kapari ve işlenmiş fındık yeni ürün olarak GSP listesine alınmıştır.

- Kuru kayısı ile altın kolye ve zincirler için yapılan müracaat sonucu ise sadece altın kolye ve zincirler Rekabet İhtiyacı Limiti'nden muaf tutulmuştur.
- 6 folklorik üründe mektup değişimi ile bir sertifikasyon sistemi kurularak GSP'den yararlanmaları sağlanmıştır.

Ancak, Mayıs 2004'te ABD Ticaret Temsilcisi (USTR) her yıl dünyadaki çeşitli ülkelerdeki fikri mülkiyet hakları konusunda hazırladığı 'Special 301' raporunda Türkiye'nin 'izlenen ülkeler' listesinden 'öncelikli izlenen ülkeler' listesine alındığını bildirmiştir. Bu gelişme Türkiye için bir uyarı niteliğinde olmakla birlikte ABD'nin ilerde GSP konusunda yaptırıma başvurmasına ve GSP listelerinde oynamalara yol açabilecektir.⁴⁸

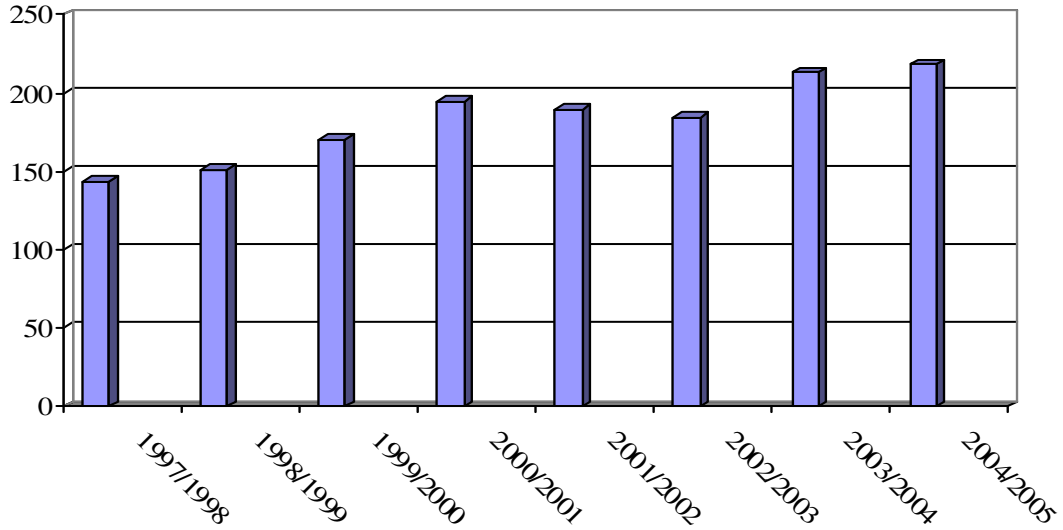
⁴⁸ Türk Amerikan İş Konseyi (TAİK) " ABD Ekonomisi ve Türk Amerikan Ekonomik İlişkileri Raporu" 2004, ss.9-10.

3.3. Türkiye'nin ABD'ye Zeytinyağı İhracatı

ABD yiyecek ve meşrubat pazarı dünyanın en büyük endüstrisidir. Türkiye bu konuda önemli bir pazara sahip olsa da, ABD'ye ihracatçı ülkeler arasında sadece yirmi beşinci sırada yer almaktadır.

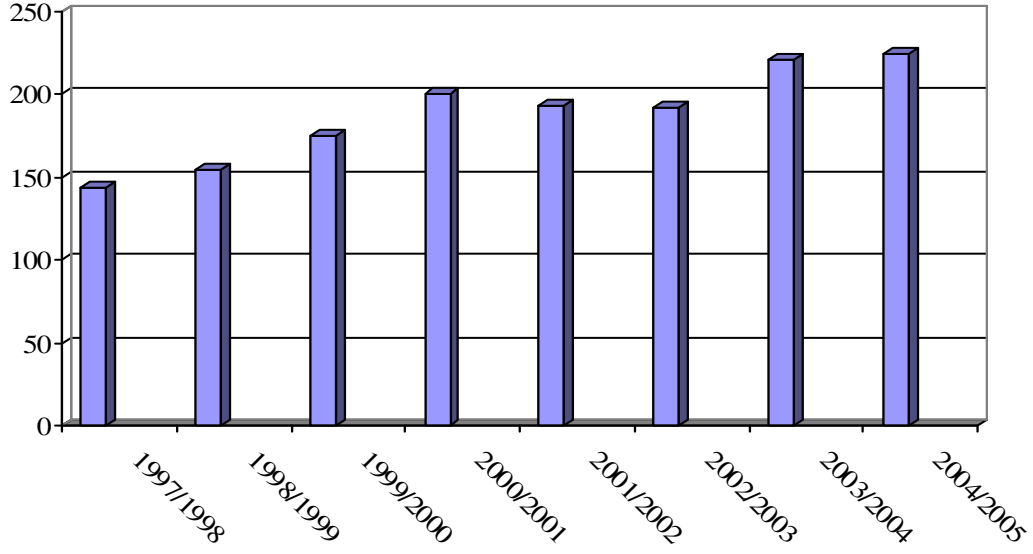
Dünyada olduğu gibi ABD'de de tüketiminin sezonlar itibarıyla artarak devam ettiği görülmektedir. Geleneksel zeytinyağı üretici ve tüketici ülkelerin dışında ABD'nin olmasında ve tüketimin artışında Uluslar Arası Zeytinyağı Konseyinin yoğun tanıtım kampanyalarının etkisi olmaktadır. Bunun yanında zeytinyağının göğüs kanserini engellediği ve sağlıklı olduğu reklamlarının iyi yapılmasının zeytinyağı tüketim rakamlarında oldukça değişiklik yaratmıştır.

Grafik 3.3. ABD'nin Zeytinyağı Tüketimi (Bin Ton)



Kaynak: [http:// www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF](http://www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF) (02.07.2005).

Grafik 3.4. ABD'nin Zeytinyağı İthalatı (Bin Ton)



Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/importations1_ang.PDF (07.02.2005).

Yukarıdaki grafikler incelendiğinde ABD’de zeytinyağı tüketimi son yıllarda artma eğilimindedir buna bağlı olarak zeytinyağı ithalatı da artmıştır. Sağlığın giderek değer kazanması, tüketicinin bilinçlenmesi neticesinde ABD’de artan zeytinyağı talebini Türkiye’nin karşılamak için gerekli çalışmalar ve politikalar yapması gerekmektedir.

Tablo 3.9. Türkiye’nin Yıllara Göre ABD’ye Zeytinyağı İhracatı

2000/2001		2001/2002		2002/2003	
Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)	Miktar (Kg)	Tutar (\$)
11.915.811.00	17.942.180.00	6.266.101.97	10.886.496.11	13.231.030.25	27.644.572.11

Kaynak:http://www.internationaloliveoil.org/downloads/exportions1_ang.PDF (07.02.2005).

Türkiye’nin yıllara göre ABD’ye zeytinyağı ihracatına bakıldığında dalgalı bir seyir görülmektedir. Bunun nedeni ise; Türkiye’nin zeytin üretiminde bir yıl var bir yıl yok olmasının yanında düzenli bir zeytin politikasının gelişmemiş olması, gerekli üretimin ve talebi karşılayacak stokun elde bulundurulmamasıdır. 2001/2002 yılı zeytinyağı ihracatından 2002/2003 yılı zeytinyağı ihracatı oranı ve tutarına bakıldığında iki misli bir artış olduğu görülmektedir. Bu artan seyri kurmak ve yükseltmek amacıyla

ABD'nin gıda maddelerini tüketirken göz önünde bulundurduğu kriterler değerlendirilmelidir. ABD'de insan sağlığını tehdit eden gıda kaynaklı tehlikelere yönelik olarak tüketicilerine sunulan gıda ürünlerinin her yönden güvenli ve kaliteli olması kararlaştırılmıştır. Güvenlik, üretilen malın kullanıcı ve/veya kullanılan ortama hiçbir zarar vermemesi ya da güvenlik gıda maddelerinin kimyasal ve biyolojik tehlikelerden uzak olmasıdır. Bu aşamada Türk zeytinyağı üreticilerinin firmalarının dünya standardında ve tüm gıda güvenlik kurallarına uyumlu üretim yaptığını belgeleyen ISO ve HACCP belgelerine sahip olmaları ABD pazarında Türkiye'nin alacağı yeri güçlendirecektir.

Türk zeytinyağının İtalyan veya Yunan zeytinyağından kalite olarak bir farklı değildir. Böyle olmasına karşın “kaliteli” ürün satan Amerikan marketlerinde Türk zeytinyağının bulunmadığı belirtilmektedir. Bulunan yerde de en ucuz zeytinyağı olduğu için tercih edilmektedir. Oysa İtalya'nın Türkiye'den satın aldığı zeytinyağını şişeleterek Amerika'ya sattığını ve su anda ABD'deki en meşhur marka olan Bertolli zeytinyağının Türkiye'den İtalya'ya, İtalya'dan da şişelenerek Amerika'ya gönderilmektedir.

Yapı olarak daha esnek olan ABD ile iş yapmanın kalıplaşmış ve klasik sistemlerle çalışan Avrupa'da iş yapmaya göre çok daha kolay olduğu uzmanlarca vurgulanmaktadır. Amerika'da zeytinyağı sektöründe karşılaşılan zorlukların özellikle vize alım ve navlun ücretlerindeki artış konularında yoğunlaşmaktadır. Bu sorunlara rağmen Türkiye'nin zeytinyağı pazarı olarak ABD görülmektedir. Bu konuda yetkililerin gereken çalışmaları yapmaları ve girişimlerde bulunması gerekmektedir.

Zeytinin Akdeniz bitkisi olmasından dolayı rekabetin diğer sektörlerden oldukça farklı, Zeytinyağı sektöründe Çin gibi bir rakiplerinin olmaması Türkiye için bir avantajdır. Bu avantajı iyi değerlendirmek ve büyük bir Pazar olan ABD'ye ihraç etmek gereken teşvik ve yönlendirmelerle sağlanmalıdır.

Türkiye'nin ABD'ye yaptığı ihracatın karşısındaki en büyük engel FDA (Food and Drug Administration, Gıda ve İlaç Teşkilatı) uygulamalarıdır. Özellikle 11 Eylül 2001 saldırılarının ardından FDA ithalat öncesi kontrollerini sıkılaştırmıştır. Bu ihracatçılar için zaman kaybının yanı sıra, fazladan masraf anlamına gelmektedir. Zaman faktörü taze ürünler söz konusu olduğunda daha da önemli hale gelmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri FDA ve CBP (Bureau of Customs and Border Protection) ‘Biyoterörizm Yasası Uyarınca Gıda İthalatında Geçici Düzenlemeler’ başlığı altında yeni politikalar geliştirmiştir. Hem ithalat akışını sekteye uğratmamak hem de kamu sağlığı ve güvenliğini sağlamak amacıyla böyle bir girişimde bulunduğu belirtilerek ‘2002 Halk Sağlığı Güvenliği ve Biyoterörizme Karşı Hazırlık ve Müdahale Yasası’ 12 Aralık 2003 tarihi itibariyle geçerli hale gelmiştir. Buna göre, ABD’ye gıda ihracatı yapan firmalara tescil zorunluluğu getirilmektedir. Online tescil işlemleri FDA tarafından yasanın yürürlüğe girmesinden önce başlatılmıştır. Sistem ise yasanın yürürlüğe girdiği tarihten itibaren geçerli olmuştur.

Tarım ürünleri üzerinde yine FDA tarafından konulan ithalat standartları Türkiye’nin ihracatını etkilemektedir. Ancak Türk tarım ürünleri bu testlerden olumlu sonuçlarla çıkmaktadır.

Tüm bu gelişmeler göz önüne alınarak Türkiye’nin ABD’ye zeytinyağı ihracatına yönelik olarak gerekli çalışmaların yapılması gerek zeytin üreticilerinin gerekse zeytinyağı sanayicisinin desteklenmesiyle birlikte öncelikli olarak zeytinyağı üretiminin artışı sağlanmalıdır.

Dünya kalite standartında zeytinyağı üretimi yapılması için Türk Standartları Enstitüsü tarafından standartlar hazırlanmıştır. Hazırlanan standartların en önemli özelliği, değişen şartlara ve gelişen teknolojiye ayak uydurabilme kabiliyetlerinin olmalarıdır. Bu yüzden, gerek uygulama neticesinde ortaya çıkan aksaklıklar gerekse kaynak dokümanlarda oluşan değişiklikler ile teknolojik gelişmeler karşısında revizyon veya tadil suretiyle standartlarda gerekli olan değişiklikler yapılarak güncelleştirilebilmektedir. Bu sebeple TSE 341 yemeklik zeytinyağı standardı. 16.6.1996 tarih ve 22668 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak 1996 yılında revize edilmiş ve bugün kullanılan son halini almıştır. Aynı tarihte, bu standart iç piyasada zorunlu uygulamadan kaldırılarak sadece ihracatta zorunlu hale getirilmiştir⁴⁹.

3.3.1. ABD’ne Zeytinyağının Pazarlanması

Üretim kadar diğer önemli faktör ise pazarlamadır. Üretilen bir ürünün pazarlanması yapılamıyorsa, bu ürünün üretilmesi bir anlam ifade etmiyor anlamına

⁴⁹ Türk Standartları Enstitüsü TSE, **Yemeklik Zeytinyağı Standardı TS 341**, Ankara, 1996, ss.1-2.

gelmektedir. Tüm bu görüşlerin ışığında Türk zeytinyağının ABD'ye ihracına yönelik olarak ABD'de geçerli pazarlama stratejilerini bilerek bilinçli bir pazarlama oluşturmak gerekmektedir. ABD'de pazarlamada göz önünde bulundurulacak stratejiler aşağıdaki gibidir:

3.3.1.1. Marka Olmak

Amerikan pazarına girmek zaman alıcı bir çaba gerektirmektedir, maliyeti oldukça yüksektir. ABD'de marka olmak için çok büyük miktarlarda yatırım yapmak gerekir. Her şeyden önce büyük bir depoya ve satış ofisine ihtiyaç vardır. Sürekli nakit akışına ve zamana gereksinim duyulmaktadır. Amerika'da marka olmak 10 – 15 yıl alabilir, ama marka olduktan sonra bu durum en az 40 – 50 yıl devam eder. Marka olmanın en önemli avantajı istenilen ürünün üretilmesidir.

3.3.1.2. Özel Etiket Firması Olmak

ABD'ye zeytinyağı ihracatında ürünü satan ithalatçı işletme kendi etiketini koymaktadır. Amerikan piyasasına girmek için özel etiket firması olmak ihracatçı firmalar açısından daha uygun olabilir. Her şeyden önce, özel etiket firması olmak için depoya ihtiyaç yoktur. İyi derecede İngilizce bilen satış elemanlarına ihtiyaç vardır. İhracatçı firmanın büyük üretim kapasitesine sahip olması gerekir. Ayrıca, ürünlerde agresif fiyatlandırma şarttır. ABD pazarı rekabetçi bir piyasa olduğu için piyasayı sarsacak türden fiyatlar belirlemek gerekir.

Özel etiket firması olmanın bazı riskleri de söz konusudur. İhracatçı firma, yeni ürününün bir örneğini Amerikan firmasına gönderdikten ve fiyatını bildirdikten sonra Amerikan firması söz konusu örneği bir başka ülkedeki örneğin Çin'deki üretici firmalara gönderip onlardan da fiyat isteyebilir ve fiyatın uygun olması durumunda ürünü Çin'de ürettirebilir. Bu olumsuz durumun tek çaresi ihracatçı firmanın daima daha hızlı olması, sürekli daha güzel, daha ilginç, daha iyi ürünler üretmesidir. Kalite ve fiyat daima en uygun olmalıdır.

3.3.1.3. Orijinal İmalat Tedarikçisi (OEM) Olmak

ABD'de fiyatların çok düşük olması ve fiyatlarda istikrar oldukça önemlidir. Depoya ya da ofise ihtiyaç yoktur, bununla birlikte büyük üretim kapasitesine sahip olmak şarttır. Sözleşme bazında çalışılır ve tedarikçi firmanın güvenilir olması gerekir.

3.3.1.4. Bir Distribütörle Çalışmak

Distribütörler, ABD’de ihracatçı işletme adına çalışırlar. ABD’de pazarlamada unutulmaması gereken 3 ana faktör vardır, bunlar; pazarlama bir markalamadır, pazarlamada daima aktif olmak gerekir. ABD’de pazarlama çok pahalı bir iştir.

ABD’de bir halkla ilişkiler şirketi kanalıyla ürünleri tanıtmak reklam yapmaktan daima daha az maliyetlidir. Halkla ilişkiler sürekli tekrarlanmalıdır. Amerika’da Microsoft, Intel gibi birçok büyük firma yıllar boyu hiç reklam yapmayarak sıfır reklam maliyetiyle çalışmışlardır. Günümüzde markalarının muhafazası ve daha da geliştirilmesi için yeni yeni reklam vermeye başlamışlardır. ABD’de halkla ilişkiler firmaları her markayı farklı desteklerler. Halkla ilişkiler markalamının güçlü yüzüdür. ABD’de alıcının ilgisini yaratmada kredibilitesi çok yüksektir. Amerika’da halkla ilişkiler firmaları medya ilişkilerine çok büyük önem verirler. Ürün tanıtımlarını çeşitli dergilerde, gazetelerde yayınlatırlar. Fuarlarda dağıtılmak üzere bültenler hazırlarlar.

Marka her şeyden önce kolay hatırlanabilir olmalıdır. Telaffuzunun kolay olması gerekir. Markanın anlamının tanımlanması lazımdır. Markanın ayrı bir tasarımının olması, teknolojisi, getirdiği yenilikler, piyasaya hızlı servis, firmanın çevreye duyarlılığı, tarihi geçmişiniz gibi unsurlar farklılık olarak kabul edilebilir.

Reklamın ABD’de maliyeti çok yüksektir. Reklamın etkisini güçlendirmek için yüksek maliyetli piyasa araştırmaları yaptırmak gerekir.⁵⁰

⁵⁰ Mc Gee, Dennis, **A.g.e.**, ss. 70-83.

SONUÇ

Dünyada üretilen zeytinin büyük bölümü Akdeniz bölgesi çevresinde kuşak olarak adlandırılan 33 ülkede yetiştirilmektedir. 33 ülkeden ekonomik anlamda sadece 16 ülkede yetiştirilmektedir. Türkiye’de ise 36 ilde zeytin üretimi yapılmakta ve üretilen zeytinlerin %70’i zeytinyağı olarak değerlendirilmektedir.

Zeytinyağı tüketimi sağlığa ve doğal ürünlere olan taleple beraber tüm dünyada artmaktadır. Dünya’da artış gösteren zeytinyağı tüketimine paralel gelişme gösteren zeytinyağı ithalatı da artmaktadır.

Tüketimi artan ülkeler arasında Türkiye ile son yıllarda ekonomik ilişkileri gelişen ABD’de yer almaktadır. ABD’nin artan zeytinyağı tüketimi, zeytinyağı üreticisi olan Türkiye için büyük bir pazar anlamına gelmektedir. Türkiye’nin ABD’nin zeytinyağı ithaline talip olması için bazı tedbirler ve teşvikler uygulaması gerekmektedir. Bu doğrultuda ABD’de Türk zeytinyağını pazarlamak için öncelikli olarak Türkiye’nin zeytin ve zeytinyağı üretimini artırması, sonrasında ise tanıtım ve dış ticaret politikası ile desteklenerek ihracatının yapılması sağlanmalıdır.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı’nın yaptığı açıklamalara göre; Türkiye’nin tüm sahil şeridinin zeytin ekolojisine elverişli 12.000.000 dekar arazi tespiti yapılmış ve bu tespit ile mevcut tarımsal araziden bir eksilme olmayacağını da vurgulamıştır. Bu zeytinciliğe elverişli saha zeytin ağacı ile dekara 20 adet olmak üzere; doldurulduğu takdirde 240.000.000 zeytin ağacı varlığına kavuşmak ve dünya zeytinciliğinde Türkiye olarak lider konuma yükselmek anlamına gelmektedir. Mevcut bulunan mahsüldar zeytin ağaçlarının verimlerinin artırılması gerekmektedir. Akdeniz zeytinci ülkelere göre zeytin ağacı başına yıllık verim düşüktür. Bugünkü üretimi iki misline çıkarmak ve verimin artırılması için uygulanmaya alınması lazım gelen tedbirler şu şekilde sıralanabilir:

- Eğimli arazilerde bulunan zeytinliklerin erozyona karşı korunması,
- Zeytin ağaçlarının budanması, sık zeytinliklerin seyreltilmesi, ülkemizde mevcut 90 milyon zeytin ağacının %35’i verimden düşmüş zeytin ağaçlarının budama ile gençleştirilmesi,

- Bugün %15 oranında gübrelenen zeytin ağaçlarının, gübreleme oranlarının yükseltilmesi,
- Zeytinliklerin sulama imkanlarına kavuşturulması,
- Sırıkla yapılan hasadın ağaçta meydana getirdiği tahribatın önlenmesi için hasat alet ve makinalarının kullanılması,
- Zeytin hastalık ve zararlıları ile toplu mücadele yapılması,
- Verimin nasıl artırılacağına üreticiye eğitimlerle gösterilmesi,

Ayrıca; Türkiye’de zeytinyağı sektörünün bir bölümünü oluşturan ve yerleşim birimleri arasında dağınık şekilde yer almış olan klasik sistem yağhaneler, zeytinyağı üretiminde önemli ölçüde kalite ve kantite kayıplarına neden olmaktadır. Bu işletmelerde randıman düşük, üretim maliyetleri ise yüksek olmakta ve elde edilen ürün kalite standartlarına uymamaktadır. Ülkemizde dış pazarda diğer zeytinyağı üreticisi ülkelerle rekabet edilebilmesi için zeytinyağı teknolojisinin iyileştirilip geliştirilerek modern kontinü tesislere dönüştürülmesi gerekmektedir.

Bunların yanında üretimi destekleme açısından kurulması gerekli kurum ve teşkilatlara ihtiyaç vardır.Bunlar;

- Bol ve az mahsullü yıllarda zeytin üreticisi üzerindeki olumsuz etkileri kaldırmak, istikrarlı ve düzenli fiyat teşekkülünü sağlamak, dış pazarlarda devamlılık arz etmek suretiyle ulusal bir stoklama müessesesi kurulması gerekmektedir.
- Ülkemizde üretilen tüm bitkisel yağlardan tüm yağından sorumlu olacak ve yağ politikasını yönetecek bir kuruma büyük ihtiyaç vardır. Kurulacak ulusal stoklama müessesesi de bu kuruluşun bünyesi içinde olacaktır.

Zeytin üretiminin desteklenmesi amacıyla ekonomik olarak uygulanması gereken tedbirler ise;

- Her zaman Devlet zeytin üreticisinin yanında olamamıştır. Taban fiyatlar günün koşullarına göre ilan edilmeli ve devlet desteği kesintisiz devam etmelidir. Uygun fiyat politikası takibi suretiyle üretimin özendirilmesi gerekmektedir.
- Uygulanan prim sisteminin olumlu etkileri görülmüştür ve bu sistemin devam etmesi zeytin üretimini artıracaktır. Devlet tarafından zeytin üreticisine ödenen

prim kayıt altına almakta, kazanılan vergi, ödenen primi fazlasıyla karşılamaktadır: Zeytin üreticisinin bu bakımdan desteklenmesi gerekmektedir.

Üretilen zeytinyağının iyi pazarlanabilmesi için uygulanacak politik ve ihracata yönelik tedbirler ise şu şekilde sıralanabilir:

- Türkiye’de köklü bir tarım ve yağ politikası mevcut değildir. Yağ üretim potansiyelimizin iyi ve köklü bir tarım politikası içinde ülkemizi yağ açığı vermeden yeterli duruma getireceği ifade edilmektedir.
- Ülkemizde politik tercihlerin işlemeyeceği köklü bir Tarım yağ politikası olması kaçınılmaz bulunmaktadır.
- ABD ile olumlu yönde ilerleyen ticari ilişkilerin korunarak geliştirilmesi ve Türk zeytinyağının gerekli tanıtımı ve reklamı yapılmalı, ihracatçılar desteklenmelidir.
- Ege ve Marmara sahil şeridinde zeytin ağaçlarının sökülmesi yasak olmakla beraber, yüksek rant getirisi nedeniyle inşaat sektörüne açılmakta ve zeytinliklerimiz yazlık sitelere tahsis edilmektedir. Bu ağaçların korunması gerekmektedir.
- Zeytinyağı üreticisi bilinçlendirilmeli, üretilen zeytinyağının kalitesini belgelemek amacıyla ISO, dünya gıda güvenliğine uygun olarak yapıldığını belgeleyen HACCP belgelerinin üretici firmalar tarafından edinilmeleri desteklenmelidir.
- Ambalajlı Zeytinyağı ihracatında uygulanan teşvikler süreklilik taşımamakta, AB'nin uyguladığı teşviklerin çok altında kalmakta, rekabet gücü azalmaktadır. Diğer zeytinci ülkeler düzeyine uygun teşvikler getirilmelidir.
- Dış piyasada ve ithalatçı ülkelerde Türk zeytinyağının varlığının tanıtılması gerekmektedir. Bilhassa AB dışında en büyük ithalatçı ülke olan ABD’ye yönelik bir imaj yaratılmalıdır. Bu konudaki çalışmalar arasına yeni pazar arayışlarının da ele alınması ve devlet tarafından desteklenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, Hikmet. “*Türkiye’de Zeytin İşleme Teknolojisi*”, **Ekonomik ve Teknik Dergi Standart**. Türk Standartları Enstitüsü(TSE) Yayınları, 1992,ss.75-83.
- Akay, Zeynep.ve Emin, Işıklı. “*Türkiye Zeytinyağı Dışsatımı ve Bunun Gümrük Birliği GATT Çerçevesinde Değerlendirilmesi*”, **Türkiye’de Tarım Dergisi**. Cilt 1., Medine Yayınevi, Ankara, 1997, s.45.
- Akıllıoğlu, Mustafa . **Zeytinde Periyodisite**. Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000.
- Aykaç, Belgin. **Zeytin Yetiştiriciliği ,Zeytin Yetiştirme Koşulları, Tesisi ve Modern Yetiştiricilik**.Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, 2004 İzmir, ss. 39-55,
- Baysal, Ayşe. **Beslenme**. Hatipoğlu Yayınevi, Ankara, 2002.
- Candemir, M. **Ege Bölgesinde Zeytinin Üretim Girdileri ve Maliyeti**. Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Menemen Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü,İzmir, 1990.
- Caran, Dinçer. **Zeytinde Hasat**. Zeytin Yetiştiriciliği Kursu , Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir., 2000.
- Demirci, Mehmet ve Burcu Bölükbaşı, “*Akdeniz Beslenme Tarzında Zeytinyağının Önemi*”, **1. Zeytin ve Zeytinyağı Sempozyumu**. İzmir, 1994.
- Draman, Harun ve Hanife Telli Kahraman. **Zeytinyağlarının Depolanması ve Ambalajlanması**. Zeytinyağı Teknolojisi Kursu, Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000.
- Dünya Zeytinyağı Ansiklopedisi**. Uluslararası Zeytinyağı Konseyi Yayınları, 1. Baskı, İspanya., 1997.
- Düztepe, Şerafettin. “*The Analysis Of Turkey’s Olive-Oil Export*” , **Yayınlanmamış Doktora Tezi**. 1999.
- Dölekoğlu, Türker. “*The Increasing Of The Contribution Of Olive-Oil To The Economy Of Turkey: A Study Oriented To The Production And Marketing Of Olive-Oi*”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. 2000.
- Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği. **2003-2004 Çalışma Raporu**. İzmir, 2004.
- Günay, N. “ *Challenges and Oppurtunities for International Business in thr Shifting Global Economic Environment*”, **Türkiye Zeytinyağı Endüstrisinin Rekabet Gücü**. IMDA 10. World Business Congress, Zagreb, July, 2001.
- http://www.internationaloliveoil.org/downloads/production1_ang.PDF. (07.02.2005).

[http:// www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF](http://www.internationaloliveoil.org/downloads/consommation1_ang.PDF)
(02.07.2005).

http://www.komilizeytinyagi.com.tr/turkiye_durum_center.htm (20.06.2005).

http://www.kutuphanem.net/goruntule.asp?islem=goruntule&dok_no=81090
(30.06.2005).

İktisadi Kalkınma Vakfı, Türkiye’de Zeytinyağı Üretimi ve Pazarlaması, İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları, İzmir, 1996.

İstanbul Ticaret Odası. **Zeytinyağı Kanada Dış Pazar Araştırması**. Ankara, 2001.

Karaman, Hanife Telli ve Harun Draman. **Zeytinyağı Üretim Sistemleri**. Zeytinyağı Teknolojisi Kursu , Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, İzmir, 2000.

Kırmanlı, Nilay. **Zeytin ve Zeytinyağı Sektör Araştırması**. İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2001.

Mc Gee, Dennis, **Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri**. ED: Renan Tunalıoğlu, İzmir: TEAE/ Tariş/İzmir Ticaret Odası, 2003. ss.70-82.

Mehmet Pala, Birol Saygı, **İhracata Yönelik Gıda Sanayi ve Rekabet Gücünün Arttırılması**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları İstanbul, 1991.

Milella, A. Alternate Bearing In The Olive Tree: Origins. Causes And Possible Control Oleo Junio, 1984.

Monselise, S. P. and E.E. Goldshmidt. **Alternate Bearing in Fruit Trees**. Horticultural Reviews , 1982. pp.29-32.

Nas, Sebahattin. ; Hüsnü. Y. Gökalp, ve Mahmut. Ünsal. **Bitkisel Yağ Teknolojisi**. Mühendislik Fakültesi Yayınları,Denizli, 2000.

Oktar, Aysun.; Ayşe, Çolakoğlu; Tamay., Işıklı; Hikmet, Acar. **Zeytinyağı ve Teknolojisi**. Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayınları, İzmir, 1983.

Pala, Mehmet; Birol Saygı, **İhracata Yönelik Gıda Sanayi ve Rekabet Gücünün Arttırılması**. İstanbul Ticaret Odası Yayınları İstanbul, 1991.

Resmi Gazete, 25.04.1998 gün, 23323 sayılı Türk Gıda Kodeksi (Tebliğ no: 98/7)

Şahinalp, Bülent. *"Amerika Birleşik Devletleri İstikrarlı Pazar"*, **Dış Ticaret Dergisi**. Made in Turkey, Ocak-Şubat 2002. ss.47-54.

Tunalıoğlu, Renan ve Emin Işıklı, **Türkiye İle Önemli Zeytin Üreticisi Ülkelerin Sofralık Zeytin Ekonomilerinin Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi**. T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayınları Yayın No:59, Bornova, İzmir, 1993.

_____. “*Önemli Zeytin Üreticisi Ülkelerin Zeytinciliği ile Türk Zeytinciliğinin Bazı Yönlerden Karşılaştırılması*”, Ege İhracatçılar Birliği , Yayın No:1, Ağustos, 1995, İzmir.

_____. **Türkiye Zeytinciliğinin Genel Durumu.** Zeytincilik Araştırma Enstitüsü, Zeytin Yetiştiriciliği Kursu, İzmir, 1995.

Türk Standartları Enstitüsü (TSE). **Yemelik Zeytinyağı Standardı TS 341.** Ankara, 1996.