

Zeytinyağı Sektöründe Değer Zinciri Analizi: Kahramanmaraş İli Örneği

Mehmet Fatih KAYTANCI¹ , Hasan Burak AĞIR^{1*} 

¹Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Kahramanmaraş, Türkiye

*Sorumlu Yazar: hburakagir@ksu.edu.tr

Geliş Tarihi: 14.07.2024 Düzeltme Geliş Tarihi: 23.09.2024 Kabul Tarihi: 26.09.2024

ÖZ

Bu çalışma Kahramanmaraş ilinde zeytin ve zeytinyağı sektöründe gerçekleştirilen değer zinciri analizinin süreç ve sonuçlarını kapsamaktadır. Çalışmada zinciri oluşturan paydaşların maliyetlerini, gelirlerini ve karlılıklarını hesaplayarak sektörün zayıf ve güçlü yönlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kahramanmaraş ilinde 2023 yılında 103 zeytin işletmesi, 10 zeytinyağı işletmesi ve bir adet paketleme ve dağıtım tesisi ile yüz yüze anket çalışması yapılmıştır. Ayrıca ilde bulunan yerel marketlerden zeytinyağı satış fiyatları ortalaması da analize dahil edilmiştir. İşletmelerin ekonomik analizlerinde tek ürün bütçe analizi kullanılarak brüt üretim değeri, değişken masraflar, sabit masraflar, brüt kar ve nisbi karları hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, 1 kg natürel sızma zeytinyağı üretimi için yapılan değerlendirmede zeytin üreticilerinin maliyeti 165.7 TL, zeytinyağı üreticisinin maliyeti 204.2 TL, paketleme ve dağıtım faaliyetleri maliyeti 239.0 TL ve perakendeci satışı ise 262.5 TL olarak bulunmuştur. Satış fiyatları üzerinden yapılan değerlendirmede en dezavantajlı faaliyet alanının paketleme ve dağıtım alanı olduğu görülmüştür. Genel bir değerlendirme yapıldığında, sektörde iç içe geçmiş birçok sorunun çözümü için sektörün tüm paydaşlarının bir araya gelerek sektördeki sorunların ele alınması ve çözüm önerileri geliştirilmesi sektörün geleceği için oldukça önemlidir.

Anahtar kelimeler: Zeytin, zeytinyağı, değer zinciri, Kahramanmaraş

Value Chain Analysis in Olive Oil Sector: The case of Kahramanmaraş Province

ABSTRACT

This study encompasses the methodology and outcomes of the value chain analysis conducted on the olive and olive oil sector in Kahramanmaraş province. The objective is to identify the sector's weaknesses and strengths by calculating the costs, revenues, and profitability of the stakeholders comprising the chain. A face-to-face survey was conducted with 103 olive farmers, 10 olive oil enterprise and one producer, packaging and distribution facility in Kahramanmaraş in 2023. In addition, the average selling prices of olive oil on local markets in the province were included in the analysis. Gross production value, variable costs, fixed costs, gross profit, and relative profits were calculated using single product budget analysis. For 1 kg of natural extra virgin olive oil, the costs were as follows; olive producers, 165.7 TL, olive oil producers, 204.2 TL; packaging and distribution activities 239.0 TL and retail sales 262.5 TL. The analysis showed that the packaging and distribution sector was the most disadvantageous in terms of sales prices. In order to ensure the future of the sector, it is important that all stakeholders of the sector come together to address the problems currently facing the sector and develop solutions to the numerous intertwined problems that exist.

Key words: Olive, olive oil, value chain, Kahramanmaraş

GİRİŞ

Zeytin oleacea familyasının olea cinsinin *olea europaea* türüne ait bir bitkidir (Kızılaslan ve Birsin, 2022). Zeytinin anavatanı Kahramanmaraş, Mardin ve Şam üçgenini içerisine alan Yukarı Mezopotamya ve Güney Ön Asya olarak kabul edilmektedir (Ünsal, 2011). Yaklaşık 6.000 yıl önce Samiler tarafından evcilleştirilen zeytin bitkisinin yağının çıkarılmaya başlaması 4.000 yıl öncesine dayanmaktadır (Diamond, 2010).

Zeytin bitkisi özel iklim isteği nedeniyle dünyanın her yerinde yetiştirilemeyen bir bitkidir. Zeytincilik, Akdeniz havzası içerisinde bulunan ülkeler tarafından yapılmaktadır. Zeytin ağaç varlığının %93'ü Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde (İspanya, İtalya, Yunanistan, Türkiye, Tunus, Suriye, Fas, Fransa ve Portekiz), %7'lik kısmı ise Latin Amerika'da bulunmaktadır. Dünyada yaklaşık 11 milyon hektar alanda zeytin yetiştiriciliği yapılmaktadır. Bu 11 milyon ha zeytinlik alanda yaklaşık 23 milyon ton dane zeytin üretilmiştir (FAO, 2023). İspanya dünya zeytin üretiminin %34.8'ini, Yunanistan %13.6'sını, İtalya %9.6'sını ve Türkiye %7.3'ünü üreterek ilk 4 sırayı oluşturmaktadır (IOC, 2023). Dünya'da 2021/22 sezonunda sofralık zeytin ihracatı 719 bin ton olarak gerçekleşmiş olup, Türkiye dünya sofralık zeytin ihracatının yaklaşık %15.3'ünü gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda yaklaşık 1.5 milyon ton olan zeytin yağı ihracatının %5'i Türkiye tarafından karşılanmaktadır.

Türkiye'de zeytin yetiştirilebilen mikroklima alanları dahil 44 ilde toplam 201.769.694 adet zeytin ağacı bulunmaktadır. Akdeniz Bölgesi 48 milyon adet zeytin ağacı varlığı ile Türkiye'nin %24'lük kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'nin yedi bölgesi arasında Akdeniz Bölgesi zeytin ağacı varlığı bakımından ikinci sırada yer almaktadır (TÜİK, 2023). Akdeniz bölgesi illerinin tamamında zeytincilik yapılmaktadır. Kahramanmaraş 44 il arasında 3.070.340 adet zeytin ağacı varlığı ile 15'inci sırada, verim bakımından 18'inci sırada ve ağaç başı ortalama verim bakımından ise 34'üncü sırada yer almaktadır. Akdeniz Bölgesinin 8 ili içerisinde Kahramanmaraş toplam zeytin ağacı varlığı ve verim bakımından altıncı sırada yer almasına rağmen ağaç başı ortalama verim bakımından sekizinci sırada yer almaktadır (TÜİK, 2023). Zeytinyağı üretiminde ise Kahramanmaraş ili 3.096 ton üretim ile Türkiye zeytinyağı üretiminin %0.3'ünü, Akdeniz Bölgesi zeytinyağı üretiminin ise %1.2'sini karşılamaktadır. Zeytinin dünyaya yayılmasında rol oynayan bir ilde insanların zeytin ve zeytinyağı üretiminden neden bu kadar uzaklaştığı cevabı verilmesi gereken en önemli sorudur. Buradan hareketle Kahramanmaraş ilinde zeytin ve zeytinyağı sektöründe üretimden son tüketiciye kadar olan sürecin değer zinciri analizi ile değerlendirilmesi sektörün mevcut durumunu daha iyi anlamak ve ilin mevcut potansiyelinin geliştirilmesi ve artırılması açısından kritiktir.

İşletmelerin faaliyet alanlarındaki diğer işletmelerle rekabet edebilmeleri karlılıkları ile ilgilidir. İşletmelerin karlılıkları ise maliyetlerinin düşük olması ya da diğer işletmelerden artı bir fark ortaya koymaları ile mümkündür. İşletmenin üretmiş olduğu değer, herhangi bir ürünü üretmek için kullandığı girdilere ödemiş olduğu maliyetlerden fazla olması işletmenin karlı olduğu anlamına gelmektedir (Porter, 1985). İlk defa Porter (1985) tarafından ortaya atılan değer zinciri kavramı bir ürünün üretilmesinden nihai tüketiciye ulaşmasına kadarki tüm üretim süreçlerini birbirinden ayırarak maliyetlerin davranışlarını ve birbiri ile olan ilişkilerini belirlemektir. Değer zinciri, mal veya hizmetin fikir aşamasından nihai tüketiciye ulaştırılması ve kullanımına değin tüm faaliyet zincirini ifade etmektedir (Kaplinksky and Morris, 2001). Değer zinciri analizinin temel prensibi birbiri içerisine girmiş olan üretim sürecindeki zayıf ve güçlü halkaları tespit edip gerekli düzeltmelerin yapılmasına yardımcı olmaktır.

Literatür incelendiğinde çeşitli tarımsal ürünler için değer zinciri analizi kullanıldığı görülmektedir. Örneğin Aktoprak (2019) kayısı için yaptığı değer zinciri analizi ile Malatya ve Mersin illerini kıyaslamış ve kayısının piyasadaki yapısı ve işleyişini ortaya koymuştur. Savcı (2012) çalışmasında çay üretiminde değer zinciri analizi kullanarak firmaların hangi aşamalarda daha fazla değer sağladığını tespit etmiştir. Diğer bir çalışmada, Özalp (2019) yarfıstığı sektöründe değer zinciri analizi yaparak sektör paydaşlarının karlılıklarını, zincirin zayıf ve güçlü yönlerini belirleyerek yarfıstığı sektörünün bütüncül olarak kalkınmasını sağlayacak öneriler geliştirmeyi amaçlamıştır. Akciğer (2021) değer zinciri analizi kullanarak fındık sektörünü analiz etmiştir. Bülbül (2011) çalışmasında Finike Portakalı'nın değer zinciri analizi kullanılarak sürdürülebilir rekabeti araştırmıştır. Kahraman (2019) Şanlıurfa ilinde gerçekleştirdiği araştırmasında pamuk değer zincirinin sorunlarını ve fırsatlarını ve pamuk üretiminde gerçekleşen iyileştirme stratejilerini ortaya koymuştur. Aydın ilinde yürütülen bir araştırmada Bozkıran Yılmaz (2023), kuru incir ve kestane üretiminde değer zinciri analizi uygulayarak üretici, aracı, işleyici ve ihracatçıların ekonomik değerlerini incelemiştir.

Zeytin ve zeytin yağı özelinde literatür incelendiğinde, Özdoğan (2009) Türkiye sofralık zeytin sektöründe değer zinciri analizi yapmıştır. Araştırmasında değer zinciri analizi için Marmarabirlik Zeytin Tarım Satış Kooperatifleri Birliği'nden elde edilen Gemlik tipi sofralık siyah zeytine ait 2007 yılı maliyet verilerini kullanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre en az karı üreticiler ile sofralık zeytin işleyen işletmelerin elde ettiğini saptamıştır. Tunaloğlu ve ark. (2017), Aydın ilinde faaliyet gösteren 30 zeytinyağı işletmesi ile görüşerek sektöre yönelik değer

zinciri analizi yapmışlardır. Sektörde yer alan tüm paydaşlar arasında iyi işleyen bilgi akış sisteminin oluşturulması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Boudi ve ark. (2016) Cezayir'deki zeytinyağı değer zincirinin performansını ortaya koymuşlardır. Azak ve Tuzun (2012) Türkiye'de natürel sızma zeytinyağı üretimi, pazar büyüklüğü, fiyat ve ticaretin gelişimi değer zinciri analizi yöntemi ile analiz etmişlerdir. Bir başka çalışmada ise Cañada ve ark. (2015) İspanya'da zeytin yağı sektörünü değer zinciri analizi kullanarak sektörün durumunu ortaya koymuşlardır.

Türkiye, zeytin ve zeytinyağı üretimi ve ticaretinde dünyada önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, sektörde rekabet gücünü artırmak, üretim ve pazarlamayı iyileştirmek, karlılık ve sürdürülebilirliği sağlamak için yapılacak araştırmalar büyük önem taşımaktadır. Zeytinin dünyaya yayılmasında rol oynayan Kahramanmaraş'ta, zeytin ve zeytinyağı sektörüne yönelik değer zinciri analizi yapmak, sektördeki sorunları belirlemek ve çözüm stratejileri geliştirmek için rehberlik edecektir. Bu araştırmanın amacı, Kahramanmaraş'ta üretimden tüketime kadar tüm süreçlerde yer alan paydaşların maliyetlerini ve karlılıklarını değerlendirerek, zincirdeki sorunlara yönelik önerilerde bulunmaktır.

MATERYAL ve METOT

Araştırmanın ana materyalini Kahramanmaraş ilinde zeytin üretimi yapan çiftçiler, zeytini zeytinyağına dönüştüren fabrikacılar, zeytinyağını alıp işletmelerinde satışa arz eden toptancılar ve market sahipleriyle 2023/24 üretim sezonunda yüz yüze yapılan anket verileri oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra konu ile ilgili daha önce yapılmış tez, makale, rapor, strateji, istatistik ve bilimsel çalışmalardan elde edilen ikincil verilerden de yararlanılmıştır. Verilerin toplanması için anket formları hazırlanmış, deneme anketleri sonucu eksik görülen düzeltmeler yapılarak anket formu son halini almıştır.

Popülasyonların belirlenmesi için Tarım ve Orman İl Müdürlüğü Çiftçi Kayıt Sisteminden (ÇKS) zeytin üreticilerinin sayıları elde edilmiştir. Zeytin üreticilerinin sayısının belirlenmesi için zeytin üretiminin yoğun olarak yapıldığı beş ilçe (Onikişubat, Dulkadiroğlu, Türkoğlu, Pazarcık ve Andırın ilçeleri) seçilmiştir. Ana kitlenin %28'ini oluşturan bir dekadardan küçük araziler ile 250 dekadardan büyük araziler popülasyona dahil edilmemiştir. Örnek hacminin belirlenmesi için Tabakalı Örneklem Yöntemi kullanılmıştır. İşletmelerin zeytin arazisi frekans diyagramından, işletmelerin kümelenme durumuna göre üç tabaka belirlenmiştir (Çizelge 1). Popülasyonun tümüne ve her tabakaya ait varyans ve ortalamalar esas alınarak formül (1) yardımıyla, %95 güven sınırlarına göre ($Z = 1.96$) örnek büyüklüğü 103 olarak belirlenmiştir (Yamane, 1967). Her tabakaya ait örnek büyüklüğü formül (2) kullanılarak oransal olarak dağıtılmıştır

$$n = \frac{N \cdot \sum (N_h \cdot S_h^2)}{N^2 \cdot D^2 + \sum (N_h \cdot S_h^2)} \quad (1)$$

$$n_h = \frac{N_h}{N} \cdot n \quad (2)$$

Burada; n: Örnek büyüklüğü, N: Popülasyondaki birim sayısı, N_h : h'nci tabakadaki birim sayısı, S_h^2 : h'nci tabakanın varyansı, $D^2 = (d^2 / z^2)$, d= hata payı (%10), z: hata payına göre standart normal dağılım tablosundaki z değeri (1.96).

Gıda Güvenliği Bilgi Sisteminden (GGBS) elde edilen bilgilere göre 13 adet zeytinyağı işletmesi olduğu belirlenmiştir. Tüm işletmeler ile görüşülmesi planlanmış ancak 10 zeytinyağı işletmesi görüşmeyi kabul etmiştir. Ayrıca yerel marketlerden elde edilen zeytin yağı satış fiyatlarının ortalaması market satış fiyatı olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada tüm aktörler için tek ürün bütçe analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda zeytin işletmelerine ait Gayri Safi Üretim Değeri (GSÜD), değişken masraflar, sabit masraflar, brüt kar ve nisbi kar hesaplanmıştır. Gayri Safi (Brüt) Üretim Değeri, zeytin üreticilerinin bir üretim sezonu içerisinde elde ettikleri ürünler ile satış fiyatının çarpılmasıyla hesaplanmıştır. Sabit masraflar işletmenin üretim yapmasa dahi katlanmak zorunda olduğu masraflardır. Değişken masraflar ise işletmenin faaliyetleri ile doğrudan ilgili olan ve yapılacak faaliyetlerle değişime eğiliminde olan masraflar olarak tanımlanmaktadır (İnan, 2006). Masraflar toplamı faizi hesaplanırken T.C. Ziraat Bankasının 2023 yılı aralık ayında bir yıllık işletme kredilerinde kullandığı cari faiz oranının (%42) yarısı kullanılmıştır.

Değer zincirindeki tüm aktörler için toplam masrafların %3'ü ise genel idare giderleri olarak hesaplanmıştır. Sabit sermaye faizi makine veya bina değerinin yarısının cari faiz oranı (%42) ile çarpılması sonucu hesaplanmıştır (Kiral ve ark., 1999). Brüt kar, GSÜD'den üreticilerin bir üretim yılı içerisinde ürettikleri ürün için yaptıkları değişken masrafların ve net kar GSÜD'den üretim masraflarının düşülmesi ile bulunmuştur (İnan, 2006). Nisbi kar ise GSÜD'nin üretim masraflarına bölünmesi ile hesaplanmıştır (Kiral ve ark., 1999).

Zeytin işletmelerine ait verim, maliyetler ve gelirler zeytin üretiminde periyodisite dikkate alınarak 2022 ve 2023 yıllarının ortalaması alınarak hesaplanmıştır. Diğer taraftan zeytinyağı işletmelerinin maliyetleri, karlılıkları, satış fiyatları hesaplanmıştır. Çalışmada 2022/23 üretim sezonunda zeytin üretiminden 1 litre zeytinyağı elde edilmesinde kadarki süreç için değer zinciri analizi uygulanmıştır. Yaratılan değer, mutlak pazarlama marjına benzer şekilde aktörler arasındaki fiyat farkından hesaplanmıştır (Özalp, 2019).

BULGULAR ve TARTIŞMA

Zeytin üreticilerinin sosyo-demografik özellikleri Çizelge 1’de verilmiştir. Zeytin üreticileri ortalama 55.35 yaşında olup eğitim düzeyleri ilköğretimdir. Üreticiler 18.81 yıldır zeytincilikle uğraşmakta ve ailede ortalama 1.18 kişi zeytincilik işlerinde görev almaktadır. Üreticilerin neredeyse tamamının tarım dışı bir işle uğraştığı görülmektedir. Üreticilerin %48’i herhangi bir örgüte üye olduklarını belirtmişlerdir. Zeytin üretimi ile ilgili veriler incelendiğinde, 8.72 dekar alanda dekara 284.69 kg ve ağaç başı 8.06 kg zeytin verimi aldıkları saptanmıştır. Kızıllar ve Birsin (2022) TR22 bölgesinde yaptıkları araştırmada üreticilerin yaşını 55.24 yıl, mesleki deneyim süresini 36.63 yıl olarak hesaplamışlardır. Aynı çalışmada üreticilerin %66.76’sının ilköğretim eğitim düzeyinde olduklarını saptamışlardır.

Çizelge 1. Zeytin üreticilerinin sosyo-demografik özellikleri

	Ortalama	Standart sapma
Üretici yaşı (yıl)	55.35	10.45
Eğitim (yıl)	9.34	3.24
Tarımsal deneyim (yıl)	26.10	13.46
Zeytincilik deneyim (yıl)	19.81	10.09
Aile birey sayısı	3.80	1.29
Ailede tarım ile uğraşan birey sayısı	1.18	0.45
Tarımsal gelir (TL/ay)	33271.84	14886.62
Tarım dışı gelir durumu (0-yok, 1-var)	0.99	0.09
Örgüt üyeliği (0-yok, 1-var)	0.48	0.50
Zeytin alanı (dekar)	8.72	11.52
Zeytin verimi (kg/dekar)	284.69	149.35
Ağaç başı zeytin verimi	8.06	4.61

Zeytinyağı işletmelerinin sosyo-demografik özellikleri Çizelge 2’de verilmiştir. İşletme sahiplerinin ortalama 51.30 yaşında, 15.20 yıl eğitim süresi, 19 yıllık zeytinyağı üretim tecrübesine sahip oldukları belirlenmiştir. İşletmeler 1184.40 m² alanda günlük ortalama 138.10 ton zeytin işleme kapasitesine sahiptirler. İşletmeler sezonda 28 gün faaliyet gösterirken mevcut kapasitelerinin %63.00’ünü kullanmaktadır. İşletmeler daimi olarak çalışan sayısı 3.60’tır. Görüldüğü üzere Kahramanmaraş’taki zeytin işleme tesisleri tam kapasite ile çalışmamaktadır. Bu durum zeytin üreticilerinin küçük işletmeler olması ve ağaç başı zeytin verimi ve zeytin kalitesinin de düşük olmasından kaynaklanmaktadır.

Çizelge 2. Zeytinyağı üreticilerinin sosyo-demografik özellikleri

	Ortalama	Standart sapma
Yaş	51.30	11.15
Eğitim	15.20	0.91
Zeytinyağı deneyimi	19.30	15.97
Fabrika kurulu alan (m ²)	1184.40	900.22
Fabrika Kapasitesi (ton/gün)	138.10	60.51
Daimi personel sayısı	3.60	2.59
Kapasite Kullanım Oranı (%)	63.00	16.20
Sezonda toplam çalıştığınız gün sayısı	28.00	4.21

Zeytinyağı üretimi değer zinciri analizi

Bu bölümde natürel sızma zeytin yağı (1 litre) üretimi için değer zincirinde yer alan zeytin üreticisi, zeytin işleyicisi ile paketleme ve dağıtım faaliyetlerine yönelik gelir, masraf ve karlılıkları ayrı ayrı incelenerek sonuçlar değerlendirilmiştir.

Zeytin üretim zinciri

Zeytin üreticilerine ait brüt üretim değeri, masraflar ve karlılık değerleri Çizelge 3'te verilmiştir. Zeytin üreticilerinin dekara aldıkları ortalama zeytin verimi 284.69 kilogram olup brüt üretim değeri 17041.78 TL/dekardır. Zeytin üretim masraflarının %65.11'ini değişken masraflar ve %34.89'unu sabit masraflar oluşturmaktadır. Ege bölgesinde yapılan bir araştırmada zeytin üretim maliyetlerinin %47.17'sini değişken masraflar oluştururken, %52.83'ünün sabit masraflardan oluştuğu belirlenmiştir (Adıgüzel ve Kızılaslan, 2019). Değişken maliyetler içerisinde en yüksek paya (%29.82) sahip masraf kalemi işçilik giderleridir. İşçilik giderlerinin yüksek olmasının nedeni zeytin hasat sürecinde kullanılan yabancı işçi sayısının fazla olmasıdır. Zeytin işletmelerinin nispi karı 1.74 ve bir kilogram zeytin üretim masrafı 29.33 TL olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 3. Zeytin üreticilerinin gelir, masraf ve karlılıkları

Zeytin üretimine yönelik ekonomik göstergeler	Ortalama	
Zeytin verimi (kg/da)	284.69	
Zeytin brüt üretim değeri (TL/da) (A)	17041.78	
Zeytin üretim masraf kalemleri (TL/da)		%
Gübre	597.81	7.16
Bordo bulamacı	350.19	4.19
İlaç	104.83	1.26
Nakliye ve mazot	360.73	4.32
Traktör kirası	236.11	2.83
Alet makine tamir-bakım	295.81	3.54
İşçilik	2490.50	29.82
Su, elektrik	57.76	0.69
Döner sermaye faizi (%21)	943.69	11.30
Değişken masraflar toplamı (B)	5437.47	65.11
Arazi kirası	2750.00	32.93
Genel idare giderleri (B*0.03)	163.12	1.95
Sabit masraflar toplamı (C)	2913.12	34.89
Üretim masrafları toplamı (B+C)	8350.59	100.00
Brüt kar (A-B)	11604.31	
Net kar (A-(B+C))	8691.19	
Nispi kar (A/(B+C))	1.74	
1 kg ham zeytin üretim maliyeti	29.33	

Kahramanmaraş ilinde zeytin üreticilerinin çoğunluğu yalnızca kendi zeytin yağı tüketimleri karşılama için ürettikleri zeytini zeytin yağı fabrikalarında yağa dönüştürmektedir. Diğer yandan üreticilerin kendi tüketimlerine ayırdığı yağdan fazla olanları yerel pazarlarda satmaktadır. Çizelge 4'te zeytin üreticilerinin elde ettikleri ham zeytini zeytinyağına dönüştürme maliyetleri ve karlılıkları verilmiştir. 1 kg natürel sızma zeytinyağı üretim maliyetini hesaplamak için zeytini yağa dönüştürürken yapılan tüm masraflar ile bir kilogram zeytin üretim masraflarının toplanıp zeytin randımanı ile çarpılmasıyla hesaplanmıştır. Zeytin yağı satış fiyatı hesaplanırken üretici beyanları esas alınmıştır. Çizelge 4'e göre zeytin üreticilerinin kendi tüketimleri için zeytin yağı üretim maliyeti 165.70 TL/litre olup satış fiyatı 249.17 TL/litredir.

Çizelge 4. Zeytin üreticilerinin kendi tüketimleri için kullanmak üzere zeytinyağı maliyeti

	Ortalama
1 kilogram zeytin üretim masrafı (TL)	29.33
Zeytinin Yağhaneye Taşınması (TL/kg)	1.83
Zeytin Çekim Ücreti (TL/kg)	3.00
Ambalaj masrafı (TL/kg)	4.30
Masraflar Toplamı	39.00
Zeytin Randımanı (%)	4.27
1 litre zeytinyağı üretim maliyeti	165.70
1litre natürel sızma zeytinyağı satış fiyatı (TL/litre)	249.17

Zeytinyağı üretim zinciri

Natürel sızma zeytinyağı değer zincirinin ikinci halkası zeytinyağı üretim fabrikalarıdır. Zeytinyağında değer zincirini oluşturan halkalar; zeytinin kabulü, yıkanması, kırılması, yoğrulması, yatay ve dikey santrifüjle katı ve sıvının, sıvı ile sıvının birbirinden ayrılması, zeytinyağlarının tasnif edilmesi ve depolanmasıdır. Bahçelerde üretilen zeytinler katma değerli yeni bir ürüne buralarda dönüştürülmektedir.

Zeytinyağı işletmeleri ile yapılan hesaplamalarda üreticilerin sezonda yaptıkları ortalama masraflar ve ortalama zeytinyağı satış miktarı alınmıştır. Zeytin yağı fabrikalarının maliyet unsurları içerisinde en yüksek pay %81.5 ile hammadde masraflarıdır (Çizelge 5). Hammadde masrafından bağımsız olarak değerlendirecek olursak, zeytinyağı işletmelerinin diğer en büyük maliyet unsurunun işçilik giderleri olduğu görülmektedir. Kahramanmaraş'ta zeytinyağı fabrikalarının bu kadar işgücü kullanıyor olmalarının temel sebebi teknolojik alet ekipmanlardan maksimum düzeyde yararlanmamasından kaynaklanmaktadır. Bu şekliyle sezonluk işçi maliyetini düşürmek için teknoloji yatırımların öncelenmesi gerekmektedir. Eğer sermaye olarak bunun mümkün olmadığı düşünülüyorsa işçilerin daha verimli kullanılması gerekmektedir. Üçüncü en yüksek maliyet unsurunun %5.1 ile ambalaj malzemesi olduğu görülmektedir. Bu masraf kaleminde tüm zeytinyağı üreticileri dışarıya bağımlı oldukları için oluşturulacak bir birlik ve kooperatif ile maliyet unsurunun aşağıya çekilmesi mümkün olabilir. Bu şekliyle zeytinyağı değer zinciri değerlendirildiğinde sektörün en zayıf halkalarının hammadde, işçilik ve ambalaj malzemesi masrafları olduğu açıkça görülmektedir. Sektör temsilcilerinin bu üç kalem üzerine eğilmeleri gerektiği değerlendirilmektedir.

Diğer yandan Çizelge 5'te zeytinyağı üreticilerinin 1 litre natürel sızma zeytinyağı üretim maliyetlerini ve karlılıklarını incelediğimizde yapılan masrafların satılan zeytinyağına oranlanması ile 1 litre natürel sızma zeytinyağı üretiminin maliyeti 204.2 TL olarak hesaplanmıştır. Zeytinyağı üreticileri 1 litre natürel sızma zeytinyağını ortalama 239.0 TL'den satmaktadırlar. 1 litre natürel sızma zeytinyağından ortalama 34.8 TL kar elde etmektedirler.

Çizelge 5. Zeytinyağı işletmeleri için 1 litre natürel sızma zeytinyağı maliyeti ve karlılıkları

	TL/sezon	%
Sezonluk Elektrik	304000.00	3.29
Sezonluk Su	15700.00	0.17
Sezonluk işçi	562200.00	6.09
Sezonluk Yakıt	133500.00	1.45
Ambalaj	472500.00	5.12
Alet Ekipman Bakım Onarım	116200.00	1.26
Diğer (Yemek, Çay vs.)	105000.00	1.14
Hammadde masrafı	7520700.00	81.48
Masraflar Toplamı	9229800.00	100.00
Zeytinyağı satış miktarı (kg)	45200.00	
1kg zeytinyağı üretim maliyeti	204.20	
1kg zeytinyağı satış fiyatı	239.00	
Karlılık (TL)	34.80	

Paketleme ve dağıtım zinciri

Zeytinler üretilip yağa işlendikten sonra değer zincirinin üçüncü halkası olan paketleme bölümüne geçilmektedir. Paketlemede hammadde kabul, depolama, filtrasyon, dolum ve paketleme faaliyetleri bulunmaktadır. Kahramanmaraş ilinde bağımsız olarak paketleme tesisi bulunmamaktadır. Sadece iki zeytinyağı işletmesi paketleme tesisi gibi hareket etmektedir. Bunlar bir tanesi paketleme tesisi faaliyetlerinin tamamını gerçekleştirirken diğer işletme filtre yapıp paketleme yapmaktadır. Bu bölümde söz konusu iki işletme ile paketleme bölümü ile ilgili görüşlere yer verilmiştir. Yapılan görüşmede zeytinyağı tesisi içerisinde yer alan paketleme bölümü için ayrı ayrı masraf kalemlerinin tutulmadığı zeytinyağı tesis masrafları ile paketleme masraflarının iç içe geçtiği bildirilmiştir. Depolamada zeytinyağlarının içerisinde bulunan küçük partiküllerin (tort) zamanla depolama tanklarının dibine çökmesinden dolayı zeytinyağında yaklaşık %1'lik bir zeytinyağı kaybının olduğu bildirilmiştir. Filtre aşamasında ise kağıt filtrelerde kalan zeytinyağının kayıp olarak değerlendirileceği bunun da yaklaşık olarak %0.3 olduğu bildirilmiştir. Filtre aşamasında kayıpların yanında filtre kağıdı maliyetinin olduğu bunun sezonda yaklaşık 10 bin TL'lik bir maliyetinin olduğunu belirtmişlerdir. Dolum ve paketleme için ayrı bir maliyet kaleminin olmadığı zeytinyağında çalışan personeller ile bu faaliyetlerin yürütüldüğü bildirilmiştir. Paketleme zinciri için maliyetin, zeytinyağı üretim maliyetlerinin toplamının %1'i kadar olacağını bildirmişlerdir. Bu şekilde değerlendirildiğinde zeytinyağı üretim maliyetleri toplamı 9.229.800,0 TL olarak hesaplandığından Paketleme tesisi ile ilgili masraflar toplamının 92.298 TL olduğu hesaplanmıştır. Ortalama satış miktarı 45.200 kg üzerinden yapılan hesaplamayla 1kg zeytinyağı için paketleme tesisi masrafı 2.04 TL olarak hesaplanmıştır.

Dağıtım zincirinin içerisindeki faaliyetler pazarlama, sipariş, nakliye, depolama ve raf düzenidir. Kahramanmaraş'ta paketleme tesisinin bulunmadığı ve paketlemenin zeytinyağı içerisinde bir faaliyet olmasından dolayı dağıtım zincirini de zeytinyağı üretim tesisleri üstlenmiştir. Kahramanmaraş'ta bir zeytinyağı üretim tesisi dağıtım zincirini kendi bünyesinde yapmaktadır. Söz konusu tesis ile yapılan görüşmede pazarlama faaliyeti için herhangi bir çalışmalarının olmadığı Kahramanmaraş'taki zeytinyağı üretiminin tüketimi karşılamadığı bundan dolayı markalaşma ile ürünün kendisini pazarladığını bildirmiştir. Perakendecilerle çalışmalarının sezonluk olduğu bir defa sipariş alınıp perakendecinin deposuna indirildiği, depolamanın ve rafların ayarlanmasının perakendeciye ait olduğunu belirtmiştir. Paketleme halkası gibi dağıtım halkasının da zeytinyağı üretimi ile iç içe geçtiği burada dağıtım için özel bir personel ya da aracın bulunmadığı işletme bünyesinde bulunan uygun araçlarla transferin yapıldığı bildirilmiştir. Dağıtım aşamasının zeytinyağı üretimi ile iç içe geçmesinden dolayı veriler elde edilememiş güçlü ve zayıf yönleri analitik olarak değerlendirilememiştir. Bundan dolayı dağıtım aşamasından doğan masrafların zeytinyağı işletmelerinin masrafları içerisinde bulunmaktadır.

Perakende zinciri

Kahramanmaraş'ta üretilen zeytinyağlarının satıldığı yerel perakendecilerden (beş adet) alınan bilgiler doğrultusunda 1 litre natürel sızma zeytinyağı satış fiyatları ortalamasının 262.5 TL olduğu saptanmıştır.

Bir litre natürel sızma zeytinyağının değer zincirlerine ait karlılık durumları

Çizelge 6'da bir litre natürel sızma zeytin yağının üretimi için tüm değer zincirine ait maliyet, satış fiyatı ve karlılıkları verilmiştir. Zeytin üreticisi bir litre natürel sızma zeytinyağını 165.70 TL maliyetle üretilip 204.2 TL'ye satmaktadır. Zeytinyağı üreticisi bir litre natürel sızma zeytinyağını 204.2 TL'ye mal edip 236.96 TL'ye satarak 34.80 TL kar ermektedir. Paketleme tesisi karlılığı ise 2.04 TL olarak gerçekleşmiştir. Perakendeciler ise ortalama 262.5 TL'ye sattıkları zeytinyağından 23.5 TL kar elde etmişlerdir. Değer oluşturan halkalar incelendiğinde en yüksek karlılık zeytin üreticisine aittir.

Çizelge 6. Bir litre natürel sızma zeytinyağı değer zinciri halkalarının maliyet, satış fiyatı ve karlılıkları

	Maliyet	Satış Fiyatı	Pazarlama marjı	
			TL	%
Zeytin üreticisi	165.70	204.20	38.80	39.13
Zeytinyağı işletmesi	204.20	236.96	34.80	35.10
Paketleme ve dağıtım	236.96	239.0	2.04	2.07
Perakendeci	239.00	262.5	23.5	23.70

SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada Kahramanmaraş ilinde bir litre natürel sızma zeytin yağı üretilmesinde rol alan aktörler ele alınmış ve yaratılan değer, mutlak pazarlama marjına benzer şekilde aktörler arasındaki fiyat farkından hesaplanarak değer zinciri analizi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, zeytin üretiminde en büyük maliyet kalemi hasattır. Üretilen zeytinin çok az bir kısmı ham zeytin olarak satılmaktadır. Zeytini ham olarak değerlendirmek isteyen üreticilerin yarısı toptancılara diğer yarısı ise kendi imkanları ile pazarda satmaya çalışmaktadırlar. Zeytin veriminin düşük olması, teknik bilgiye sahip işçi bulamaması, gübre fiyatlarının, ilaç fiyatlarının ve hasatta çalışan yabancı işgücü ücretinin ve kredi faizlerinin yüksek olması, kredi temininde bürokratik engellemelerin fazlalığı ve fiyat istikrarsızlığından dolayı sıkıntı yaşamaktadırlar. Zeytin yağı işletmeleri incelendiğinde, kapasite kullanım oranları düşük olan zeytinyağı işletmeleri sezonda bir aydan daha kısa süre çalışmaktadırlar. Zeytinyağı işletmelerinin en büyük gideri hammadde masrafı, en büyük gelirleri de zeytinyağı satışından kaynaklanmaktadır.

Tüm bu veriler ışığında, zeytin üretiminde ekonomik bir üretimin yapılamadığı görülmektedir. Zeytinciliğin, üreticilerin ana geçim kaynağı olmadığı “evimin yağı çıksın yeter” anlayışıyla yapıldığı anlaşılmaktadır. Popülasyonun yaklaşık %28’i bir dekarın altındaki işletmelerden oluşmaktadır. Bu da zeytinciliğin ana geçim kaynağı olmasının önündeki en büyük engellerden bir tanesi olarak görülmektedir. Bu sorunun giderilmesi için bakanlık bünyesinde oluşturulacak deneyimli personellerle bu arazilerin toplulaştırılması ve ekonomik bir üretim faaliyeti noktasına taşınması gerekmektedir. Zeytin üreticilerinin örgütlülük düzeyi düşüktür. Üreticilerin örgütlülük durumları bu kadar düşük seviyelerde olması sadece Kahramanmaraş’a özgü bir sorun değil aynı zamanda tüm Türkiye’nin bir sorunudur. Bunun için örgütlenmenin avantajlarının akademisyenler, kamu idareleri ve kanun koyucular tarafından üreticiye açıklanması örgütlü olmayı teşvik etmeleri gerekmektedir.

Zeytinyağı üreticilerinin en büyük sorunu kapasite kullanım oranlarının yarı yarıya düşük olmasıdır. Bunun sebebi Kahramanmaraş’ta arazilerin küçük dolayısıyla her bir üreticinin ürettiği ürünlerin az olmasıdır. Zeytinyağı üretim hattında malaksasyon ünitesinin her bir gözü yaklaşık 500-600 kg zeytin hamuru ile dolmaktadır. Fakat fabrikaya gelen zeytinler 100 kg ile 10 ton arasında değişmektedir. 100 kg’lık bir zeytinin 600 kg’lık bir gözü işgal etmesi kapasite kullanımını %16’lara düşürecektir. Bu sorunun çözümü için üreticilerin kooperatifleşerek zeytinlerini birleştirmesi o şekilde yağa dönüştürülmesi gerekmektedir. Bu konuda da zeytinyağı fabrikalarının birlik olup belirli tonajın altındaki zeytinleri kabul etmemesi ve tüm fabrikaların bu kurala riayet etmesi gerekmektedir. Zeytinyağı fabrikalarının üretim maliyetlerinin en önemli kalemi hammadde ve işçilik masrafıdır. Bu sorunun çözülmesi için zeytinyağı fabrikalarının sözleşmeli üretim modeline geçmeleri gerekmektedir. Üreticilerle yapılacak olan sözleşmeyle zeytin üretim masraflarına ortak olunup çiftçilere kar payı verilmesi gibi bir çok yöntem kullanılabilir.

Zeytin ve zeytinyağı değer zincirinin üretim ve zeytin işleme çarklarında herhangi bir sorun olmadan faaliyetlerini sürdürdükleri görülmüş fakat paketleme ve dağıtım zincirinin Kahramanmaraş’ta henüz oturmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu iki faaliyetin zeytinyağı işletmelerinin bünyesinde bulunması zeytinyağı işletmelerinin hangi faaliyetten ne kadar kar ya da ne kadar zarar ettiğinin tespitini zorlaştırmaktadır. Son yıllarda verilen destekler incelendiğinde zeytinyağı sektöründe sürekli makine girişi olduğu görülmektedir. Kahramanmaraş’ın üretim potansiyeli ve üretimi ortadayken bu kadar makine olması kapasitenin heba edilmesi anlamına gelmektedir. Bu haliyle artık zeytinyağı üretim hattının desteklerden çıkarılarak lisanslı depoculuk, paketleme tesisleri, salamura tesislerinin teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Genel olarak zeytin ve zeytinyağı değerlendirildiğinde iç içe geçmiş birçok sorunun çözümü için sektörün tüm paydaşları bir araya gelerek zeytin ve zeytinyağındaki sorunları masaya yatırması ve ortak aklın işletilerek çözüm önerilerinin sunulması ile uygulanması elzemdir.


Çalışma Kahramanmaraş bölgesinde yapıldığından elde edilen veriler ve sonuçlar bölgeye özgüdür. Dolayısıyla zeytin üretimi yapılan diğer bölgelerde de zeytinyağı sektöründeki tüm paydaşları içeren değer zinciri analizlerinin yapılması, sektörün zayıf ve güçlü yönlerinin belirlenmesi, işletme karlılıkları artırılmasına yönelik politika araçları geliştirilmesi ve tüketicilerin de daha kaliteli ve uygun fiyattan zeytinyağına ulaşması açısından önemlidir.


Teşekkür: Bu makale birinci yazarın yüksek lisans tezinden özetlenmiştir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Makale yazarları aralarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyan Özeti: Yazarlar makaleye eşit oranda katkı sağlamış olduklarını beyan ederler.

YAZAR ORCID NUMARALARI

Mehmet Fatih Kaytancı  <https://orcid.org/0000-0002-5548-0676>

Hasan Burak Ağır  <https://orcid.org/0000-0003-4275-9819>

KAYNAKLAR

- Akciğer, E. 2021. Türkiye’de fındık piyasasında değer zinciri analizi Ordu ili örneği. Yüksek Lisans Tezi. Antalya Bilim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Antalya. 89 sayfa
- Aktoprak, G. 2019. Malatya ve Mersin kayısı piyasalarında karşılaştırmalı değer zinciri analizi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya. 176 sayfa
- Azak, S. ve Tuzun, T. 2012. Value chain analysis of extra virgin olive oil in march. *Journal of Food Science and Engineering*, 2: 51-55.
- Boudi, M., Laoubi, K. ve Chehat, F. 2016. A value chain analysis for sustainable development of olive oil agro-industry: The case of Algeria. *Journal of Agriculture and Environment for International Development*, 110 (2): 267-292.
- Bozkıran Yılmaz, S. 2023. Kuru incir ve kestanede değer zinciri analizi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Programı, Doktora Tezi, Aydın. 157s.
- Bülbül, C. 2011. Finike portakalının sürdürülebilir rekabetinin araştırılması: Değer zinciri analizi. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya. 112 sayfa
- İnan, İ.H. 2006. *Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği*. Hasad Yayıncılık. ISBN: 975-93281-0-0, Türkiye, Tekirdağ, 372s
- Kahraman, A. 2019. Pamuk değer zinciri ve pamuk üreticilerinin değer zincirinde yükseltme / iyileştirme stratejilerinin incelenmesi: Şanlıurfa örneği. Yüksek Lisans Tezi. Bölge Planlama, Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara. 180s.
- Birsin, S. ve Kızılaslan, H. 2022. Zeytin üreten işletmelerin yapısal özellikleri ve yıllık faaliyet sonuçlarının analizi (TR 22 Bölgesi Örneği). *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 11(2): 149-164.
- Kaplinsky, R. and Morris, M.. 2001. *A Handbook for Value Chain Research*. Institute of Development Studies, University of Sussex Publishing, London, 15p.
- Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tatlıdil, F.F., Fidan, H. ve Gündoğmuş, E. 1999. *Tarımsal Ürünler İçin Gelir ve Maliyet Hesaplama, Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi*. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No: 37, Ankara. 144s.
- Özalp, B. 2019. Türkiye’de yerfıstığı sektörünün değer zinciri analizi. Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Adana. 87s.
- Özdoğan, Y. 2009. Sofralık zeytin sektöründe değer zinciri analizi ve ISO 22000 uygulamalarında karşılaşılan sorunlar. Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Bölümü, İzmir. 249s.
- Porter, M.E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press, s. 557, New York
- Sanz Cañada, J., García Brenes, M.D. and Barneo Alcántara, M. 2015. Value chain and typicity analysis in Jaén Mountain olive oil, Spain. *New medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment*, 14 (3): 50-60.
- Savcı, M. 2012. Çay işletmelerinde üretim maliyetlerinin değer zinciri analizi. Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kocaeli. 167 s.
- Tunalıoğlu, R., Çobanoğlu, F. ve Mutlu, Ç. 2017. Zeytinyağında değer zinciri ve kalite döngüsü. *Meyve Bilimi*, 1(Özel): 188-193.
- Tunalıoğlu, R., Çobanoğlu, F., Karaman, A.D. 2011. Aydın ili sofralık zeytin işleme firmalarının pazarlama stratejileri. *Zeytin Bilimi*, 2(1): 21-30.