



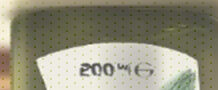
"Zeytinin okumuş hali"

"Σεϊτινιου οκυμωζ ηαι!"

© zeytinist

mucahit@zeytin.org.tr

www.mucahitkivrak.com.tr



Λαδί

2000

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
EDREMİT MESLEK YÜKSEKOKULU

Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi
Programı

Öğr. Gör. Mücahit KIVRAK

0 505 772 44 46

kivrak@gmail.com

www.mucahitkivrak.com.tr

II. ZEYTİNCİLİK SEFERBERLİĞİ

Zeytinciliğimizin bugününe baktığımızda plansız-destekli-teşvikli bir dönem yaşadığımızı görüyoruz.

Plansız diyoruz çünkü hangi ilde ne kadar dikeceğiz, hangi arazilerde dikeceğiz, hangi amaçla dikeceğiz ve hangi çeşidi dikeceğiz ve en önemlisi dünya neyi istiyor konusunda bir planımız yok. Ancak 2000 yılından itibaren Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları kanalı ile fakir çiftçilerin gelirlerini artırmak amacıyla başlayan projelerle bedelsiz veya yarı bedelli fidan dağıtımları 2002-2003 yıllarında Özel İdare kaynaklarının devreye konulması ile plansız fakat destekli dönem başlanmıştır. 2006-2007 dikim sezonunda 10 ilde yaklaşık olarak 3.5 milyon fidan çeşitli kaynaklardan destekli olarak dağıtılmış veya ihale sürecindedir. Ayrıca Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından 2005 yılında 30 YTL olarak uygulanan destek 2006 yılından itibaren 250 TL olarak uygulanmaya başlamıştır.

Bu da olayın teşvik tarafıdır.

2000 li yıllarda başlayan II. Zeytin seferberliği ağaç sayımız konusunda tartışmayı beraberinde getirmiştir. 2004 yılında Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafında düzenlenen Zeytin Danışma Kurulunda 10 yıl içerisindeki hedefimizi 160 milyon ağaç olarak belirlemiştir. Ancak sadece son üç yıl içerisinde sertifika alan fidan sayısı 40 milyon civarında olduğunu kabul edersek hedefe 3 yıl içinde ulaşacağımızı düşünebiliriz. Hatta 2015 yılında bu hızla 250 milyon adet ağaçlı bir Türkiye'yi görebiliriz.

Bu arada çiftçi profili de çeşitlenmeye başlamıştır. Geçmişte geleneksel yetiştirici profili değişmezken iki yeni profil üretici daha zeytin üreticisi olmaya başlamıştır.

- 1- Tütün, pancar hatta turunçgiller gibi çeşitli tarım ürünleri yetiştiren geçmişinde zeytin olmayan üreticiler gerek kısıtlamalar ve gerekse ürünün para etmemesi nedeniyle artık zeytinci olmaya başlamıştır.
- 2- Zeytinyağının dünyada parlayan yıldız olması ve kültürü nedeniyle geçmişte zeytin konusunda yatırımı olmayan büyük firmalar veya bu firmaların üst düzey yöneticileri emeklilik projeleri olarak zeytinci olmaya başlamıştır.

Bu profil değişikliği ile birlikte üretim tipi de değişmeye başlamıştır.

1-Geleneksel yetiştiricilikte dekarda 10-20 adet büyük ağaç yerine dekarda 40-60 ağaç bulunan daha küçük taç yapılı orta yoğunluklu yetiştiriciliğe geçilmeye başlanmıştır.

2- Bozuk orman arazileri, hazine arazilerinin bu iş için tahsis edilmesi ile artık 1000 dekar 50-60 bin ağacı olan üreticilerimizin sayısı artmaya başlamıştır.

3- Zeytin sulanmaz inancı yıkılmış damla sulama kullanılmaya başlanmıştır.

4-Gübreleme konusunda toprak ve yaprak tahlili yapma alışkanlıkları oturmaya başlamıştır.

5- Küçük ev tipi zeytinden zeytinyağı elde eden ekipmanlar kullanmaya başlanmıştır.

6- Zeytin tarımında en büyük maliyeti oluşturan hasatla ilgili çok önemli gelişmeler olmuş imkanı olan çiftçiler dal sarsıcı, çırpıcı hatta gövde sarsıcılar kullanmaya başlamıştır. İmkani olmayan çiftçiler ise elle hasat veya küçük el tırmıkları ile hasat başlamıştır.

7- Küçük üreticilerde markalaşmaya başlamış, kendi zeytinyağını pazarlama yollarını aramaya başlamıştır.

Değerlendirme açısından baktığımızda;

- 1-Siyah sofralıkta Gemlik çeşidinin orijin olarak hakim olduğu yerlerde,
- 2-Yeşil Sofralıkta Domat çeşidi nedeniyle Akhisar yöresi,
- 3-Zeytinyağında Ayvalık çeşidi nedeniyle Edremit Körfezi ihtisaslaşmaya gitmiştir.

Bu arada zeytinyağının organoleptik özellikleri tartışılmaya başlamış ve zeytin yetiştiren her bölge benimde yağımın bu özellikleri de iyi demeye başlamıştır. Bunu sağlamak amacıyla kaliteli zeytinyağı üretmek için dikkatli hasat – bekletilmeden sıkma- düşük ısı-usulüne uygun stoklama ilkeleri oturmaya başlamıştır.

Üretim açısından geride bulunmamızın temel sebebi ise ağaçlarımızın verimliliklerinin düşük olması sonucudur. Zeytinciliğinin merkezi olan Akdeniz havzasının doğusunda yer alan ülkemizde zeytin Ege, Marmara sahillerimiz başta olmak üzere tüm sahil şeritlerimizde ve Güneydoğu Anadolu Bölgemizde yetiştirilmektedir. Ülkemizde zeytin üretiminin % 80.5 'i Ege Bölgesinde yapılmaktadır. Bu bölgeyi % 11.8 ile Akdeniz, % 6.1 ile de Marmara Bölgesi izlemektedir. Türkiye'de yaklaşık 400 bin ailenin geçim kaynağı zeytinciliktir. 8-10 bin kişinin ise gelirine dolaylı katkıda bulunmaktadır.

Üretimde periyodisiteye bağlı olarak görülen üretim ve verim düşüklükleri zeytinyağının diğer bitkisel yağlar karşısında pahalı olmasına sebep olmaktadır. Zeytinyağının sağlıklı beslenme açısından son derece önemli bir besin olmasına rağmen tanıtımının yeterince iyi yapılmaması tüketimi olumsuz etkilemektedir.

Türkiye’de zeytin ağacının özelliğinde kaynaklanan üretim değişimi daha fazla hissedilmektedir. Türkiye’de zeytin ağaçlarının % 75’inin meyilli arazilerde bulunduğu ve % 90’inin da sulanmadığı dikkate alınırca bu sonuç oldukça normaldir.

Zeytinciliğimizin yarınına baktığımızda özellikle 2006-2007 fidan dikim sezonunda üretilen ve bugün hemen hemen satılan 30 milyon fidanı düşündüğümüzde 250 milyon ağaç sahibi İspanya'nın arkasından Dünya ikincisi bir Türkiye'yi düşünmek hayal değildir.

Yeni dikilen plantasyonların ve alanların makineli tarıma uygunluğu ve çiftçimizde hızla artan bilgi birikimi düşünülürse ağaç başına ortalama 25 kg ham zeytin ve 5 kg zeytinyağını toplamda da 1.000.000 ton zeytinyağını da düşünmek hayal değildir.

Her gün zeytinyağının sağlık açısından yeni bir özelliği keşfedildikçe, Ege mutfağı ve zeytin kültürü yaygınlaştıkça ve düzenlenecek kampanyalarla kişi başına en az 5 kg tüketimi hedeflemekte hayal değildir.

Bunun yanında tamamen hiçbir ithalat yapmadan kendi özkaynaklarımızla yaptığımız üretimden 1.5 milyar dolarlık ihracat yapmakta hayal değildir.

Bu hedeflere ulaşabilmemiz için bugünden attığımız her adımı planlayarak atmalıyız. Bunun için ;

- 1- Öncelikle Dünya üzerinde neye aday olduğumuzu ortaya koyarak bölgeler itibari ile dikmemiz gereken çeşitleri planlamalıyız. Kaliteli ve gurme yağlar mı yoksa ham yağmı satmak istiyoruz veya sofralık damı geleceğimiz görüyoruz. Bu soruların cevabını en kısa zamanda bulmalıyız. Uyguladığımız destekleme ve teşvikleri çeşit bazında belirleyerek geleceği olan çeşitlere daha fazla teşvik vermeliyiz. Bugün uygulanmakta olan 2 etaplı desteklemeyi 3 etaba çıkararak devam ettirmeliyiz. Yani 1. ve en fazala aşı ile üretilen çeşitlere 2. olarak yağlık çeşitlere, 3. ve en düşük olarak Populasyon olarak yeterine dikilmiş çeşitlere verilmelidir.
- 2- Fidan dikimine uyguladığımız teşviki devam ettirme yanında üretimde kullanılan verim artırıcı teşvikleri de getirmeliyiz.
- 3- Ülkemizde en büyük eksikliği çekilen zeytin konusunda araştırma eksikliği gidermek amacıyla Araştırmacı sayısı artırılmalı ve desteklenmelidir.
- 4- En önemlisi de Türk Zeytinyağını en önce kendi tüketimimize sonra da tüm dünyaya tanıtmak amacıyla kampanyalara başlamalıyız. Bu konuda yarınlarımızı çizerken bir zamanlar içinde olduğumuz UZK ile tekrar birlikte hareket etmemiz büyük önem taşımaktadır.

MODERN ZEYTİN YETİŞTİRİCİLİĞİNİN AMAÇLARI

1. Birim alandaki ağaç sayısını arttırmak (Sık dikim yapmak).
2. Birim alandan alınan ürün miktarını arttırmak (Sulama yapmak).
3. Kaliteli ve sağlıklı ürün elde etmek.

Diğer ülkelerdeki gelişmeleri göz önüne aldığımızda, zeytinciliğinin bu ülkeler seviyesine getirilebilmesi için, devletin yetkili organlarının faaliyette bulunması gerektiği düşünülmektedir. Çünkü üreticiler, bilgi ve yeni teknolojiler yönünden eksiktirler. Yapılan bilinçsiz tarım, bilinçsiz sofralık ve yağlık işleme ile birleşince verim ve kalitede düşüklük meydana gelmektedir. Verimin az olması toplam üretim maliyetini artırmakta, tüketimi ise azaltmaktadır. Ayrıca kalitenin düşük olması da sofralık zeytin ve zeytinyağının tüketimini azaltan etkenler arasındadır.

Oysa, birçok gelişmiş ülkede olduğu gibi, ürün bazında kooperatif ve/veya birliklerin kurulmasına imkan ve destek verilmesinin sorunu çözeceği düşünülmektedir. Üretici birliklerinin bir araya gelerek öncelikle bölgesel, sonra ulusal bazda bütünleşmeleri sonucu, mevcut sorunların tek ağızdan ifade edilmesi imkânı olacaktır. Gelişmiş birçok ülkede üretici birlikleri, tarım alanında yapılan bilimsel araştırmaların çoğunu ürün bazında desteklemektedir. Bu araştırmalar üreticilerin sorunlarını çözmek veya yeni, kaliteli, hastalıklara dayanıklı ve verimli çeşit geliştirmek amacını taşımaktadır.

Birlik ise, kendi ürününden ulusal bazda sorumlu ve tek yetkili kurum durumundadır, bünyesinde devleti barındırmaz. Ülkemizde de zeytinde böyle bir birliğin oluşturulduğunu düşünürsek; zeytincilikle uğraşan ilçe, il ve bölgelerin bir araya gelmesi ile oluşan Ulusal Zeytinciler Birliği, üretici ve tüketicinin sorunlarını çözme yoluna gidecektir. Sorunların bilimsel olarak çözümünü arayacak, sonuçları bilinçli olarak üreticilere yayacak, tüketiciyi bilinçlendirmeye yönelik reklamlar yapacak, ihracat için yeni pazar imkânlarını arayacaktır.

Türkiye de diğer tarım ürünlerinde olduğu gibi zeytincilikte de üretimden tüketime kadar bazı sorunlar vardır. Sorunların tespit edilmiş olması kuşkusuz çözüm önerilerini de beraberinde getirmektedir. Türkiye siyah sofralık ağırlıklı olmak üzere yılda 25 ile 35 bin ton olan ihracatını genellikle Romanya Bulgaristan Rusya Almanya vb. ülkelere yapmaktadır. Çünkü Türk siyah sofralık zeytin işleme tekniği ve damak zevki ancak bu ülkelere uyum göstermektedir. Türkiye sofralık zeytin ihracatında belli etnik pazarlarla sınırlı kalınmasını olumsuz etkisini özellikle bazı kampanya dönemlerinde ciddi bir biçimde yaşamaktadır. AB uyum sürecinde de yaşanılması muhtemel sorunlardan birisi olan Türkiye'nin tuzlu ve uzun süre de yeme olgunluğuna gelen işleme tekniğinde ısrar etmesi ve sofralık zeytin işleme tesislerinin küçük aile işletmeleri yapısında teknolojiden uzak çalışıyor olmaları ve etnik pazarlarda bazı yıllar yaşanan sorunlar Türkiye sofralık zeytin ihracatında sıkıntıya düşürecektir.

Türk zeytinyağının dünya pazarları tarafından tercih edilmemesinin nedenleri

1. Zeytin ağacının Anadolu orijinli olduğunu,
2. 2.500 yaşında bir zeytinyağı fabrikası'nın Türkiye'de olduğunu,
3. Türk zeytinyağı'nın dünya kalitesinde bir zeytinyağı olduğunu,
4. Türkiye'nin yüksek kalite sürekliliğini sağlayan şişelenmiş üretim yapabildiğini (IOOC standartlarına uygun)
5. Türkiye'nin dünya'da 4'üncü veya 5'inci büyük zeytinyağı üreticisi olduğunu,
6. Türk zeytinyağı fiyatı'nın rekabet edebilir olduğunu,
7. Üretimimizin %50 kadarının Avrupa Birliği'ne re-export (genelde Amerika'ya) için ihraç edildiğini,
8. Türkiye sahil şeridinin zeytin yetiştirmek için mükemmel bir havaya sahip olduğunu anlatmalı ve öğretmeliyiz

Sorularınız varsa cevaplayayım.

Daha sonra aklınıza soru gelirse lütfen yüzyüze, e posta veya telefon yoluyla ulaşınız.

DERS NOTLARI SÜREKLİ YENİLENMEKTEDİR.
LÜTFEN DAHA ÖNCE İNDİRDİĞİNİZ DERS
NOTU VAR İSE
ONUN İLE SAYFADAKİ
DERS NOTUNUN TARİHLERİNİ
KARŞILAŞTIRINIZ VE
YENİ TARİHLİ OLAN DERS NOTUNU TERCİH
EDİNİZ.
NOTLARDA HATALI ve
EKSİK BİR YER GÖRDÜĞÜNÜZDE LÜTFEN
BİLDİRİNİZ.

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
EDREMİT MESLEK YÜKSEKOKULU

Zeytincilik ve Zeytin İşleme Teknolojisi
Programı

Öğr. Gör. Mücahit KIVRAK

0 505 772 44 46

kivrak@gmail.com

www.mucahitkivrak.com.tr