

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM REHBERLİĞİNDE ALAN UZMANLIĞI ÖNERİSİ:**  
**‘ZEYTİN TARIMI VE ZEYTİNYAĞI’ ÜZERİNE TURİST**  
**REHBERLİĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FEYZA BUDAK**

**BALIKESİR, 2022**



**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM REHBERLİĞİ ANABİLİM DALI**

**TURİZM REHBERLİĞİNDE ALAN UZMANLIĞI ÖNERİSİ:**  
**‘ZEYTİN TARIMI VE ZEYTİNYAĞI’ ÜZERİNE TURİST**  
**REHBERLİĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**FEYZA BUDAK**

**TEZ DANIŞMANI**

**DOÇ. DR. SEBAHATTİN KARAMAN**

**BALIKESİR, 2022**

**T.C.**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**TEZ ONAY SAYFASI**

Enstitümüzün Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nda 202012559005 numaralı Feyza BUDAK'ın hazırladığı Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: 'Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı' Üzerine Turist Rehberliği konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 02/11/2022 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan) Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU

İmza

Üye (Danışman) Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN

İmza

Üye Dr. Öğretim Üyesi Füsun Esenkal ÇÖZELİ

İmza

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

.../.../...

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ

Enstitü Onayı

## ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.../.../2022

İmza

Feyza BUDAK

## ÖNSÖZ

Turist rehberliği mesleğini icra eden bir rehber, Türkiye'nin zeytin varlığının coğrafi işaretli zeytinyağı ve zeytin ürünlerinin kıymetini bilen bir vatandaş ve meslekte hayat boyu öğrenmeye önem veren bir birey olarak, turist rehberliği mesleğinde zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşmanın gerekliliğini tespit ederek sunduğum bu çalışmanın ilgili kurumlara ve sektöre katkı sağlamasını umuyorum.

Turizm rehberliğinde lisans ve lisansüstü eğitimim boyunca sağladığı katkılar, 'Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: 'Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı' Üzerine Turist Rehberliği' başlıklı bu çalışmanın tüm hazırlık süreçlerinde bana yol gösterip, destek olduğu için Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN' a teşekkür ederim. Ayrıca araştırmamda büyük emekleri olan Sayın Prof. Dr. Özlem KÖROĞLU, Prof. Dr. Ruhan BENLİKAYA, Dr. Füsün ESENKAL ÇÖZELİ, Dr. Hasret ULUSOY, Turist Rehberi ve Bilim Uzmanı Semih şALK ve Bilim Uzmanı Yılmaz DENİZ' e ve bana zaman ayırarak görüşme imkanı yaratan tüm katılımcılara teşekkürü bir borç bilirim.

Turizm rehberliğinde lisansüstü eğitimim boyunca akademik bilgi ve birikimleriyle bana yol gösteren Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU, Prof. Dr. Düriye BOZOK, Doç. Dr. Nuray TETİK DİNÇ ve Doç. Dr. Seda şAHİN' e teşekkürlerimi sunarım.

Maddi ve manevi açıdan sosyal ve aile hayatımda gösterdikleri desteği, lisansüstü eğitimim ve tez döneminde en üst seviyede sergileyen BUDAK ailesine, eşim Serkan BUDAK ve can kızım Elif'e teşekkürlerimi sunarım.

**BALIKESİR, 2022**

**FEYZA BUDAK**

## ÖZET

### TURİZM REHBERLİĞİNDE ALAN UZMANLIĞI ÖNERİSİ: 'ZEYTİN TARIMI VE ZEYTİNYAĞI' ÜZERİNE TURİST REHBERLİĞİ

**BUDAK, Feyza**

**Yüksek Lisans, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN**

**2022, 185 Sayfa**

Zeytin tarımı ve zeytinyağı; gastronomi turizmi, agroturizm, kırsal turizm, etkinlik turizmi, doğa turizmi ve tarımsal turizm gibi alanlarda hizmet sunulabilecek önemli bir kültür temasıdır. Bu alanın turizmde kültürel bir öge olarak kazandırılması ve alanda uzmanlaşmış turist rehberlerinin rol alması önem arz etmektedir.

Bu çalışma, dört ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde turist rehberliği mesleği, ikinci bölümünde turist rehberliğinde uzmanlaşma ve uzmanlık alanları detaylandırılmıştır. Üçüncü bölümde zeytin, zeytinyağı ve zeytin tarımının Dünya'daki ve Türkiye'deki durumu açıklanmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde çalışmanın problemi, amacı, önemi ve yöntemi yer almaktadır. Araştırmanın bulguları ve yorumları üzerinde durularak, elde edilen veriler doğrultusunda araştırmanın sonuçlarına ve önerilerine yer verilmiştir.

Araştırmanın verileri, yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla üç farklı çalışma grubundan elde edilmiştir. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada araştırmacının hazırladığı sorular uzmanlar tarafından değerlendirilerek son halini almıştır. Görüşme formları ile paydaşların zeytin tarımı ve zeytinyağının; Türkiye için değerlendirilmesi, turizm alanına kazandırılması ve turist rehberliğinde uzmanlık alan önerisi getirilmesi konularında görüşleri değerlendirmeye alınmıştır. Rehberlik mesleği için alan uzmanlığı konusunda 'Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Turist Rehberliği' nin gündeme gelmesi önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turist Rehberi, Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma, Zeytin Turizmi, Zeytin Turisti

## **ABSTRACT**

### **SUGGESTION OF DOMAIN EXPERTISE IN TOURISM GUIDANCE: TOURIST GUIDANCE ON 'OLIVE AGRICULTURE AND OLIVE OIL'**

**BUDAK, Feyza**

**Master Thesis, Department of Tourism Guide**

**Adviser: Assc. Doç. Dr. Sebahattin KARAMAN**

**2022, 185 pages**

Olive farming and olive oil; It is an important cultural theme that can be served in areas such as gastronomy, agrotourism, rural, event tourism, nature tourism and agricultural tourism. It is important that this area is brought in as a cultural element in tourism and that tourist guides who are specialized in the field take a role.

This study consists of four main parts. In the first part of the study, the profession of tourist guiding, and in the second part, the specialization and areas of expertise in tourist guiding are detailed. In the third chapter, the situation of olive, olive oil and olive agriculture in the World, in Turkey has been tried to be explained. In the fourth chapter, the problem, purpose, importance and method of the study are included. By emphasizing the findings and comments of the research, the results and suggestions of the research are given in line with the data obtained.

The data of the study were obtained from three different study groups through a semi-structured interview form. In study, which was designed as a qualitative research, questions prepared by the researcher were evaluated by the experts and took their final form. By interview forms, the stakeholders' olive agriculture and olive oil; His views on the subject of evaluation for Turkey, bringing it to the field of tourism, and offering a field of expertise in tourist guidance were taken into consideration. Therefore, it is suggested that 'Olive Agriculture and Olive Oil Tourist Guidance' should be brought to the agenda in the field of expertise for the guiding.

**Keywords:** Tourist guide, Specialization Tourist Guiding, Olive tourism, Olive Tourist



# İÇİNDEKİLER

	<b>Sayfa</b>
ÖNSÖZ .....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ .....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiv
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Konusu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı.....	3
1.3. Araştırmanın Önemi .....	3
1.4. Araştırmanın Varsayımları .....	3
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	4
1.6. Tanımlar.....	4
<b>2. İLGİLİ ALANYAZIN .....</b>	<b>5</b>
2.1. Kuramsal Çerçeve .....	5
2.1.1. Turist Rehberi.....	5
2.1.1.1. Dünya’da Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi.....	6
2.1.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi.....	8
2.1.1.3 Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi.....	9
2.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi.....	11
2.1.2.1. Örgün Eğitim .....	13
2.1.2.2. Yaygın Eğitim .....	15
2.1.2.3. Türkiye’de Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi.....	16
2.1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin Özellikleri .....	19
2.1.4. Turist Rehberliği Mesleğinde Avantajlar ve Dezavantajlar.....	20
2.1.5. Turist Rehberliği Mesleğinde Karşılaşılan Zorluklar .....	22
2.1.6. Uzmanlaşma Kavramı.....	24
2.1.6.1. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma.....	25
2.1.6.2. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşmanın Olumlu Yönleri .....	26

2.1.6.3. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşmanın Olumsuz Yönleri .....	28
2.1.7. Turist Rehberliğinde Uzmanlık Alanları.....	29
2.1.7.1. Kültür-Sanat Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	29
2.1.7.2. Kültür Rotası Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma .....	30
2.1.7.3. Müze Rehberliği Alanında Uzmanlaşma .....	31
2.1.7.4. Savaş Alanları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma .....	32
2.1.7.5. İnanç Turu Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	33
2.1.7.6. Doğa Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma.....	34
2.1.7.7. Şehir Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma .....	35
2.1.7.8. Yurt Dışı Rehberliği Alanında Uzmanlaşma .....	35
2.1.7.9. Macera Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma .....	36
2.1.7.10. Gastronomi Turlarında Uzmanlık .....	37
2.1.7.11. Etkinlik Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma .....	38
2.1.7.12. Engelli ziyaretçilere Yönelik Rehberlik Alanında Uzmanlaşma ....	40
2.1.7.13. Kruvaziyer Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma.....	40
2.1.8 Zeytin ve Zeytinyağı .....	41
2.1.8.1. Zeytin Ağacının Özellikleri.....	42
2.1.8.2. Zeytin Bileşimi .....	44
2.1.8.3. Zeytinyağı.....	44
2.1.8.4. Zeytinyağı Üretim Süreci .....	46
2.1.8.5. Zeytinyağı Bileşimi .....	48
2.1.8.6. Yağ Asitleri .....	49
2.1.8.7. Zeytin ve Zeytinyağı Tarihçesi .....	49
2.1.8.8. Türkiye'de Zeytin Üretimi .....	50
2.1.8.8.1. Türkiye'de Bölgesel Zeytin Tarımı .....	52
2.1.9. Türkiye'de Uygulanan Hasat Teknikleri.....	54
2.1.10. Dünya'da ve Türkiye'de Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü .....	55
2.1.10.1. Zeytinlik Alanlar ve Dane Zeytin Üretimi .....	56
2.1.10.2. Zeytinyağı Üretimi .....	57
2.1.10.3. Tüketim .....	58
2.1.10.4. Dış Ticaret .....	60
2.1.11. Türkiye'de Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi.....	61
2.1.11.1. Dış Ticaret .....	64
2.1.12. Zeytinyağı Kullanım Alanları .....	66

2.1.12.1. Zeytinyağının İnsan Sağlığına Faydaları.....	68
2.1.12.2. Türk Mutfağında Zeytinyağı .....	69
2.1.12.3.Zeytin Hukuku.....	70
2.1.12.4. Asırlık Zeytin Ağaçları: Anıt Ağaçlar.....	71
2.1.13. Anıt Ağaçların Önemi ve İşlevleri .....	73
2.1.13.1. Kültürel ve Psikolojik İşlevleri .....	73
2.1.13.2. Kültür ve Sanat İşlevi .....	73
2.1.13.3. Bilimsel ve Çevre Koruma İşlevi .....	73
2.1.13.4.Turizm Açısından Önemi ve İşlevi .....	74
2.1.14. Zeytin-Zeytinyağı ve Turizm .....	79
2.1.14.1.Zeytin Kültür Rotaları .....	79
2.1.14.2. Zeytinyağı Müzeleri ve Türkiye.....	82
2.1.14.3. Zeytinyağı ve Agroturizm .....	85
2.1.14.4. Zeytin ve Festival Turizmi .....	86
2.1.14.5. İnanç Turizmi Kapsamında Zeytin.....	87
2.1.15. Zeytinin Simgeleri ve İnanç Kaynakları .....	87
2.1.16. Zeytin ve Gastronomi Turizmi.....	89
2.1.17. Zeytinyağı Rotası Örneği: Balıkesir .....	93
2.1.18. Zeytinyağı ve Kırsal Turizm/Eko.....	96
2.2. İlgili Araştırmalar .....	98
<b>3. YÖNTEM.....</b>	<b>106</b>
3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	106
3.2. Araştırmanın Evreni ve Çalışma Grubu .....	106
3.2.1. Birinci Çalışma Grubu .....	108
3.2.2. İkinci Çalışma Grubu .....	109
3.2.3. Üçüncü Çalışma Grubu .....	109
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri .....	110
3.4. Veri Toplama Süreci .....	111
3.5. Verilerin Analiz Edilmesi .....	111
3.6. Veri Analizinin Geçerliliği ve Güvenirliği .....	112
<b>4. BULGULAR VE YORUMLAR .....</b>	<b>113</b>
4.1.Nitel Veri Analizine Göre Bulgu ve Yorumlar .....	113
4.1.1. Katılımcılara ilişkin Özellikler.....	113
4.1.2. Görüşmelerden Elde Edilen Bulgular.....	114

<b>5.SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>144</b>
5.1. Sonuçlar .....	144
5.2. Öneriler .....	155
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>157</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>172</b>



## ÇİZELGELER LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 1. Yıllara Göre Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programları ...	17
Çizelge 2. Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri ve Amaçları ..	34
Çizelge 3. Zeytin Tanesinin Ortalama Bileşimi.....	44
Çizelge 4. Zeytin ve Zeytinyağının Besin Değerleri .....	45
Çizelge 5. Türk Gıda Kodeksine Göre Zeytinyağı Çeşitleri.....	46
Çizelge 6. Zeytinyağı Üretim Yöntemleri .....	48
Çizelge 7. Türk Gıda Kodeksi'ne Göre Zeytinyağının % Yağ Asidi Bileşimi.	49
Çizelge 8. Türkiye'nin Beş Zeytin Bölgesine Göre Daha Çok Yetişen Zeytin Türleri.....	53
Çizelge 9. Zeytin Hasat Teknikleri .....	55
Çizelge 10. Dünya Zeytinlik Alanları .....	56
Çizelge 11. Dünya Dane Zeytin Üretimi .....	57
Çizelge 12. Dünya Zeytinyağı Üretimi.....	57
Çizelge 13. Dünya Zeytinyağı Tüketimi.....	59
Çizelge 14. Yıllara Göre Sofralık ve Yağlık Zeytin/Zeytinyağı Üretimi .....	62
Çizelge 15. Türkiye'de İllere Göre Yağlık Zeytin Alanı ve Üretimi.....	63
Çizelge 16. Türkiye'nin Yıllara Göre Zeytinyağı İhracat Miktarı ve Değeri ...	65
Çizelge 17. Türkiye'nin Ülkelere Göre Zeytinyağı İhracat Miktarı .....	65
Çizelge 18. Türkiye Zeytinyağı İthalatı Miktarı ve Değeri .....	66
Çizelge 19. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tematik Turizm Koridorları.....	80
Çizelge 20. Uluslararası Zeytinyağı Müzeleri ve Rotaları.....	81
Çizelge 21. Türkiye'deki Zeytinyağı Müzeleri.....	83
Çizelge 22. Zeytinyağı Müzeleri ve Zeytinyağı Turizmi Arzı Unsurlarına İlişkin Bulgular.....	84
Çizelge 23. Türkiye Zeytin Rotasında Zeytinyağlı Yemekler .....	91
Çizelge 24. Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağlılara Örnekler .....	92
Çizelge 25. Havran-Gökduman Tarım Gıda Turizm Tic. Ltd. Şti. (Nermin Hanım Zeytinliği) ve Gömeç-Özemle Yaşam Tarafından Alınan Ödüller.....	95

<b>Çizelge 26.</b> Sürdürülebilir Turizm Aktivitesi Olan Zeytin/Zeytinyağı Turizmi ve Endüstriyel Miras Turizminin Sunduğu Kazanımlar .....	97
<b>Çizelge 27.</b> Birinci Çalışma Grubu .....	108
<b>Çizelge 28.</b> İkinci Çalışma Grubu.....	109
<b>Çizelge 29.</b> Üçüncü Çalışma Grubu .....	110
<b>Çizelge 30.</b> Çalışma Gruplarına Ait Demografik Özellikler .....	113
<b>Çizelge 31.</b> ‘Zeytin, Zeytin Ağacı ve Zeytinyağı’ Kelimelerinin Çağrıştırdığı İfadelere İlişkin Paydaşlarının Verdiği Cevapların İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	115
<b>Çizelge 32.</b> Paydaşların Türkiye’de Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberlerinin Uzmanlaşmalarının Gerekliliğine İlişkin İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	118
<b>Çizelge 33.</b> Paydaşların Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programına İlişkin İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	120
<b>Çizelge 34.</b> Uzmanlaşmanın Katkılarına Yönelik Bulgular .....	121
<b>Çizelge 35.</b> Uzmanlaşmanın Katkılarına Yönelik Tema ve Kodlar .....	123
<b>Çizelge 36.</b> Uzmanlaşma Programının Detaylarına Yönelik Bulgular.....	126
<b>Çizelge 37.</b> Uzmanlaşma Programının Detaylarına Yönelik Tema ve Kodlar.....	127
<b>Çizelge 38.</b> Uzmanlaşmanın Niteliklerine Yönelik Bulgular .....	130
<b>Çizelge 39.</b> Uzmanlaşmanın Nitelikleri Kategorisinde Tema ve Kodlar .....	131
<b>Çizelge 40.</b> Uzmanlık Sorumluluklarına Yönelik Bulgular.....	133
<b>Çizelge 41.</b> Uzmanlaşmanın Sorumlulukları Yönelik Tema ve Kodlar .....	133
<b>Çizelge 42.</b> Paydaşların Zeytin Rotasına İlişkin ifadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	136
<b>Çizelge 43.</b> Zeytin Rotasına Yönelik Tema ve Kodlar .....	137
<b>Çizelge 44.</b> Turist Rehberlerinin Turlarda Alan İle İlgili Karşılaştıkları Sorulara Dair İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	140
<b>Çizelge 45.</b> Çiftçilerin Arazilerinde Planlanacak Turizm Etkinliklerine Karşı Tutumlarının İçerik Analizine Yönelik Bulgular .....	141
<b>Çizelge 46.</b> Turist Rehberliğinde Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı üzerine Uzmanlaşma Eğitimi Programı İçerik Örneği.....	150

<b>Çizelge 47.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 1.....	151
<b>Çizelge 48.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 2.....	151
<b>Çizelge 49.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 3.....	152
<b>Çizelge 50.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 4.....	152
<b>Çizelge 51.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 5.....	153
<b>Çizelge 52.</b> Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği 6.....	153
<b>Çizelge 53.</b> Güney Marmara Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlik Tur Örneği.....	154

## ŞEKİLLER LİSTESİ

	<b>Sayfa</b>
<b>Şekil 1.</b> Türkiye’ de Turist Rehberliği Eğitimi .....	13
<b>Şekil 2.</b> Dünya’da Orta Kuşakta ve Akdeniz İklimi’nin Etkili Olduğu Alanlarda Zeytin .....	42
<b>Şekil 3.</b> Zeytinyağının Genel Üretim Aşamaları.....	47
<b>Şekil 4.</b> Türkiye’de Zeytin Yayılış Alanları .....	51
<b>Şekil 5.</b> Türkiye’de Bölgelere Göre Zeytin Ağaç Sayıları Yoğunluğu.....	52
<b>Şekil 6.</b> Türkiye’nin Beş Zeytin Bölgesi .....	53
<b>Şekil 7.</b> Dünya Zeytinyağı İhracatı /İthalatı 2019/2020.....	60
<b>Şekil 8.</b> Türkiye’de Yıllara Göre Zeytinyağı Tüketim Miktarı.....	64
<b>Şekil 9.</b> Türkiye Anıt Zeytin Ağaçları .....	78
<b>Şekil 10.</b> Agroturizm Faaliyetleri .....	85
<b>Şekil 11.</b> Ayvalık Hasat Günleri .....	87
<b>Şekil 12.</b> Türkiye’de Zeytin Rotası.....	90
<b>Şekil 13.</b> Turizm Paydaşlarına ‘Zeytin,Zeytin Ağacı ve Zeytinyağı’ Kelimelerinin Çağrıştırdığı İfadelere İlişkin Kelime Bulutu Analizi. ....	114



## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>ABD</b>	: Amerika Birleşik Devleti
<b>COE</b>	: Council of Europe
<b>FAO</b>	:Food and Agriculture Organization
<b>GGBS</b>	: Gıda Güvenliği Bilgi Sistemi
<b>HDL</b>	: Yüksek Yoğunluklu Lipoprotein
<b>IAATO</b>	:The International Air Transport Association
<b>IOC</b>	:International Olive Council
<b>KTB</b>	: Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı
<b>LDL</b>	:Düşük Yoğunluklu Lipoprotein
<b>Ö.M.</b>	: Özel Müze
<b>ÖSYM</b>	: Öğrenci Seçme Yerleştirme Merkezi
<b>T.B.M.M</b>	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
<b>TEBGE</b>	:Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü
<b>TUREB</b>	:Türkiye Turist Rehberleri Birliği
<b>TURSAB</b>	:Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b>UNESCO</b>	:United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
<b>UNWTO</b>	:The World Tourism Organization
<b>UZK</b>	: Uluslararası Zeytin Konseyi
<b>WFTGA</b>	:World Federation Of Tourist Guide Association
<b>WHO</b>	:World Health Organization

# 1. GİRİŞ

## 1.1. Araştırmanın Konusu

Turist rehberliği, turizm sektörünün olumlu yönde gelişmesine ve böylece ülke ekonomisinin gelişmesine katkı sağlayan önemli bir meslektir. Ülkeye gelen turistlerin gözünde ilk izlenimi yaratan turist rehberleri, ülkenin turizm potansiyelinin geliştirilmesinde ve olumsuz imajın ortadan kaldırılmasında da önemli katkı sahibidir (Prakash ve Chowdhary,2011). Turizm sektörünün sürekli gelişmesi ve sektördeki sürekli değişen talepler, turistlerle yan yana olan ve onların değişen taleplerine cevap vermeye çalışan turist rehberlerinin önemini her geçen gün artırmaktadır (Cohen, 1985; Yenipınar vd., 2014). Türkiye’de 1980’lerden bu yana uygulanan turizm politikalarında deniz, kum, güneş turizmine daha fazla ağırlık verilmiş, sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi ikinci plana atılmıştır. Deniz-kum-güneş turizmi olarak adlandırılan kitle turizmine alternatif özel ilgilerin tatminine yönelik farklı konulara sahip turizm faaliyetlerinin yapılması için uzman personele ihtiyaç duyulmaktadır (Köroğlu, 2007, s. 226). Turizmin çeşitlenmesi ve sezonun tüm yıla yayılması, taleplerin farklı alanlara dağılması, çeşitli alanlarda, yeni konularda ya da destinasyonlarda uzmanlaşma ihtiyacını doğurmaktadır. Yeni talepler, konular ve destinasyonlarda uzmanlaşmak için rehberlerin uzmanlık alanlarında eğitim almaları gerekmektedir (Yenipınar ve Çapar, 2017, s. 398). Çeşitli konularda da ve etkinlik alanlarında uzmanlaşan rehberler, meslekte performanslarını artırarak turist memnuniyetine önemli etkide bulunmakta ve özel ilgi turizminin gelişmesini sağlayarak turist profilinin zenginleşmesini ve turizm ürünlerinin çeşitlenmesine katkı sağlamaktadırlar (Köroğlu, 2007, s. 226).

Turist rehberlerinin uzmanlaşacağı alanlardan biri, zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine olmalıdır. Yeni nesil turistler, programlar dahilinde kitleler halinde seyahat eden, benzer yerlerde benzer yiyecek-içecekler tüketen, pasif rol üstlenerek sadece ziyaret eden konumda olmak yerine, seyahat ederken aynı zamanda aktif rol alabilen, deneyim elde eden, spesifik bir konuda detaylı bilgi edinmek isteyen, çevreye duyarlı,

yöresel faaliyetlere ilgili, yerel halk ile iletişime dayanan deneyime değer veren eğilim göstermektedir. Büyükşehirlerin kalabalığından uzaklaşmak isteyen, seyahat etme imkânı buldukları zaman diliminde doğal ortam ve doğal deneyimleri arz edenlerin taleplerinin karşılanması daha çok yerel kimliğe sahip ve geleneksel ürün ve üretim ile uğraşılacak destinasyonlar ile mümkündür.

Alanyazında; sürdürülebilir turizm, agro-turizm, eko-turizm, gastronomi turizmi ve zeytin turizmi olarak karşımıza çıkan turizm alanlarında temelde ortak bir faaliyet olarak gördüğümüz, zeytin ve zeytinyağı işletmeleri ziyaretleri, zeytinyağı tadımı, zeytinyağı satın alma, zeytinyağı özel ürün mağazalarından alışveriş yapma, gastronomi faaliyetleri, zeytinyağı müzelerini ziyaret, ilgili fuar ve festivallere katılım, zeytinyağı çiftliklerinde konaklama gibi çeşitli hizmetler sunulmaktadır. Farklı alanlarının çatısı altında sunulan hizmetleri ve gerçekleştirilen faaliyetleri zeytin tarımı ve zeytinyağı bileşenleri olarak adlandırmak mümkündür. Zeytin tarımı ve zeytinyağı gelişimine katkı sağlayacak paydaşlar, sadece turizm işletmecileri ile zeytin ve zeytinyağı üreticileri olarak düşünülmemelidir. Manisa vd. (2013, s. 13), zeytin ve zeytinyağı turizminin ekonomiye katkıları; *“zeytin tarımından elde edilen zeytin, zeytinyağı, sabun vb. ürünlerin tanıtılması, bu ürünlerin üretim süreçlerinin eğitim şeklinde gösterilmesi ve turistlere pazarlanması, ziyaretçilere kır manzarası rotalarıyla zeytin ağacı ve zeytinyağı elde edilmesi kültürünün tanıtılması ve Akdeniz tarzı beslenme içinde tüketimi fazla olan zeytinyağının tadımı yapılarak gastronomi turizminin yaygınlaşmasının sağlanması”* olarak ifade etmektedir.

Tüm bu faaliyetleri bir bütün olarak gerekli donanıma sahip turist rehberleri tarafından sunulması, bu alana ayrı bir önem katacaktır. Özellikle Türkiye'nin bir Akdeniz ülkesi olarak en önemli kültür öğelerinden birinin zeytin olduğu düşünüldüğünde Türkiye'de bu alanda sadece üretme, pazarlama / sunum alanında uzmanlar tarafından değil zeytinin tarihi, mitolojisi, tarımı, hasadı, zeytinyağının üretim aşamaları, zeytinyağının duyuşal özellikleri, zeytinyağlı yemekler ve mezeler, zeytin yağ katkılı ürünler ve hatta piyasa koşulları konularında alanında uzmanlaşmış bir turist rehberi tarafından profesyonel bir şekilde sunulması gerekmektedir.

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Bu alışma turist rehberliğinde uzmanlık alanında zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine öneride bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliği uzmanlık alanı çalışması yapılmamıştır. Türkiye’nin sahip olduğu zeytin ve zeytinyağı üretim potansiyeli ve ülkenin tescilli ve uluslararası ödüllü zeytinyağı ürünlerinin olması bu konuda uzmanlık alanı oluşturularak zeytinyağı turizminin daha detaylı yapılabileceğinin göstergesidir.

Yukarıda belirtildiği gibi zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliğinde uzmanlık alan önerisinin zeytin ve turizm sektörü tarafından gerekliliğinin bu çalışmada alan araştırmasıyla tespit edilmesi hedeflenmektedir. Alan araştırmasının Balıkesir-Körfez bölgesinde gerçekleştirilmesinin sebebi, bölgenin zeytinyağı üretimi ve kalitesi ile ulusal ve uluslararası ödüller ile adından söz ettirmesi, bölge ekonomisinin hem turizm hem de zeytin ve zeytinyağına bağlı olmasıdır.

## **1.3. Araştırmanın nemi**

Alanyazında zeytin ve zeytinyağı konusu, farklı turizm dallarında konu olarak ele alınmasına karşın turizm rehberliği uzmanlaşma alanları arasında yer almamaktadır. Turist rehberinin bilgi aktarma, turist deneyimlerini yönlendirme, organize etme, satış elemanı, eğlendirme, yorumlama ve grup lideri olma rolleri ile zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerinde derinlemesine sahip olduğu bilgiyi bir araya getirerek sunması, ülke kültürünün önemli bir ögesi olan zeytinin yerli ve yabancı turistlere tanıtımı ve deneyim edinmeleri açısından önemli bir açığın telafisi olacaktır.

## **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

Yapılan alışmada;

1. Araştırmada veri toplama aşamasında kullanılan ölçeklerin yeterli olduğu varsayılmıştır.

2. Tüm katılımcıların sorulan soruları iyi anladıkları ve samimi şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.

3. Seçilen örneklemin evreni temsil etme açısından yeterli olduğu varsayılmıştır.

### 1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, turizm paydaşları, zeytin-zeytinyağı paydaşları ve çiftçiler olmak 48 kişi ile sınırlıdır. Seçilen örneklem grubunun evreni yeteri kadar temsil ettiği ve örneklem grubu üzerinden evren hakkında genelleme yapılabileceği varsayılmıştır. Araştırma birebir görüşmelerin yapıldığı zaman dilimi ile sınırlıdır. Araştırma verileri, hazırlanan görüşme formundaki sorular ve katılımcıların bu sorulara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır. Katılımcıların doğru ve samimi cevap verdikleri varsayımı ise araştırmanın bir diğer sınırlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmanın kuramsal çerçevesi ulaşılabilen yerli ve yabancı kaynakları ile sınırlandırılmıştır.

### 1.6. Tanımlar

**Turist Rehberi:** ‘Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 26.12.2014 tarih ve 29217 sayı ile yayınlanan ‘Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği’ ne uygun olarak meslek icra etme yetkisi kazanan, yerli ve yabancı turistlere gezi öncesinde seçmiş oldukları dillerde rehberlik eden, onlara tanıttıkları bölgenin kültürel ve doğal mirasını aktaran, tur operatörü veya seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımlanan gezi programının, tüketici tarafından satın alındığı şekilde yürütülmesini sağlayan ve bu programı seyahat acentası adına yöneten kişilerdir’ (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği,2013).

**Turist Rehberliği Hizmeti:** Seyahat acentacılığı faaliyeti niteliğinde olmamak kaydıyla kişi veya grup halindeki yerli veya yabancı turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil kullanılarak ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının kültür ve turizm politikaları doğrultusunda tanıtılarak gezdirilmesini veya seyahat acentaları tarafından düzenlenen turların gezi programının seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımlandığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürütülüp acente adına yönetilmesini ifade etmektedir (Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği, 2012).

## 2. İLGİLİ ALANYAZIN

### 2.1. Kuramsal Çerçeve

Araştırmanın bu bölümünde, ‘Turist Rehberliği Mesleği’, ‘Turist Rehberliği Mesleğin Dünya’ da ve Türkiye’ de Tarihsel Gelişimi’, ‘Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi’, ‘Türkiye’ de Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi’ ve ‘Uzmanlık Alanları’ ve ‘Zeytin ve Zeytinyağı’ kavramları ele alınmıştır.

#### 2.1.1. Turist Rehberi

Rehber; birinin yol bulmasına yardımcı olan, kılavuzluk eden kişi anlamına gelmektedir. Turist ise gezgin ve seyyah ile eş anlamlı olup, dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla geziye çıkan kişidir (TDK,2022). Hacıoğlu’na (2000, s. 169) göre; rehber, paket tur kapsamında programı gerçekleştirmeden sorumlu olan kişidir. Rehber, genel anlamda kılavuzluk yaparak yolu tayin eden ve insanların doğruya erişmesini sağlayan kişidir (Demircan, 2007, s. 5). Yabancı ziyaretçiler için ise tur rehberi, bölge veya ülkenin temsilcileridirler (Pond, 1993,s. 7).

22 Haziran 2012 tarihli 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre *“Turist rehberi; kanun hükümleri uyarınca mesleğe kabul edilerek turist rehberliği hizmetini sunma hak ve yetkisine sahip olan gerçek kişiyi”* ifade etmektedir. Kanuna göre Turist rehberliği, yerli ya da yabancı, kişi ya da gruplara onların dilinden mesleğini icra ettiği ülkenin kültür, turizm, tarih, çevre, doğa, sosyal veya benzeri değerleri ile varlıklarının meslek etik kuralları dahilinde tanıtılması hizmetidir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu’na göre ‘Profesyonel Turist Rehberi (Seviye 5), yerli veya yabancı turistlere, turistlerin gezi öncesinde seçmiş oldukları dil ile uyumlu olmak üzere, rehberlik kimlik kartında belirtilen dillerde rehberlik eden, Türkiye’de tanıttığı bölgenin tarihi, kültürel ve doğal mirası hakkında bilimsel ve kapsamlı bilgi sahibi olan ve bu bilgileri iyi derecede bildiği en az bir yabancı dil ile turistlere aktarabilen, Türkiye’nin imajını en iyi şekilde yansıtabilen, seyahat acentaları

tarafından düzenlenen tur programlarını seyahat acentasının yazılı belgelerinde tanımladığı ve tüketiciye satıldığı şekilde yürüten, gezi programının tüketiciye satıldığı şekilde yürütülmesini sağlayan veya müze ve ören yerlerinde organize olmuş grup/kişilere rehberlik eden kişidir' şeklinde tanımlanmaktadır (http-1).

Dünya Turist Rehber Birlikleri Federasyonu'nun (World Federation of Tourist Guide Associations- WFTGA) tanımına göre turist rehberi; "Yurtiçi ya da yurtdışından gelen grup ya da bireysel ziyaretçilere, onların tercihleri doğrultusundaki bir dilde, bir bölge ya da şehirde bulunan anıtlar, müzeler, doğal ve kültürel çevre ve tarihi yerlerde kılavuzluk eden ve eğlendirici bir yorumla bunları ziyaretçilerine aktaran, yetkili otoriteler tarafından tanınan kişidir" (http-2).

### **2.1.1.1. Dünya'da Turist Rehberliğinin Tarihsel Gelişimi**

İngilizce seyahat anlamına gelen "travel" kelimesinin Latince çalışma anlamındaki "travail" kelimesinden türediği ifade edilen rehberlik mesleğinin temeli oldukça eskiye dayanmaktadır. İnsanların avcı toplayıcı dönemde yer ve yön bulma taleplerinin karşılanmasıyla ortaya çıktığı düşünülmektedir (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 4; Nebioğlu, 2013).

Mesleki anlamda rehberliğin ortaya çıkması hususunda farklı ifadeler bulunmaktadır. Rehberler, ilk çağlardan beri ibadethane ziyaretlerinde, savaşlarda, göçlerde ve ticari güzergâhlarda seyahat edenlere önderlik etmişlerdir (Eser, 2018, s. 28). Mısır'da rahipler, yazılı kaynaklarda "ilk rehberler" olarak kayda geçmiştir (http-3). Modern anlamda ise ilk turizm hareketleri, M.Ö. 7. yüzyılda olimpiyat oyunlarında spor karşılaşmalarına katılmak veya izleyici olabilmek için sportif amaçla çıkılan seyahatler ile başlamıştır (Saruhan, 1989, s. 18). Roma döneminde rehberlere Marcus Tullius Cicero'nun ismine ithafen çok konuşan manasında "Cicerone" ismi verilmiştir (http-4). M.S. 130 yılında Romalı İmparator Hadrian ve eşi Kraliçe Sebena, Mısır hakkında en çok bahsi geçen, 'Konuşan Heykeli' görmek için Nil Nehri boyunca tekneleriyle yol almışlardır. Mısırlı rahipler eşliğinde gerçekleştirilen geziler; dünyanın yazılı kaynaklara geçmiş ilk rehberli seyahatleri olmuştur (Feifer, 1986, s. 7). Sonraki dönemlerde Hıristiyanlığın ve Müslümanlığın yayılmasıyla inananlar; kutsal şehirlere ziyaretlerini rehberler eşliğinde gerçekleştirmiştir (İçöz, 2011'den aktaran Çevrimkaya, 2019, s. 8).

Orta çağda siyasi, sosyal, dini ve ekonomik açıdan doğuya hâkim olma isteğinde olan batılı toplumların oluşturdukları Haçlı Orduları (Demirkent, 2011, s. 66), kitlesel seyahatler meydana getirmişlerdir. Fakat bu seyahatler ilkel biçimde de olsa ulaşım, konaklama, güvenlik ve rehberlik hizmetlerinin bir arada olduğu ilk yolculuklar olmuştur (Değirmencioğlu, 1998, s. 11). Orta çağda ünlü bir gezgin olarak bilinen Marco Polo, kendisi gibi gezgin olan Herodot ve Evliya Çelebi kendi seyahatlerini kitaba alarak buldukları toplum için deneyimleri ile rehberlik etmişlerdir (Gökdemir, 2017).

16. yüzyıla gelindiğinde İngiltere'den Avrupa'nın merkez kentlerine eğitim, sanat ve kültürel nitelikli, 'Grand Tour' (Büyük Tur) adıyla seyahatler düzenlenmiştir (İçöz, 2003, s. 2). Grand Tour, yurt dışında ülkelerini temsil edecek gençlerin bu konuda yetişmeleri için genellikle 3 yıl süren bir uygulama gezisi şeklinde yapılmıştır. Bu dönemde zengin ve soyluların gezi deneyimlerini anlatan kitaplar ve günlükler yayımlanmıştır. Bu geziler esnasında kentlerin antik yerlerini, mimari yapıtlarını ve kültürel değerlerini Büyük Tur katılımcılarına aktaracak turist rehberine ihtiyaç duyulmuştur (Ahipaşaoğlu, 2005, s. 6).

Sanayi Devrimi etkisi ile seyahat eden Avrupalı bireylerin sayısında artış görülmüştür. Bu dönemde ulaşım ve konaklama alanındaki gelişmelere paralel olarak seyahat acentelerinin ortaya çıkışı hız kazanmıştır. Turizm ve turist rehberliğinin günümüz standardına kavuşması Sanayi Devriminden sonra gerçekleşmiştir (Ahipaşaoğlu, 2005, s.13). Tüm bu gelişmeler sonucunda 1841 yılında Thomas Cook tarafından İngiltere'de ilk olarak 571 kişilik turist kafilesine demiryolu ulaşımı ile gerçekleştirdiği tur, modern anlamda organize turun başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Bunun yanı sıra ilk ve düzenli olarak organize turu düzenleyen seyahat acentesi Thomas Cook'tur (Hacıoğlu, 2000, s. 3). Modern anlamda seyahat endüstrisinin de kurucusu olan Thomas Cook, düzenlediği turları bizzat yöneterek, çağdaş rehberliğin de öncülüğünü yapmıştır (Ahipaşaoğlu, 1997, s. 15-16).

Kitle turizminin gelişmesi turist rehberliğini zorunlu hale getirmiştir. Özellikle İngiltere'de bazı seyahat acentaları ve tur operatörleri, düzenli olarak rehber istihdam etmeye başlamış ve 1930'lu yıllardan sonra yerel rehberlerin eğitimi önem kazanmıştır (Dinçer, Kızılırmak, 1997, s. 125; Polat, 2001, s. 1).



### 2.1.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği Mesleğinin Tarihsel Gelişimi

Anadolu’da doğup büyüyen tarihçi ve coğrafyacı Heredot (M.Ö 484-425), gezdiği yerleri ve buralara özgü gelenekleri anlatan ilk rehberlerdendir ve bir anlamda kendisine kültür turizminin öncüsü demek mümkündür (http-5). Ayrıca Büyük İskender’in Anadolu seferinde (M.Ö. 336-323), Likyalı bir rehberin İskender’in ordusuna yol göstermek için görev yaptığı bilinmektedir (Çolakoğlu, Epik ve Efendi 2010, s.128).

Tanzimat fermanının ilanıyla birlikte (1839), Osmanlı-Avrupa ile arasındaki ilişkiler ve buna bağlı olarak İstanbul’a olan ilgi artış göstermiştir. Ülkeye yatırım yapmaya başlayan yabancı iş insanları ve tüccarların İstanbul’u sürekli ziyaret etmeleriyle birlikte “tercüman rehber” olarak nitelendirilen (Batman, vd.,2000, s. 45) yeni bir meslek dalı ortaya çıkmıştır. Başlangıçta Ermeniler, Rumlar, Süryaniler, Museviler, Fransız, İtalyan ve Maltalı Levanten ailelerin çocukları bu işe ilgi göstererek mesleği sahiplenmişler, herhangi bir batı dilini öğrenmenin şeriata aykırı olduğunu düşünen Müslüman halk ise uzun bir süre rehberlik mesleğinin dışında kalmışlardır (Değirmencioğlu, 2001, s. 190). Büyük bir kısmı azınlıklara mensup olan tercüman rehberlerin ya mensup oldukları ya da sempati duydukları azınlıkların haklarının Osmanlı Devleti’nce korunmadığı yönündeki görüşlerini yabancı konuklar ile paylaşması ülke azınlıkların ezildikleri yönünde bir kanı oluşmasına ve var olan olumsuz görüşün pekişmesine sebep olmuştur (Ahişapoğlu, 2001, s. 17). Bu nedenle Osmanlı Yönetimi, 20 Ekim 1890 tarihinde “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname”yi yayınlamıştır.

Birinci Dünya Savaşı ile Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin kuruluş yılları arasında tercüman rehberlik mesleğinde idari ve denetim eksikliği görölmektedir (Gökdemir, 2017, s. 19). Türkiye Cumhuriyeti’nin kurulmasından sonra rehberlik mesleğinin disiplin içinde icra edilebilmesi ve denetim altında tutabilmesi için 8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname” yürürlüğe girmiştir (Ahipaşaoğlu, 1997, s. 5-6). Ancak 1923 yılında, bugün ‘Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu’ adıyla bilinen “Türk Seyyahin Cemiyeti” kurularak, rehberlerin eğitimi ve yetiştirilmesi konusunda ilk ciddi girişim gerçekleştirilmiştir (Değirmencioğlu, 2001, s. 191). Türk Seyyahin Cemiyeti, tercüman rehberlik faaliyetlerini düzenlemeye çalışırken, bir yandan da Türkiye’nin turizm materyalleri basım işlerini gerçekleştirmiştir (Dinçer ve Kızılırmak, 1997, s. 126).

Tercüman rehberlik için ilk kez, “İstanbul İli İktisat Müdürlüğü” bünyesinde 1929 yılında kurs açılmıştır. Böylece belediyeler tarafından tam olarak uygulaması yapılamayan çevirmen rehberlik belgeleri için esaslar belirlenmiş ve ilk kez rehberlik sistematik bir eğitim ve sonunda sınav ile verilen belge olma özelliğine sahip olmuştur (Ahipaşaoğlu, 2001, s. 21).

2 Temmuz 1963 tarihinde ‘Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurularak kamu yönetimi düzeyinde sorumluluğunu almıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013). Bu sorumluluklar kapsamında belirli zaman ve mekânlarda kurslar açılarak turist rehberi yetiştirilmeye çalışılmıştır. 1971 yılına kadar 1925 kararnamesi geçerliliğini korumuş fakat 1971 yılı ve 13945 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” ile günün koşullarına uygun ilk meslek yönetmeliği yürürlüğe girmiştir. 21 Mart 1974 tarihinde bu yönetmelik “Profesyonel Turist Rehberliği Kursları ve Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adıyla değiştirilmiştir. İlgili yönetmelikte 1981, 1983, 1986, 1995 tarihlerinde çeşitli güncellemeler yapılmıştır (Değirmencioğlu, 1998, s. 20). Özellikle 1974 tarihinde yönetmelikte ilk kez profesyonellik ibaresi eklenerek hem mesleğin önemine işaret edilmiş, hem de tercüman rehberliğin artık günün koşullarında yetersiz olduğu kabul edilmiştir.

Daha önceki yönetmeliklerin iyileştirilmesi ve güncelliğe kavuşturulması için 25 Kasım 2005 tarih ve 16004 sayılı Resmi Gazete’de “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adıyla yeni bir yönetmelik yayımlanmıştır (TBMM, 2012). Bu yönetmelik; Resmi Gazete’de 22 Haziran 2012 tarih ve 6326 Sayı ile yayınlanan ‘Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na yerini bırakmıştır. Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nun ardından “Turist Rehberliği Meslek Yönetmeliği” de 26 Aralık 2014 tarih ve 29217 sayılı Resmi Gazete ’de yayımlanmıştır. 6326 sayılı kanun ve 29217 sayılı yönetmelik ile turist rehberliğinin tam anlamıyla bir meslek olarak görüldüğü ve turist rehberlerinin eğitimi, görevleri, hak ve sorumlulukları ile ilgili tüm detayların açıkça belirtildiğini söylemek mümkündür.

### **2.1.1.3 Turist Rehberliği Mesleğinin Önemi**

Ekonomik açıdan büyüme ve gelişimini turizme bağlamış ülkeler, turistlerin tercih ettiği destinasyonlar arasında yer almak için stratejiler geliştirmektedir. (Köroğlu, 2011, s. 233).Turist rehberi, turistlerin bir destinasyondan mutlu olarak

ayrılmasına ve destinasyon hakkında pozitif düşünce geliştirmesinde etkili olan kişidir (Ap ve Wong, 2001, s. 555)

Yapılan araştırmalar rehberli turların daha ilgi çekici ve potansiyel olarak heyecan verici olduğunu göstermektedir. Çünkü rehberler farklı tür ve amaçlara sahip grupların çevresel bağlamda etkileşime geçmesini sağlamaktadır. Bu durum rehberler içinde daha sınırlı bir alanda edinebileceğinden çok daha fazla kendini geliştirme, sınırlarını genişletme imkânı sunmaktadır(Pearce,1984, s. 130).

Jensen'a (2010) göre turist rehberleri, hizmet verdiği gruplar arasında bir aracı ve arabulucu olarak nitelendirilmektedir. Özellikle turist rehberleri iki kültür arasında hizmet verdiği için, kültürler arası teması sağlayan kişilerdir (Holloway, 1981). Bu yönü ile gruplar arasındaki iletişimi kolaylaştırmaktadır. Turist rehberleri turistlere bir iç görü kazandırarak yerel yaşam tarzı ve grup arasında tampon görevi üstlenmektedirler. Böylece yerel kültürün tanınırlığını artmaktadır (Schmidt, 1979, s. 450). Bunu gerçekleştirebilmesi için, turist rehberleri sadece yerel kültürü değil gelen misafirinde kültürü hakkında yeterli bilgi sahibi olmalıdır. Bu sayede rehberler hem tur grubunun hem de yerel halkın gereksinimlerini değerlendirebilir (Hughes,1991,s. 170). Özellikle bireysel seyahatin mesafe, siyasi, ekolojik ve coğrafi zorluklar nedeniyle kolay olmadığı bölgelere rehberli turlar zorunlu hale geldi (Schuchat, 1983, s. 468).

Taft (1977) ve Smith (1978), çalışmalarında turist rehberi ile onun etnik topluluğu arasındaki ilişkiyle ilgilenmişlerdir. Smith, geleneksel Eskimo yerleşimindeki rehberlerinin oldukça önemli rolleri olduğuna dikkat çekmiştir. Çok özel kültürel bilgiye sahiptir ve ev sahibi toplum hakkında deneyimi olmayan grup ile arada bir tek o vardır. İki farklı kültür arasındaki boşluğu toplum bilimi, dil zenginliği, her iki kültüre gösterdiği hoşgörü gibi önemli meziyetler ile yapacağı rehberliği marjinal olarak tanımlamaktadır(Pearce, 1984, s. 134).

Turist rehberleri ülke imajını biçimlendiren ve turistlere sunan birer elçidir (Köroğlu, 2011, s. 231). Seyahat işletmelerinin özellikle paket turlarda bir araya getirdikleri ulaştırma, biletleme, yeme-içme, konaklama, eğlence, müze ve ören yeri programları gibi hizmetlerin tura dönüştüğü anlarda, tüm yetki ve sorumluluk turist rehberlerindedir. Böylece turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler ve işletmelerin iş görenleri turistlerle her zaman doğrudan iletişim kurma imkânına sahip değil iken

turist rehberleri, turistlerle doğrudan iletişim kurabilme imkânına sahip olmaktadır (Zengin ve diğerleri, 2004, s. 366).

Turist rehberlerinin davranışları ile genel anlamda ait olduğu toplum ve ülke hakkında fikir ve bilgi aktararak ülkenin ve toplumunun tanınırlığı ve imajı üzerinde oldukça etkilidir. Rehberler, ülkesine turizmde katkı sağlamak için gerekli olan hizmeti kaliteli bir şekilde turistlere sunumunu gerçekleştirmektedirler (Zhang ve Chow,2004, s. 81).

Turistler ister ülke dışından ister ülke içinde seyahate çıkmış olsun, alışkın oldukları çevrenin dışında olduklarından, onlar için yabancı olan bu yerde her türlü yardıma ihtiyaç duyabilmekte ve bilgi almak istedikleri her konuda rehberlerden yardım almayı tercih etmektedirler (Değirmencioğlu ve Ahişapoğlu, 2003, s. 1-2). Örneğin rehberler, turistlerin nereye gidecekleri, neler görecekları ve yerel kültürün hangi yönleriyle ilişki kuracakları konusunda büyük bir etkiye sahiptirler (Köroğlu, Köroğlu ve Bilge, 2012 s. 131). Bu bağlamda rehberler, bir turun başarısını ya da başarısızlığını etkileyen, en önemli değişkenlerden biridir.

### **2.1.2. Türkiye’de Turist Rehberliği Eğitimi**

Türkiye’deki ilk turizm rehberlik eğitimi, Osmanlı Dönemine dayanmaktadır. Günümüz turist rehberliği eğitiminin temelleri, Osmanlı Devleti’nin son dönemlerinde atılmıştır (Değirmencioğlu, 1998, s. 14).

-Mesleğin kurumsallığa kavuşması için 28 Ekim 1890’da Osmanlı Devleti’nce “Seyyahlara Tercümanlık Edenler Hakkında 190 Sayılı Nizamname” yürürlüğe konulmuştur

-1923 yılında kurulan “Türk Seyyahatin Cemiyeti” rehber eğitiminde ilk önemli adımı atmıştır.

-8 Kasım 1925 tarih ve 2730 sayılı “Ecnebi Seyyahlara Tercümanlık ve Rehberlik Edecekler Hakkında Kararname” yayınlanarak rehberlik mesleğini icra edecek kişilerin uymaları gereken esasları 11 madde halinde düzenlenmiştir.

-Profesyonel Turizm Rehberliği Yönetmeliği’ne en yakın nitelikte ilk düzenleme, “Tercüman Rehber Kursları ve Tercüman Rehber Yönetmeliği” 3 Eylül

1971 gün ve 13945 sayı ile yayınlanmıştır. Bu çalışma 21 Mart 1974 tarihinde “Profesyonel Turist Rehberliği Yönetmeliği” adını almıştır.

-Daha önceleri Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen turist rehberliği eğitimi, 9 Ağustos 1995 tarihinden itibaren ‘Turist Rehberliği Yönetmeliği’ne getirilen ek madde ile üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinde okutularak, KPDS’den 70 puan barajını geçen ve uygulama gezilerine katılan kişilere rehber olma imkanı verilmiştir (Ahipaşaoğlu, 2006, s. 28).

-Türkiye’de ilk defa turist rehberliği lisans eğitimi, 1997 yılında Erciyes Üniversitesi’ne bağlı olan Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda başlamıştır (Tolga vd., 2015).

- Turizm rehberliği eğitimi; turist rehberliği veya turizm rehberliği adı ile anabilim dalları kurularak, tezli ve tezsiz yüksek lisans düzeyinde de verilmeye başlanmıştır (Yenipınar ve Kardeş, 2019).

Turist rehberliği eğitimini içeren 6 farklı düzey ortaya çıkmıştır.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın açmış olduğu 3 ve 6 aylık kurslar,
- Üniversitelerin turist rehberliği ön lisans programları,
- Üniversitelerin turizm rehberliği ile ilgili lisans bölümleri,
- Üniversitelerin turizm rehberliği ile ilgili tezsiz yüksek lisans bölümleri,
- Üniversitelerin turizm rehberliği ile ilgili tezli yüksek lisans bölümleri,
- Üniversitelerin turizm rehberliği ile ilgili doktora programı,

Turist rehberliği, 22 Haziran 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6326 Sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’nun 3. Maddesi C bendine göre; “*Üniversitelerin turist rehberliği bölümlerinin ön lisans, lisans veya yüksek lisans programlarından mezun olmak veya üniversitelerin turist rehberliği bölümü dışındaki diğer bölümlerinden en az lisans düzeyinde mezun olduktan sonra, birliklerin ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliğinin ortak önerileri ve Bakanlığın onayıyla turizm sektörünün ihtiyaçları da dikkate alınarak belirlenen dillerde, gerektiği hâllerde belirlenen bölgelerde, yönetmelikle kurs ve sınavlara ilişkin belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde Bakanlığın gözetimi ve denetimi altında birlikler tarafından düzenlenen ülkesel veya*

*bölgesel turist rehberliği sertifika programını başarıyla tamamlamak.* ” şeklinde ifade edilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye’de turizm rehberliği eğitimi; Turizm ve Kültür Bakanlığı bünyesinde birlikler tarafından düzenlenen kurslar (sertifika programı), üniversiteler bünyesinde ön lisans, lisans ve lisansüstü ( yüksek lisans-doktora) programlarında yürütülen eğitimler olmak üzere toplamda dört farklı seviyede verilmektedir.

TURİST REHBERLİĞİ EĞİTİMİ	
Örgün Eğitim (Üniversiteler)	Yaygın Eğitim (Tureb)
Önlisans	Turist Rehberliği Sertifika Programları
Lisans	
Yüksek Lisans (Tezli-Tezsiz)	
Doktora Programı	

**Şekil 1. Türkiye’ de Turist Rehberliği Eğitimi**

**Kaynak:** Ceylan, U., Padır, H. (2022). Turist Rehberliği Bölümü Akademik Personelinin Eğitim Profili: Devlet Üniversiteleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 842-857.

### 2.1.2.1. Örgün Eğitim

Örgün eğitim, eğitim-öğretim kurumlarında gerçekleşmekte ve belirli süre sonunda diploma ile belgelendirilmektedir (Gül, 2012, s.28). Örgün eğitim; belli bir çatı altında, devlete ait ya da bağlı kurum ve kuruluşlar tarafından, ulusal ve uluslararası eğitimin amaç ve hedeflerine ulaşmak amacıyla hazırlanan öğretim programları dâhilinde bir programa bağlı kalarak, belirli yaş gruplarına, belirli süreler içerisinde verilen formal eğitim unsurudur (Taymaz, 1978, s. 6; Kasapçopur vd., 2010, s. 7).

Örgün eğitimde yer alan eğitim ve öğretim kademeleri;

- Okul öncesi,
- İlköğretim,
- Ortaöğretim ve
- Yükseköğretim seviyelerinden oluşmaktadır.

Türkiye’de yükseköğretimde turizm eğitim ve öğretimi ise; ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeylerde gerçekleştirilmektedir.

- Ön lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi, 1990’lı yıllardan itibaren üniversiteler dâhilinde verilmeye başlanmıştır (Ankara Üniversitesinin Başkent Meslek Yüksekokulu)

- 1997 yılında ilk olarak Erciyes Üniversitesine bağlı Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda, lisans düzeyinde turist rehberliği eğitimi verilmeye başlanmıştır.

- Turist rehberliği eğitimi lisans düzeyinde verilen eğitimden sonra lisansüstü düzeyde de 2015-2016 eğitim-öğretim döneminde Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından Rekreasyon ve Turizm Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı kapsamında lisansüstü eğitimi ile hizmete sunulmuştur.

- Turizm rehberliği doktora programı ilk olarak 2021-2022 eğitim-öğretim döneminde, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi tarafından Turizm Araştırma Enstitüsü kapsamında eğitime başlamıştır.

- Turist rehberliği lisansüstü eğitimi üniversiteler bazında Sosyal Bilimler Enstitülerine bağlıdır. Bazı üniversitelerde yüksek lisans eğitiminde tez şartı var iken bazı üniversitelerde tezsiz yüksek lisans programları mevcuttur.

- Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü kapsamında Turizm Rehberliği Anabilim Dalında ilk kez 2016-2016 öğretim döneminde bölümde Tezsiz Yüksek Lisans programını açmıştır (Topsakal,2021, s. 102).

Olsen ve Khan’a (1989) göre lisansüstü turizm eğitimi; öğrencilerin kariyer edinmelerini sağlarken aynı zamanda turizm sektöründe orta ve üst düzey yönetici, eğitimci, danışman ve araştırmacı yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Gül, 2012, s.38-39). Yüksek lisans ve doktora düzeyinde turizm eğitiminin amacı ise ülkesel turizm politikaları ve strateji planlamaları üzerine bilimsel nitelikte araştırma yapabilecek,

yaşanan sorunları analiz edip çözüm önerileri getirebilecek turizm alanında uzmanlar ve turizm eğitimi veren öğretim elemanları yetiştirmektir. Olsen ve Khan'a (1989) göre Turizmde doktora çalışmaları ile turizm sektörü üzerine araştırmalarda bulunmak akademiye ve sektöre katkı sağlamayı amaçlamaktadır (Çimen, 2006, s.78).

Türkiye'de çeşitli üniversiteler kapsamında ön lisans, lisans ve lisansüstü eğitim düzeylerinde turizm rehberliği bölümü yer almaktadır. Karaman (2022) tarafından derlenen ve ÖSYM-2022 verilerine göre Türkiye'de 17 farklı ilde 23 adet üniversite kapsamındaki meslek yüksekokullarında ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde 2 farklı üniversitede ön lisans turist rehberliği bölümü bulunmaktadır. Ek-6' da, Türkiye'de lisans eğitim düzeyinde 36 üniversite lisansüstü eğitim düzeyinde ise 23 üniversite bünyesinde turizm rehberliği bölümünde eğitim verilmektedir (Karaman, 2022).

#### **2.1.2.2. Yaygın Eğitim**

Yaygın eğitim, örgün eğitimin belli bir kademesinden sonra eğitim hayatına devam etmeyen, örgün eğitimi tamamlayan ya da örgün eğitim sistemine hiç katılmamış bireylere, bir mekâna bağlı kalmadan, bireylere meslek edindirmek, meslekte gelişimlerine destek olmak ve çeşitli alanlarda gelişmeleri öğretme kamacıyla eğitim alanına özel şartları sağlayan herkesin katılabileceği eğitim programlarıdır (Türkseven, 2012, s.63).

Kültür ve Turizm Bakanlığı denetiminde TUREB tarafından verilen turist rehberliği kursları bu alanda verilen yaygın eğitim faaliyetidir. Örgün eğitimden sonra diploma, yaygın eğitimden sonra ise bireyler, sertifika almaktadır (Gökdemir, 2017, s. 31).

Sertifika Programı;

- Düzenleme Önerisi: TUREB ve TÜRSAB
- Onay ve Gözetim: Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Uygulama: TUREB, tarafından gerçekleştirilmektedir.



### 2.1.2.3. Türkiye’de Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi

Uzmanlaşma eğitimleri; birliğin görüşü alınarak Bakanlığın denetiminde yine birlik ve odalar tarafından belirlenen program ve konu doğrultusunda verilen kapsamlı eğitimlerdir. Turist rehberliğinde uzmanlaşma eğitiminin amacı, turizm çeşitliliğini dikkate alarak, bölgelere göre uzman turist rehberi yetiştirmek ve turist rehberlerinin çeşitli konularda derinlemesine eğitimini sağlamaktır.

Rehberlikte uzmanlaşma eğitimleri aşağıda detaylandırılmış hiyerarşi dahilinde gerçekleşmektedir.

- Gözetim ve denetimde yetkili kurum: Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Görüş alınan kurum: Birlik
- Düzenleyen kurumlar: Meslek odaları
- Eğitim veren uzmanlar: Kamu kuruluşu, Yükseköğretim kurumları, mesleki ve özel kuruluşlarda uzmanlaşmış kişiler
- Kazanım: Uzmanlık Sertifikası

TUREB’in Anadolu Üniversitesi ile 16 Nisan 2018 tarihinde yapmış olduğu protokole göre; rehberler ve rehberlik öğrencileri Anadolu Üniversitesi tarafından verilen uzaktan eğitim kapsamındaki sertifika programlarına katılarak, yapılan sınavda başarılı olanlar uzmanlık sertifikası alacaklardır. E-sertifika kapsamında; Sanat Tarihi Uzmanlığı ve Kültürel Miras Uzmanlığı programları yer almaktadır (hhttp-7).

**Çizelge 1. Yıllara Göre Turist Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programları**

	Uzmanlaşma Programı	Yıl
1	Çanakkale Savaşları (ANZAC) Eğitim Programı	2003
2	Çatalhöyük Eğitim Programı	2003
3	Taksonomi (Bitki Sistematiği) Eğitim ve Gezisi	2004
4	Türkiye'de Musevi Mirası Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitim Programı	2004
5	Çocuk ve Müze- Mesleki Eğitim Programı	2004
6	Yurt dışı Turlar: Mısır Eğitim Programı	2004
7	Yurt dışı Turlar: İtalya Eğitim Programı	2004
8	Çanakkale Uzmanlık Eğitim Programı	2005
9	Genel Mısır Tarihi Eğitim Programı-	2005
10	Yurt dışı Turlar, s. İspanya Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2007
11	Yurt dışı Turlar: İtalya Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2007
12	İtalya Üzerine Mesleki Eğitim Turları	2007
13	Fransa Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2007
14	İspanya Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2007
15	Mısır Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2008
16	Güney Afrika Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2008
17	Dubai- İsviçre Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2008
18	Avustralya- Yeni Zelanda Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2008
19	Dalgıçlık (ilk seviye) Mesleki Eğitim Programı	2008
20	Çocuk ve Müze- Mesleki Eğitim Programı	2008
21	Antik ve Genç Çağlarda İstanbul	2008
22	Gastronomi ve Şarap Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2008
23	Kuş Gözlemciliğine Giriş Mesleki Eğitim Programı	2008
24	İstanbul Kültür Sanat Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programı	2009
25	İstanbul Kültür Sanat Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programı	2010
26	İstanbul Kültür Sanat Rehberliği Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitim Programı	2012

Çizelge 1- devamı

	Uzmanlaşma Programı	Yıl
27	İstanbul'da İslam Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
28	İstanbul'da Musevi Mirası Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
29	İstanbul'da Mimari Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
30	Bizans İstanbul'u Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
31	İstanbul'da Yalılar Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
32	İstanbul'da Kuş Gözlemciliği Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
33	İstanbul'da Hıristiyanlık Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
34	İstanbul'da Su Yapıları Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
35	İstanbul'da Ticari Yapılar Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
36	Osmanlı İstanbul'u Uzmanlaşma Eğitim Programı	2013
37	Likya Yolu Uzmanlaşma Eğitim Programı	2014
38	Yeni Bir Turizm Rotası Olarak Büyük Usta: Mimar Sinan Uzmanlaşma Eğitim	2015
39	Topkapı Sarayı Uzmanlaşma Eğitim Programı 2015	2015
40	Askeri İbradi Botanik Turizmi Uzmanlaşma Eğitim Programı	2015
41	Bisiklet Rehberliği Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
42	Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
43	Gastronomi Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
44	Trakya Bölgesindeki Mimar Sinan Eserleri Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
45	Yedi Kiliseler Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
46	Doğa Yürüyüş Programı Uzmanlaşma Eğitim Programı	2016
47	Türk Halıcılığı Üzerine Mesleki Eğitim Programı	2017
48	Doğu Roma Mirası Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitim Programı	2017
49	Eyüp Belediye Başkanlığı ESTAM (Eyüp Belediyesi Eyüp Sultan Tarihi Merkezi) Rehberliği Rehberlikte Uzmanlaşma Eğitimi	2017
50	Troia ve Çanakkale Savaşları Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlaşma Eğitim Programı	2019
51	Göbeklitepe ve Mezopotamya Uzmanlaşma Eğitim Programı	2019
52	Yedi Kiliseler Uzmanlaşma Eğitim Programı	2019
53	İslam Sonrası Türk Defin Kültürü ve Mezar Taşları Sanatı Uzmanlık Eğitim Programı	2021
54	Afyon Frigyası ve Savaş Alanları Uzmanlık Eğitim Programı	2021
55	Hititler Uzmanlık Eğitim Programı	2022
56	Çanakkale Savaş Alanları ve Gelibolu Tarihi Alanı Uzmanlık Eğitim Programı	2022

**Kaynak:** http-18

Güney Afrika, Dubai, Mısır, İtalya ve İspanya gibi ülkelerin 12 farklı program ile yurtdışı uzmanlık eğitim programlarında yer aldığı dikkat çekmektedir. İstanbul tam olarak 18 farklı uzmanlaşma eğitim programına konu olmuştur. Çanakkale ve savaş alanları konulu farklı tarihlerde 5 defa uzmanlık eğitimi programı açılmıştır. Tarihi, kültürel ve doğal turizm rotaları üzerine yapılan çalışmalar diğer uzmanlaşma

eğitim programları arasındadır. TUREB ve Meslek Odalarının web sayfalarının incelenmesi sonucunda, uzmanlık eğitimlerinin en fazla 2013 ve 2008 yıllarında gerçekleştiği görülürken, 2020’de herhangi bir program düzenlenmemiş olduğu görülmektedir. Pandeminin turizm hareketlerinde etkili olduğu gibi uzmanlaşma eğitim programlarını da etkilemiştir.

### **2.1.3. Turist Rehberliği Mesleğinin zellikleri**

Turist rehberleri, turistlerin gezdikleri ülke ya da şehir hakkında ilk bilgi edindikleri kişilerdir. Bu nedenle rehberlerin her türlü tavrı ve cümlesi, grup üzerinde etki yaratmaktadır. Bu etki ile kişiler o ülke hakkında genel yargılara ulaşır, buda ülkenin ve toplumun pozitif ya da negatif olarak algılanmasına neden olmaktadır(Ahipaşaoğlu, 2006, s. 68).

Bir turist rehberi bir şehrin turunu, ister büyük bir turist grubu olsun, ister özel ilgi alanlarına sahip daha kk bir grup olsun program ve zaman izelgesi dahilinde dostça bir atmosferde profesyonel davranış kurallarına saygı göstererek gerçekleştirmektedir. Rehberlik mesleğinin gereklilikleri arasında geniş kapsamlı tarih, coğrafya, sanat ve mimarlık, ekonomi, siyaset, din ve sosyoloji alanında bilgi birikimi, en az bir yabancı dilin uzmanlık bilgisi, mükemmel konuşma kabiliyeti ve aynı zamanda çeşitli alanlardan özel terminoloji bilgisi olmalıdır. Rehberler insanlarla çalışma ve iletişim kurma becerisine sahip olmalı ve içinde verimli olmalıdır. Ayrıntılı yorumlamaya becerisine sahip turist rehberi, iki ülke arasında iyi bilgilendirilmiş bir arabulucudur. Birçok tematik alanda ve farklı düzeylerde en yeni araştırmaları takip edip, grupların ilgisini ekebilmelidir. Kültürel ve coğrafı olarak tanımlanmış çalışma alanında talep edilen seyahatte planlı ve bilgili olmalıdır (Markovic ve Patrovic,2014, s.116).

Markovic ve Patrovic (2014) tarafından yapılan çalışmada, bir turist rehberinin hizmet kalitesinin bir seyahat acentesinin itibarı ve “kulaktan kulağa” pazarlamanın en önemli faktörü olduğu ortaya konmuştur. Bu nedenle, turist rehberi kaliteli hizmet sunmuşsa, bir seyahat acentesinin itibarı daha iyi olmakta ve seyahat acentesinin satışları artmaktadır. Bunu göz önünde bulundurarak seyahat acenteleri gerekli donanımına sahip olacak turist rehberlerini dikkatlice seçmelidir. Bir seyahat acentesinin

itibarını ve kulaktan kulağa pazarlama ile en yüksek korelasyon turist rehberi ile bağlantılı bulunmuştur.

Kemboi ve Jairus(2018) çalışmalarında, turist rehberlerinin turlarda problem çözme becerilerini geliştirmeleri gerekliliğini ortaya koymuştur. Ayrıca bir turist rehberinin geliştirmesi gereken bir diğer yönü turistlerin ilgilerini rehberlik hizmetine yönlendirmeyi sağlamaktır. Ayrıca bir tur rehberi hem yerli ziyaretçilere hem de yabancı turistlere hizmet verebilme becerisi ve yeteneğine sahip olmalıdır. Rehberler, turistlerin ilgi alanlarını geliştirmek için mizah anlayışını kullanmalıdırlar.

Turun temelinde gezinin yöntemi yatmaktadır. Gezinin yöntemini belirleyen kişi ise rehberdir. Rehber gezide misafir ettiği gruba göre kullanacağı dil ve aktarma şeklini tayin etmektedir. Gezinin üç bileşeni vardır. Bunlar, rehber, turist ve gezi noktalarıdır. Turist rehberi, kullandığı dil ve iletişim yöntemi ile her iki bileşen arasında bağ kurulmasını ve her şeyin yolunda gitmesini sağlayan etkin rol sahibidir. Günümüzde en önemli unsurlardan biride rehberlerin kendilerini güncel tutmasıdır. Rehberlerin mesleki becerilerinin geliştirilmesi, eğitim ve tanıtım turlarına katılması, saha gezilerinde yer alması, özel çalışmalar ve gözlemlerde bulunması gerekmektedir (Kovalenko, 2021, s. 736).

Turist rehberleri; heyecan verici yerleri sıkça ziyaret eden, kaliteli restoranlarda yemek yiyen, lüks otellerde hoş zaman harcayan ve tüm bunların yanında kendisine ödeme yapılan kişiler olarak görülmektedir. Fakat bu süreçte rehberin ne kadar yoğun çalıştığı göz ardı edilmemelidir. Özellikle rehberlerin mesleklerini icra ederken genellikle evlerinden ayrı olmaları da aile yaşamlarını olumsuz bir şekilde etkileyebilmektedir (Karakaş vd., 2018, s. 17). Genel anlamda rehberler, iyi bir planlayıcı, iyi bir anlatıcı, bilgi almak için doğru kaynak niteliğinde, liderlik kabiliyetine sahip, her zaman öğrenmeye açık, öğretme yeteneği olan ve en az bir yabancı dili çok iyi derece bilen kişilerdir.

#### **2.1.4.Turist Rehberliği Mesleğinde Avantajlar ve Dezavantajlar**

Her mesleğin kendine göre bir zorluğu olduğu gibi turist rehberliği mesleğinin de avantajları ve dezavantajları vardır. Diğer pek çok kişiye göre cezbedici olsada insana hizmet veren sektör olması nedeniyle birçok zorluğunda beraberinde getirmektedir.

Turist rehberliği dışarıdan bakıldığında sürekli gezme halinde, gezme ile çalışmayı bir arada sürdüren ve aynı zamanda da para kazanılan bir meslek olarak görölmektedir. Rehberler gezdirdiği grup ile sürekli sosyal ortam paylaşan ve onlara bilgi aktarımı yapan entelektüel kişiler olarak görölmektedir. Tüm bu çekici unsurlar bir o kadar da sorumluluk içermektedir. Turist grubunun memnuniyetini sağladığı ve her şey yolunda gittiği sürece işin sadece güzel tarafı görölmektedir. Çalışma saati kavramının olmayışı, tur süresince olumsuzluktan kaynaklanan stres, konaklama ve yeme-içme tesislerinde yaşanan problemler, sürekli seyahatte olmaktan kaynaklı ailevi problemler, sezonluk olarak çalışmanın getirdiği maddi problemler, kendini sürekli güncel tutmaya zorunlu olmak, araştırmak, her daim bilgi ve deneyimleri edinmek için fırsat yaratmak rehberlik mesleğinin sorumlulukları ve zorlukları arasında saymak mümkündür.

Özellikle standart bir güzergâhta çalışmayarak bölgeler arasında seyahat etmek rehberlerde fiziksel yorgunluğunda gündeme getirmektedir. Üst üste yapılan seyahatler ve değişen programlar kişide hem beden hem de zihnen yorgunluğa sebep olmakta ve işini yapabilmek adına bazen çok daha fazla çaba sarf etmeyi zorunlu kılmaktadır.

Son araştırmalar ve yayınlanmış kaynaklar turist rehberlerinin temel sorunlarını ortaya koymaktadır (Sakun, 2004; Báez vd., 2020). Bu sorunlar; becerilerini geliştirmek (Dashevskaya ve Tomkoviç, 2018; Gültekin ve Icigen, 2019) bireyin sürdürülebilir gelişimi (Nychkalo, 2000; Holovashenko, 2002; Yaksa, 2006;), kurs ve eğitim ihtiyacı (Nychkalo, 2000), gezi yöntemlerinin ve organizasyonunun geliştirilmesi ve iyileştirilmesi (Caber vd., 2019; Edelheim, 2020; Lee ve Moon, 2020) şeklinde ifade edilmektedir. Aynı zamanda gezi alanlarında mesleki eğitim içeriğinin geliştirilmesi gerektiği sonuçlarına ulaşılmıştır (Fedorchenko, 2002; Fedorchenko vd.,2004).

Sonuç olarak, rehberlik mesleği de diğer meslekler gibi avantajlı ve dezavantajlı yönleri sahiptir. Turist rehberleri ücretsiz seyahat ederek, tarih, kültür, doğa, mimari vb. olmak üzere pek çok konuda uzman olabilir, dünyanın her yerinden insanlarla tanışıp farklı kültürler hakkında deneyim sahibi olabilir ve bunlar gerçekleştirilirken herhangi bir ücret ödemez tam tersi ücret elde etmektedirler. Öte yandan, rehberlik mesleği icra edilirken çok fazla süre çalışma ve plan, programın detaylıca yapılması gerekmektedir. Rehberler, tur süresince lider konumunda oldukları

için tur esnasında her alanda sorumluluk almak zorundalardır. Dolayısıyla rehberler daima aktif kalarak, mola verme, izinli olma gibi imkânlarla sahip değildirlir. Ayrıca rehberler tur esnasında sadece kişilerin seyahat problemlerini değil, karşılaşılabilecek tüm problemlerini çözmekle sorumludurlar.

Gürge'nin (2018) turist rehberlerinin katılımıyla gerçekleşen çalışma sonucunda; ücretler, güvenlik, meslek değişimi, beceri, esneklik, özel hayat, bütünleşme ve yasal düzenlemeler mesleğin olumsuz yönleri olarak sıralanmaktadır. Ayrıca turist rehberleri fiyat olarak taban ücreti yeterli olduğunu ifade ederken, mesleğin mevsimselliği nedeniyle yıl boyunca çalışmadıklarından yıllık kazancın yetersiz olduğunu belirtmektedirler. Fakat yıl boyunca çalışmadıkları için yaz boyunca çalışıp özellikle iş bulamadıkları dönemde bununla yaşamak zorunda olduklarından yıllık kazancın yeterli olmadığıdır. Çalışma kapsamında rehberler; belgesiz çalışanlar ücret yetersizliği ve haklarının korunması adına yapılan çalışmaların yetersizliği ve örgütlenmelerdeki eksiklikleri dile getirmişlerdir. (Gürge, 2018, s. 60)

#### **2.1.5. Turist Rehberliği Mesleğinde Karşılaşılan Zorluklar**

Güzel ve arkadaşları 2014 yılında rehberlerin en büyük sorununu kaçak rehberler olarak tespit etmiştir. Ayrıca; acentelerin rehberleri taban ücretin altında çalıştırmak istemesi, rehberliğin devlet tarafından desteklenmeyen meslek grubu olması, rehberlerin özel hayatlarının yıpranması, yeni mezun rehberlere taban altı ücret sunulması, mesleki kanunların hakları korumada uygulanamaması, sektörde etik dışı unsurların yer alması, ulaşım sorunları, acentelerin rehberlerden komisyon kazanımı için komisyon geliştirici işlere yoğunlaştırması sorunları tespit edilmiştir (Güzel vd. 2014, s. 182).

#### *Rehberlikle İlgili Yasal Mevzuatın Yeniden Düzenlenmesi*

• Kaçak rehberlik, haksız rekabete sebep olarak birçok rehberin işsiz kalmasına yol açmaktadır. Bazı acentelerin taban fiyatın altında ücret vermek için kaçak rehberlere başvurduğu bilinmektedir (Batman, 2003, s. 131, Karakaş, 2019, s. 20).

### *Seyahat Acentesi ile Yaşanan Sorunlar*

- Bakanlığın belirlediği ücretin altında çalıştırma durumu, ücretlerin aksaması, eksik ödenmesi ve harcırah alınmadan tura çıkılması,
- Turist rehberliği mesleğinin firmalar tarafından ciddiye alınmayarak rehberleri acentelere mecbur işçi gözüyle bakmaları,
- Ücret yetersizliğine sebep olarak rehberlere satış baskısı yaratmaları,
- Sigorta primlerinin ya hiç yatırılmaması ya da eksik ve zamanında yatırılmaması.

### *Turist Gruplarıyla Yaşanan Sorunlar:*

- Tur programının rehber danışmalığında hazırlanmamasından kaynaklı tam olarak uygulanamaması,
- Satış stantlarındaki esnafın turistleri rahatsız etmeleri,
- Gezi kültürü olmayan, turist gruplarıyla çatışmaların yaşanması.

### *Otellerde Karşılaşılan Sorunlar:*

- Otel personelinin nitel ve nicel olarak hizmette eksik olması,
- Otelin tanıtım materyallerinde vaat edilen niteliklerin eksik olması,
- Rehberler ile iletişim kurmamaktan kaynaklı sorunların yaşanması.

### *Ziyaret Mekanlarında Karşılaşılan Sorunlar:*

- Ziyaretlerin başlangıç ve bitiş saatlerinin turizm sektörünün yıl boyunca tatil olmadan 7/24 çalışma temposuna uygun ayarlanmaması,
- Temizlik ve bakım konusunda yetersizliklerin yaşanması,
- Giriş fiyatlarının yüksekliği ve bölgeye göre çok farklılık göstermesi,
- Görevlilerin turistler ile sözlü iletişim ve davranışta problemlerin yaşanması.(Batman, 2003, s. 132, Karakaş, 2019, s. 21)

### *Araç Tedarik İşletmeleri ile Yaşanan Sorunlar:*

- Turizm faaliyeti ve uzun seyahatler için uygun olmayan araçların bulunması,
- Şoförlerin meslek ahlakı ve turizm bilinci konusunda eksikliklerin bulunması,



- Şoförlerin rehberi araçta lider olarak görmemelerinden kaynaklı sorunların yaşanması.

*Mesleğin Özelliğinden Kaynaklanan Sorunlar:*

- Uzun süreli seyahatler nedeniyle evden uzak kalmanın yol açtığı ailevi sorunların yaşanması,

- Yıl boyunca iş garantisinin olmaması,

- Sosyal hakların eksikliği,

- Sürekli aktif olmayı gerektirdiğinden yorucu olması,

- Seyahatlerde her an kaza riski ile karşı karşıya olunması.(Batman, 2003, s. 133,Karakaş, 2019, s. 21)

### **2.1.6. Uzmanlaşma Kavramı**

Uzmanlaşma kavramı birçok alanda, o alanlara özgü anlamları ile karşımıza çıkmaktadır. Toplumbilimde uzmanlaşma; “toplumsal iş bölümü ve ayrılaşmayla işlerin ve mesleklerin iyi sınırlanmış ve derinlemesine bilgi, beceri ve deneyim gerektiren alanlara bölünmesidir” biçiminde ifade edilmektedir (Yenipınar vd.,2019, s.3). Uzmanlaşma ister bireysel ister bölgesel, isterse de uluslararası düzeyde olsun, sunulan hizmette verimliliği artıran en önemli faktörlerden biridir. Çünkü uzmanlaşma sayesinde herkes en yetenekli veya beceri sahibi olduğu hizmete ya da üretim koşulları en uygun bulunan ürüne yönelmektedir.

Uzman; herkesin sahip olmadığı bilgiye sahip olan ve sahip olduğu bilgi ile ayrıcalık elde eden kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (Arslantürk ve Gül, 2019, s. 288). Uzman, alanında bilgi seviyesinin en üstünde yer alan kişidir. Uzman kişiyi aynı zamanda ‘profesyonel’, ‘ehil’, ‘eksper’, ‘mütehassıs’, ‘erbap’, ‘bilirkişi’ kelimeleri ile de tanımlamak mümkündür (Yılmaz ve Erdem, 2016, s.38). Küreselleşmenin bir sonucu olarak her alanda uzmanlaşma eğiliminin artması, uzmanlaşmayı ve uzmanların faaliyetlerini de daha görünür kılmakta, profesyonel mesleklere günümüz toplumlarında önemli görevler yüklenmektedir. Sonuç olarak profesyonel mesleklere bağımlılığın giderek arttığı toplumsal sistemde, uzmanlaşmış kişilere duyulan güven de toplumsal alanda oldukça önemlidir. Bu nedenle, profesyonel mesleklerin faaliyette

bulunmalarının temelinde, toplumda güven oluşturabilmeleri koşulu gelmektedir (Seçer, 2009, s.273).

#### **2.1.6.1. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma**

Türkiye’de uzun yıllardır turizm kavramının deniz, kum, güneş öğelerinden oluşan daha çok kitle turizmi hareketlerine yönelik planlamalar yapılmıştır. Bu nedenle günümüzde bireysel farklılıkları ortaya koyan ve bireysel taleplerden doğan branşlarda hizmet edecek kendini geliştirmiş, bilgi sahibi ve alanında profesyonel kişilere ihtiyaç vardır. YÖK verileri her geçen yıl turizm rehberliği bölümüne olan talebin arttığını göstermektedir. Her yıl mezun veren turist rehberliği, turizm rehberliği bölümleri, iş hayatına atılacak yeni meslektaşları büyük bir meslek grubuna katmaktadır. Meslekte çalışan rehber sayısı arttıkça beraberinde rekabet artmakta, artan rekabet ile rehberler de çeşitli branşlarda uzmanlaşmanın gerekliliğini ifade etmektedirler (Yenipınar ve Yılmaz, 2019, s. 4). Aynı zamanda turistlerin değişen talep ve ilgileri ile her geçen gün farklılık gösteren ihtiyaçlar, uzmanlaşma alanlarını değiştirerek turizm türlerini de etkilemektedir. Arkeoloji, inanç, mimari, gastronomi, trekking, jogging, sanat tarihi ve savaş alanları Türkiye’de turist rehberlerinin uzmanlaştıkları alanlardandır (Çetin ve Kızılırmak, 2012, s.313; Arslan, 2018, s. 123).

Köroğlu (2007) farklılaşan turist ilgileri ve talepleri dikkate alındığında özel ilgi alanlarında uzmanlaşmış turist rehberi ihtiyacının artacağı görülmektedir. Piyasanın eksiklikleri ve farklılaşan misafir isteklerine göre ihtiyaç olarak ortaya çıkan alanlarda uzmanlaşmak için eğitim programlarının oluşması ve turist rehberlerinin bu programlara katılımı önem arz etmektedir.

Rehberlikte uzmanlaşma sadece tema ve etkinlik alanlarında değil bölgesel alanda da ortaya çıkmaktadır. Türkiye’de yurt içi uzmanlaşma programlarının bölgeler bazında, çeşitli doğal, kültürel ve tarihi alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir (Köroğlu vd., 2017, s. 63).

Turist rehberliğinde uzmanlaşmak, zorunluluk değil, bir gereklilik olarak görülmelidir. Uzmanlaşmanın gerekliliği, profesyonellerin farklı konulara olan bireysel ilgisi ve bilgisi yanında kişisel birikim, eğitim ve kültürüne de bağlıdır. Gerçekleşen uzmanlaşma programları incelendiğinde destinasyon ve turistik ürün bazlı uzmanlaşma programlarının daha yoğun tercih edildiği görülmektedir.

*Destinasyon Uzmanlığı:* Bu uzmanlık alanına Türkiye'den en iyi örnek Güneydoğu Anadolu Bölgesidir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi, kentleri, turizmde ayrı ayrı ve yavaş yavaş gelişmiş üç kent, hatta Hatay da eklenirse dört kent birlikte bir destinasyon olarak pazarlanmıştır. Akılcı pazarlama tekniği sayesinde bu kentler kendi tarihi; kültürel ve doğal değerlerine odaklanarak turistik ürünlerini gün be gün geliştirmiş, tercih edilen bir bölge konumuna ulaşmıştır. Destinasyonun gelişmesi incelendiğinde; öncelikle Gaziantep Zeugma Müzesi'nin yapılması ve çok sayıda kervansaray ve eski çarşıların turizme kazandırılması, Mardin kenti mimarisi, Süryani Kiliseleri, butik oteller ve kazılarla gün yüzüne çıkarılan Dara Antik Kenti, Şanlıurfa, Halfeti, Harran ve son olarak Göbeklitepe'nin keşfiyle bölge turizmi ilginç turistik ürünleri ile en çok tercih edilen ulusal destinasyonlardan biri hali ne gelmiştir. İlk zamanlar birkaç tur şirketi birkaç turist rehberi ile sınırlı sayıda tur düzenlerken günümüzde Türkiye'nin her bölgesinden çok sayıda acente ve turist rehberi bölgeyi gezdirmektedir (Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.5).

*Turistik Ürün Uzmanlığı:* İnanç, kültür, mimari, Hitit Uygarlığı, İstanbul Bizans Anıtları, doğa, kuş gözlemciliği, gastronomi, Yedi Kiliseler inanç turu ve şarap turizmi gibi turistik ürünler veya Akdeniz, Balkanlar, Avrupa, Asya gibi uluslararası destinasyonlar konusunda kendilerini geliştirip uzmanlaşan turist rehberleri olmuştur. Turist rehberliğinde uzmanlaşmanın öneminin anlaşılmasıyla birlikte konu alanyazında araştırılmaya başlanmıştır. Gündüz (2002'den aktaran Duman ve Mil, 2012), turistlerin özel ilgi alanlarının gelişerek çeşitlenmesiyle birlikte turist rehberliğinde uzmanlaşmanın önemine dikkat çekmiştir. Turist rehberlerinin uzmanlaşma eğilimleri (Hacıoğlu vd., 2007) ve meslekte uzmanlaşma amacıyla gerçekleştirilen eğitim programları (Köroğlu, 2007) araştırılmıştır. Ayrıca İstanbul 2010 Avrupa Kültür Başkenti uygulamaları kapsamında gerçekleştirilen eğitim programları da araştırma konusu olmuştur(Köroğlu, 2009). Ayrıca mesleki sertifikasyon, kalifikasyon ve uzmanlaşma konuları turist rehberliği bağlamında değerlendirilmiştir (Köroğlu ve Demirbulat, 2017).

#### **2.1.6.2. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşmanın Olumlu Yönleri**

Turist rehberi için uzmanlaşma, turların sınırlı olduğu zamanlarda yeni gelişen bir destinasyon veya turistik ürün üzerinde çalışıp hazırlanarak o alanın aranılan turist

rehberi olmaktır. Destinasyon ve turistik ürün, diğer rehberler tarafından fark edilip bilgi edinilmediği için uzman rehber, rakipsiz kalacaktır. İlgili alanlara talep artışı olduğunda rehber ihtiyacı ortaya çıktığında ise duayen rehber, bu yeni rehberleri yetiştirecektir. Destinasyonu ilk keşfeden tur operatörü ve rehberliği ilk yapan turist rehberi, destinasyon moda olduğunda kazan- kazan modelinde olduğu gibi bu iş birliğinden birlikte kazançlı çıkacaktır. Turizm çok boyutlu ve sürekli gelişen bir sektördür. Sektöre çok yeni tur operatörleri de katılmaktadır. Bazı tur operatörleri keskin rekabet ortamında zarar görmemek için kendilerine yeni uzmanlık alanları yaratmışlardır (Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.9).

Uzmanlaşmanın aşağıda açıklanan 3 farklı alana (turiste, turist rehberine, destinasyona) katkısı bulunmaktadır.(Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.10).

*Uzmanlaşmanın sektöre ve bireye sağladığı olumlu yönler*

- Bireyin mesleğe daha üretken bakabilmesi ve kendini dinamik tutabilmesi,
- Belli alanda uzmanlaşmış turist rehberinin o alandaki konuya hakim danışmanlardan olması,
- Çok sayıda tur operatörü tarafından çalışma önceliği olması,
- İş bulma ve istediği işi seçme konusunda avantajlı duruma geçmesi,
- Alanda uzmanlaşmış kişinin nadir olduğu durumlarda gelirinin daha iyi olma şansına sahip olması.

*Uzmanlaşmanın işletmelere ve destinasyona katkısı;*

- Tur programının hem maddi değerinin hem de turların niteliğinin artması,
- Sektörde eksiklin gidermesi ile fark yaratılması ve destinasyonların tanıtılması,
- Yeni paket turların seçkin ve gelir düzeyi yüksek gruplara sunulması,
- Maliyetlerinin düşürülerek, kazancın yüksek olması,
- Sürdürülebilirliğin sağlanması,
- Turizmde tanınmamış bölgelerin keşfedilmesi ve talebin artması.

*Uzmanlaşmanın turiste katkısı;*

- Kapsamlı ve güvenilir bilgi edinmesi,

- Standart tur programlarının dışına çıkma imkânı bulunması,
- Sınırlı zamanda en değerli yerleri deneyimleme imkanına sahip olması,
- Henüz tanınmamış bir destinasyonu keşifçi turist niteliğinde gezmenin keyfini yaşaması,
- Destinasyon yetkilileri ve tur operatörü tarafından özel konuk olarak ağırlanması,
- Özel ikramların, ödüllerin ve törensel karşılamaların olması (Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.10).

### **2.1.6.3. Turist Rehberliğinde Uzmanlaşmanın Olumsuz Yönleri**

Yeni destinasyonlar, yeni gelişmekte olan destinasyonlar olduğu için alt ve üstyapı yatırımları sınırlıdır. Sınırlı altyapı ve üstyapı olanaklarıyla karşılaşma olasılığı bulunmaktadır. Yatırımlarından ulaşım, haberleşme, bankacılık ağları yeterince gelişmemiş olabilmektedir. Üstyapı yatırımlarından konaklama, yeme-içme, eğlence, mola yerleri vb. turizme hizmet sunan alanlar sınırlı sayıdadır. Turistler bu sınırlılığın yanında bozulmamış doğa, kalabalık olmayan cadde ve sokaklar, uygun fiyata yerel yiyecek bulabilme olanağı, yerel halkın konukseverliğini deneyimleme şansını yakalamaktadır. Bu tür olumsuzluklar, çok kalabalıklaşan tanınmış destinasyonlarda da görülmektedir. Hizmet sektörü henüz gelişmediğinden başta olay yerleri olmak üzere konaklama, yeme içme, hediyelik eşya satış yerlerinde bekletilme olasılığı, hizmette aksamalar söz konusu olabilmektedir. Turist rehberliğinde uzmanlaşmanın olumlu yönleri olduğu kadar olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bu olumsuz yönler şu şekilde sıralamak mümkündür (Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.11).

*Turist rehberlerine yönelik olumsuz yönler;*

- Çalışma alanının sınırlı olması,
- Monotonluk,
- Yenilenme zorunluluğu,
- Uzmanı olduğu alanın bir süre sonra rağbet görmemesi, modasının geçmesi

*Tur operatörü ve destinasyona yönelik olumsuz yönler;*

- Tur programlarının tekyönlü ve sınırlı olarak gerçekleştirilmesi,

- Diğer acentalar arasında sınırlı rekabet ortamında bulunması,
- Yenilenme zorunluluğu,
- Yeni destinasyonlarda konaklama, yeme-içme, mola yerleri gibi tur programına dahil olan hizmetlerin yeterince gelişmemiş olması.

*Turiste yönelik olumsuz yönler;*

- Destinasyonun her yönüyle ilgili yeterli bilgi alamama,
- Sınırlı bir turizm çeşidiyle yetinme zorunluluğu,
- Yeni destinasyonlarda turizm sektörü kurumsallaşmasının tamamlamadığı için sınırlı turizm olanaklarıyla yetinebilme (Yenipınar ve Yılmaz 2019, s.11).

## **2.1.7. Turist Rehberliğinde Uzmanlık Alanları**

### **2.1.7.1. Kültür-Sanat Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Zengin tarihi alanları ve eşsiz doğası ile çok sayıda turistik destinasyona sahip Anadolu toprakları, kültürel ve sanatsal alanda da önemli bir çekim merkezidir. Ülkenin her bir yerleşimi birbirinden farklı birçok kültüre ev sahipliği yapmaktadır. (Yıldırım vd.,2017). Tarih boyunca toplumların değişik yaşam biçimleri, kültürleri ve sanatlarıyla biçimlenerek günümüze ulaşan kültür ve sanat kavramı, geçmişten günümüze uzandığı dönemin aynasıdır. Kültür ve sanatın insana yansıyan bir ilgi odağı olması sonucunda ortaya çıkan bir olgu da turizmdir (Başcı, 2017, s. 12).

Ülke varlıkları bakımından önemli olan kültür-sanat değerlerini tanıma ve tanıtmaya, uzmanlık gerektirmektedir. Türkiye'nin kültür-sanat varlıklarının tanıtımında ve anlatımında sorumlu olan mesleklerden biri de turist rehberliğidir. Bu konuda karşımıza 'kültür -sanat alanında uzmanlaşmış turist rehberi' kavramı çıkmaktadır. Kültür-sanat alanında turist rehberliği doğru bilgiye sahip olmayı ve bu bilgiyi doğru şekilde aktarmayı gerektiren bir alan haline gelmektedir (Sarıbaş ve Öter,2019, s. 47).

Türkiye'de bazı sanat galerileri, müzeler ve tur şirketleri sadece sanat temalı turlar ve rehberli sanat turları gerçekleştirmektedir. Bu konsepti ilk kez uygulayanlar; Sanatla Randevü ve Sacred7 Travel, İstanbul Modern Müze, Sabancı Müzesi, OMM Odunpazarı Modern Müze, Mamut Art Jürili Sanat Yarışması, rehber eşliğinde sanat

sergilerine turlar ve sanat gezileri düzenlemektedirler. Sacred7 Travel'in düzenlediği 'Sanatla Randevu' turları tamamen sanat eğitimi almış rehberlerle düzenlenen tur programlarıdır. Adı kültür ve sanat turları olan tur programlar sadece müzelere, galerilere ve antik kentlere geziler düzenlenmektedir (Çelikbaş ve Özbek,2021, s.106).

Özbek (2022), turist rehberlerinin sanat temalı turlarda müşteri değeri yaratma etkisi üzerine yaptığı çalışmada; iyi bir sanat turunun sanat turizmi ya da bienal turizmi dalında uzman bir turist rehberi tarafından yönetilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Kültür-sanat turunda; standart bir kültür turu gibi değil, sanat yoğun, sayıca fazla sanat mekanı ziyareti ve deneyimi, ayrıntılı bilgi aktarımı olması durumunda turistlerin memnun olabileceği anlaşılmaktadır. Bulgular doğrultusunda, sanat turları ve bienal turları adıyla turist rehberliğinde bir uzmanlık alanı olması ve eğitimler düzenlenmesi önerilmiştir.

#### **2.1.7.2. Kültür Rotası Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma**

Yoğun iş ve ev yaşamı içinde bunalan kişiler ortamlarından kaçıp, sosyal hayatlarına mola vermek ve farklı ortamda bulunmak bu arada da dinlenmek, eğlenmek ve farklılıkları deneyimlemek istemektedirler. Turistlerin daha çok sahillere ve her şeye bir arada ulaşabilecekleri kentlere kitleler halinde seyahati bu destinasyonların turistik olarak gelişmiş ve tanınır olduğunu göstermektedir. Anadolu kültürü yaşam tarzından yeme-içmeye, konut tarzı ve mimari gibi öğeleri kapsayan zengin bir mirasa sahiptir. Kültürel değerlerin bir seyahat güzergahı şeklinde uyarlanması, şehirlerin tanınırlığının yükselmesi ve dolayısıyla kültürel miras ve değerlerinde tanıtımına büyük katkı sunmaktadır. Kültür rotaları kapsamında kentlerin kendilerine özgü kültürel mirası diğer yerel değerler ile birlikte yaşanılarak hem tanıtımı hem de gelecek kuşaklara aktarılarak örnek oluşturacak böylece sürdürülebilirlik kazanacaktır (Tanrıseven, 2019, s.65-66).

"Kültürel Rota", kavramı uluslararası kuruluşlarca tanımlanmıştır (Çekül Vakfı, 2015. s.12). Kültür rotaları belirlendiği bölge için alternatif turizmi kültür turizmi ile harmanlayarak önemli turizm hareketi yaratmaktadır. Bölgenin tanınırlığını arttırılarak hem turizme katmakta hem de sürdürülebilir bir çerçevede alanın gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Türkiye'deki kültür rotalarına; Likya Yolu, Aziz Paul Yolu, Evliya Çelebi Yolu, Hz. İbrahim Yolu, Kaçkar Rotası, Karia Yolu, Frig Yolu, Sultanlar Yolu, İstiklal Yolu, Küre Dağları, Yenice Ormanı, Hitit, Gastronomi, Kemer Yürüyüş Yolları, Konyaaltı Kültür Parkurları, Fethiye Yürüyüş Parkurları, Aziz Nikolaos Yolları ve Toros Yürüyüş Yolları vb. örnek vermek mümkündür (Tanrısever, 2019, s. 76-89).

Kültür rotası rehberliği, son yıllarda rehberlerin uzmanlaşma alanı olarak tercihleri arasında yer almaktadır. Özellikle kültür rotalarında uzmanlaşmış bir rehber, içinde bulunacağı koşulları öngörebilen kişidir. Rota boyunca turistlerin karşılaşabileceği her türlü durum hakkında hem ön bilgi paylaşmakta hem de gerekli hazırlık önlemlerini almaktadır. Rehber sadece gösteren bir kişi değildir. Rehber bölgenin tüm değerlerini tanıtan, turist ile yerel halk ile etkileşim sağlayarak her iki tarafa kültürel deneyim imkanı sunan ve ziyaretçilerin yöre ile bağ kurmasını sağlamaktadır (Tanrısever, 2019, s. 90-90).

İyi bir kültür rotası rehberi, işine, tarihe, kültüre ve doğaya karşı tutkuludur, katılımcı olmalıdır, yapılan işten memnuniyet duymalıdır, insanları ve sohbeti sevmelidir, tematik bilgi birikimine sahip olmalı, bilgi ve becerilerini genişletmeli, dil becerileri ile turistlere benzersiz yaklaşım sergilemeli, bilgi ile tutkunun aktarımını sağlamalı, daha iyi hizmet için daha iyi izlenim yaratabilmeli ve deneyimlerini paylaşmalıdır.

### **2.1.7.3. Müze Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Müzeler, 19. yüzyıldan beri gösterişli mekânlar olmanın yanında, toplumda saygı duyulan, toplumun seçilmiş enstitüleridir. Müzeler, kültürel kimliğin ve bir yöreye veya bir topluluğa ait olma duygusunun anlaşılmasında önemli bir role sahiptir. Bir bütün olarak ele alındığında, koleksiyonlar her ülkenin başarılarını ve tarihsel gelişimini yansıtan yegâne kaynaklardır (Ambrose ve Paine, 1993). Milli, bölgesel ve yerel kimliğin giderek önem kazanması ve müzelerin de geleneksel kültürel değerlerdeki değişimi ve sürekliliği objektif bir biçimde yansıtabilen yerler olması, müzelerin toplumlardaki önemini her zaman gündemde tutmaktadır. Bu anlayışın yansıması olarak dünya çapında kurulan yeni müzelerin sayısındaki artış görülmektedir (Ambrose ve Paine, 1993).



Türkiye’de 1990’lardan bu yana müze ve müzecilik kavramlarıyla ilgili önemli bir noktaya gelinmiştir. 1989’da Yıldız Teknik Üniversitesi’nde Müzecilik Ana Bilim Dalı ve sonrasında 1998’de de Ankara Üniversitesi’nde Müze Eğitimi Yüksek Lisans Programı açılmasıyla akademik alanda da müze ve müzecilik varlığını devam ettirme yolunda önemli adımlar atılmıştır (Akmehmet ve Ödekan, 2006, s. 55). Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı merkezli devlet müzeleri toplama, biriktirme ve koruma amaçlı müzeciliğe devam ederken; özel müzeler çeşitli eğitim-öğretim ve kurs olanakları sağlayarak müzecilik faaliyetlerini yürütülmektedir (Akmehmet ve Ödekan, 2006, s.55).

Müzelerde görevli turist rehberleri, eğitim psikolojisi, felsefesi, sosyolojisi, eğitim teorileri ve uygulamaları hakkında yeterli bilgiye sahip olmalıdır. Çünkü müze rehberleri, müzedeki görsellerin ve onların özellikleri konusunda doğru ve etkin sunum yapabilmelidir. Geçmiş yıllarda, müze rehberleri müzeyi ziyaret eden öğrencilerle ilgilenmekteydi. Bugün ise müze rehberleri, eğitim ve sunum konusunda daha da uzmanlaşması gereken turizm çalışanlarıdır. Üniversitelerde müze eğitiminde öğrenim olanakları sağlanması, müze rehberlerinin kalitesinin geliştirilmesine katkı sağlamıştır. Müze rehberleri, müze, tarih, kültürel mirasın korunması ve müze yönetimi alanlarında kendilerini geliştirmişlerdir. Müze rehberleri, müzelerin planlama ve tasarım aşamalarında da yer alarak; yeni bir sergi açılacaksa, müzede sergilenecek eserlerin nasıl güzel göründükleri ve iyi bir ziyaretçi akışı sağlamak için nasıl düzenlenecekleri konusunda görüş ya da tavsiye bildiren destinasyon paydaşlarıdır (Çelikbaş ve Özbek,2021, s.105).

#### **2.1.7.4. Savaş Alanları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Türkiye’de özellikle Çanakkale örneği üzerinden yapılan çalışmalarda turistlerin savaş alanı turizmini yaygın olarak tercih ettiği görülmüştür. Ziyaretçiler bu alanları ile bireysel ya da vatani duygular ile savaş alanlarını, anıt mezarları, şehitlikleri gerek yılın her döneminde gerekse anma törenlerinin düzenlendiği özel günlerde yoğun olarak ziyaret etmektedir. Gelecek nesiller içinde kültürel hafıza yaratmak adına özellikle öğrenci gezilerinin sıklıkla bu alanları ziyaret etmesi önemsenmektedir.

Savaş alanı ziyaretleri seyahatin dışında milli duygularında işlendiği alanlar olduğundan seyahat acentelerinin savaş alanlarına düzenledikleri turlarda çalıştırdıkları turist rehberlerinin bu görevi yapabilecek eğitime, donanıma, bilgiye sahip olması gerekmektedir (Gökdemir ve Yeşildağ, 2019, s. 231).

#### **2.1.7.5. İnanç Turu Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Araştırmacılar tarafından "dini" olarak sınıflandırılan seyahatler, hacim ve yaygınlık açısından bugün dünyadaki en önemli turizm türleri arasındadır (Timothy ve Olsen 2006, s. 276). Din turizmi ya da “dini turist” kavramı, din turizminin merkezinde yer almaktadır. Boris Vukonic (1996), yolculuğuna dini nedenlerle başlatan ve belirli dini içeriğin dahil edildiği turistik arz olanakları sunan seyahatleri inanç turizmi kapsamında değerlendirmiştir.

Vukonic'e göre inanç turizmini oluşturan üç ana unsur vardır (Vukonic, 1996, 75). Bunlar;

- Hac ziyaretleri,
- Dini olaylar (önemli olaylar vesilesiyle büyük çaplı toplantılar, dini tarihler ve yıldönümleri),
- Turistik bir güzergah çerçevesi önemli dini yerleri ve binaları gezmek ve ziyaret etmek.

*İnanç turizmi kapsamında seyahatlerin amaçları*(Stausberg,2012, s.15);

- Eğitim ve öğretim,
- Bayramlar ve festivaller,
- Şifa veya diğer dünyasal faydaları aramak,
- Dini bir ortamda tatil yapmak,
- Misyon ve diğer propaganda faaliyetleri,
- Hac ve ritüellere katılım,
- Seminerler, konferanslar, toplantılar, kongreler,
- Ruhsal olarak kendini keşfetme ve büyüme,
- Danışma, günah çıkarma vb.

### 2.1.7.6. Doğa Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma

Küreselleşen dünyada sanayi devriminden bu yana yaşanan gelişmeler, ekonomiyi iyileştirerek hayat standartlarını belli bir noktaya getirmiş fakat doğaya da aynı oranda zarar vermiştir. Yaşanan olumsuz süreç sonrası bireylerde ve devletlerde çevreye karşı duyarlılık artmış ve turizm olgusu da daha duyarlı seyahatlere dönüşmüştür. Bu bilinç ile hareket eden topluluklar mevcut çevreyi geleceği de aktarmak adına daha verimli, saygılı ve tüketmeden kullanabilecekleri programlara yönelmektedirler (Tetik, 2012, s. 1).

**Çizelge 2. Doğaya Dayalı Gerçekleştirilen Turizm Faaliyetleri ve Amaçları**

Faaliyetler	Faaliyet Amaçları
Kültürel (etnik) seyahatler	Otantiklik, sessizlik, sosyal ilişki, yenilik, eğitim
Sanat ve halk festivalleri	Otantiklik, duygu, kaçış
Tarih	Atmosfer, çevre, sezgi, otantiklik, keşif, kaçış
Macera seyahatleri	Risk alma, kendini keşfetme, kendini aşma, doğa ile ilişki kurma, sosyal ilişki
Sağlık turizmi	Fiziksel açıdan güçlenme
Spor turizmi	Fiziksel açıdan güçlenme, sosyal ilişki
Çiftlik ve hayvan çiftliği turizmi	Doğa ve kırsal çevre ile ilişki, sosyal ilişki, keşif
Doğa turizmi	Doğa ile ilişki, keşif, bilgilenme, eğitim, bilimsel merak

**Kaynak:** Akıncı, Z. (2006), Sürdürülebilir Turizm Açısından Özel İlgi Turizminin Değerlendirilmesi. *Turizm ve Mimarlık Sempozyumu* (28-29 Nisan) Bildiriler Kitabı, Antalya, 59-61.

Doğa turizmi; ülkeler, sahip oldukları çevre ve yerel toplumlar açısından destinasyon dostu olarak tanımlanabilmektedir. Doğa turlarında uzmanlaşmış turist rehberleri turlarda organizasyon ve yönetim (organizatör rolü) sağlayarak yerel halk ile grup arasında etkileşimi kolaylaştırır, karşılanması gereken grup ve bireysel ihtiyaçların doğru kaynaklardan karşılanmasını sağlamaktadır (Weiler ve Davis,1993, s. 91).

Doğa turlarında uzmanlaşmış turist rehberleri sorumluluk ve bilgi sahibi olmalıdırlar. Özellikle turizm faaliyeti sürecince grubun çevreye zarar vermemesi, doğal eko sistemin korunması ve sürdürülebilirlik bilinci ile hareket edilmesinden sorumludurlar. Ayrıca bilgi açısından tur liderinin rolü, ziyaretçilerin beğenisini ve anlayışını geliştirmek yönünde olmalıdır.

### **2.1.7.7. Şehir Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Son on yıl içinde şehir turizmi, özellikle Avrupalı turistlerin uluslararası seyahat hareketlerinin büyük bir kısmını kapsamaktadır. Şehir turizmi kapsamındaki seyahatler önemli bir pazar payına ve tüketiciler arasında gelişen bir tercih önceliğine sahiptir. Turistler bir şehri iş, arkadaş veya akraba ziyaretleri, alışveriş, kültürel miras, gece hayatı, yiyecek-içecek, spor, festival ve özel olaylar, sanat, kültür vb. amaçlar ile ziyaret etmektedirler. Şehir turizminin özellikle kültürel boyutu, turistlerin şehirlere yönelik seyahatlerinde hem sayısal veri olarak hem de ekonomik büyüklük olarak en önemli boyut olarak düşünülebilir (Özer, 2010, s.2). Şehir rehberi sayısında artışların olması, tur şirketlerinin destinasyon şehirleri ile ilgili çok geniş yelpazede ülke, ulaşım ve konaklama imkanları sunmaları şehir turizminin gelişiminde önemli rol oynamıştır (Law, 2002, s.9).

Şehir turizmi ile ziyaretçilere sunulacak hizmetin en önemli parçası o şehrin sahip olduğu kültürel değerlerdir (Songur, 2017, s.105). Şehrin tarihindeki yıkımlar, talihsizlikler, yapısal özellikler, kültür, şehrin yetiştirdiği önemli kişiler, gelir kaynakları, idari boyutu, fauna ve flora gibi tüm özellikleri ile tanıtım yapılmalıdır. Ayrıca kentin gelişimde katkıda bulunan önemli isimler, kentin kazandırdığı sanatçı, siyasetçi gibi detaylı ve ayırt edici bilgi ile öne çıkan rehberler aracılığı ile rehberlik edilmesi kentin tanıtımına ve gelişimine ciddi katkı sağlayacaktır (Gümüş ve Onurlubaş, 2021, s.1834).

### **2.1.7.8. Yurt Dışı Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Paket tur; tur operatörleri tarafından seyahatten önce hazırlanan ve tüketiciye sunulan geceleme, yeme-içme hizmetleri, ulaşım, seyahat güzergâhı gibi olguların bir program içerisinde toplam tek bir ücretten sunulmasıdır (Hacıoğlu, 2006, s.160). Bu programlarda turist rehberlerinin, turun başından sonuna kadar çevik, enerjisi yüksek, sorunlar ile baş edebilen, gereken durumlarda soğukkanlılığını koruyan, hitap yeteneği iyi, lider, yerel kültürü tanıyıp tanıtımını yapabilen vb. birçok vasfı taşıması gerekmektedir. Literatür bilgileri dâhilinde, turizm sisteminde bir paket turun her yönüyle ile başarılı olabilmesi turun yönetimini yapan turist rehberine bağlıdır. Turist rehberlerinin tanıtımını üstlendikleri şehir veya ülke hakkında program dâhilinde

gezilecek yerler hakkında donanımlı bilgi sahibi olmalıdır. Bu bilgi sadece tarihi, kültürel, doğal alanlar hakkında olmayıp bir ülkeye ilk defa gelen bir turist merak edeceği birçok sosyal alanda da olmalıdır. Yöneltilebilecek sorular karşısında cevapsız kalmamak rehberin güvenilirliğini ortaya koymaktadır. (Tetik, 2006, s. 53). Bunların yanı sıra başka kültürlerden gelen insanlara iyi bir rehberlik hizmeti verilebilmesi için yönettiği grubun dilini iyi bildiği gibi, yönettiği grubun ülkesini kültür, din ve ekonomik yapısı ile gelenek ve göreneklerini de bilmelidir (Güzel, 2007, s.28).

Yabancı bir kültüre yönelik, yurtdışına seyahat eden turistlerin, seyahatleri süresince kendilerine eşlik eden turist rehberlerine diğer tüm kurum ve kişilerden daha fazla güven duydukları bilinmektedir. Ayrıca ülke imajının oluşturulması ve geliştirilmesinde ülkeye ve topluma yönelik önyargıların ortadan kaldırılması veya pekiştirilmesinde kültürel yapının doğru bir şekilde aktarılmasında turist rehberlerinin rolü yadsınamaz (Aslantürk vd.,2013, s.117).

#### **2.1.7.9. Macera Turları Rehberliği Alanında Uzmanlaşma**

Sosyal hayatta yaşanan değişiklikler turizm taleplerinde de farklılaşmaya neden olmuştur. Kitle turizmi rutin, programı, yeri, saati ve sürecin belli olduğu aktivitelerden oluşmaktadır. Fakat macera turları içinde belirsizlik olan, seyahatin oluşumunu ve kontrolü akışına bırakılan, sık sık aksiyon almayı gerektiren ve risk barındıran aktiviteleri barındırmaktadır.

Macera turizmi içinde gerilim, heyecan ve belirsizlik barındıran gönüllü katılıma dayanan, yapılandırılmış bir organizasyon ya da doğal ortamında gerçekleşen boş zamanda deneyim ve rahatlamayı ifade eden turizm türüdür. Macera turizmi en yaygın ifade ile risk, tehlike ve adrenalin deneyimini içeren turizm pazarıdır (Hall, 1992,s.145).

Schmidt (1979), uzmanlaşmış tur rehberi eşliğinde gerçekleşen macera turlarını “yalıtımlı macera” olarak tanımlanmıştır. Macera turuna katılan turist, kendisine sunulan özgürlüğün bir kısmını kontrollü ve limitli yaşamaktadır. Çünkü rehber bu turlarda; turun bireysel katılımında karşı karşıya gelinen risklerini yöneterek deneyimin problemsiz tamamlanmasını sağlar (Kane ve Zink, 2004,s.331).

Kane ve Zink (2004), dokuz katılımcının uzman rehber eşliğinde kano etkinliğine katıldıkları macera turu hakkındaki görüşlerini kano sürme becerileri ve

güvenlik hakkında çok az bilgi sahibi olmalarına rağmen turu başarılı ve güvenli bir şekilde tamamladıkları, bunun nedenini ise turun rehber eşliğinde gerçekleştiği sonucuna varmışlardır.

Meier (1978), macera turizmini, fiziksel tehlikeye neden olan her tür boş zaman uğraşısı olarak tanımlamıştır. Bu tanıma, Progen (1979) macera turizmi katılımcılarının, doğal çevrede karşılaşılabilecek risklerle mücadelesini de ekleyerek, tanımı genişletmiş ve macera turizmini; fiziksel ve doğal çevre tarafından sunulan ve mücadele gerektiren etkinliklere katılım olarak ifade etmiştir.

Macera temalı seyahatler, geleneksel açık hava rekreasyonlarının gelişmiş halidir. Ewert (1994) göre, macera seyahatini diğer rekreatif faaliyetlerden ayıran en önemli özellik, katılımcısına riskli bir deneyim sunmasıdır. Rekreasyon faaliyetlerinin geleneksel biçimleri “özel bir açık hava ortamındaki yetenek unsurlarını” içerir. Bu ortam, doğa turizmi veya eko turizm gibi özel ilgi seyahatlerindeki, ilk çekim unsurdur. Yine de macera seyahatinde seyahatçileri, katılıma yönelten ilk sebep ‘etkinliklerdir’. Bu durumda macera seyahati; organize olmuş ve ticari uzmanlar tarafından hazırlanan geniş etkinlik çeşitlerinin sunduğu konsepttir (Page vd., 2005, s. 382; Buckley, 2010, s. 4).

Geleneksel ve çağdaş macera turizmi etkinliklerine; kara temelli, (bisikletcilik, mağaracılık, avcılık, dağcılık), su temelli, (kanoculuk, yelkencilik, kanyon seyahatleri), hava temelli, (balon seyahati, planörcülük, paraşütçülük), karma, (macera yarışları, vahşi yaşam izleme turları, kültürel deneyimler) örneklerini vermek mümkündür.

#### **2.1.7.10. Gastronomi Turlarında Uzmanlık**

İyi yemeği seçme, pişirme ve yeme sanatı ya da pratiği olarak genişletilebilen gastronomi kavramı Latince mide anlamına gelen “gaster” kelimesinden türemiştir (http-7). Gastronomi TDK sözlüğünde ise “sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” ve “yemeği iyi yeme merakı” olarak iki ayrı anlamda tanımlanmaktadır (http-8).

Turizm faaliyetini sadece seyahat ve destinasyonda konaklama olarak algılanması mümkün değildir. Destinasyonun imajını yaratan unsurlar arasında

bölgeye özgü yeme-içme gelenekleri, yerel üretilen ürünlere bölgeye özgü sunum şekilleri aynı zamanda gastronomi turizminin arzını oluşturmaktadır.

Anadolu; gastronomi turizmi konusunda oldukça zengin bir birikime sahiptir. Gerek Anadolu'ya göç öncesi geldiğimiz topraklardan getirdiğimiz gelenek ve görenekler, gerek Anadolu' da kazanılan birçok yenilik ve bölgenin iklim ve bitki örtüsü özellikleri Türk mutfağını bulduğumuz coğrafyada zengin bir birikim kazanmasını sağlamıştır.

Gastronomi ilgisine sahip turistlerin memnuniyetinin sağlanması ve bu konudaki taleplerin karşılanması için rehberlerin bu konuda uzmanlaşmaları gerekmektedir.

Gastronomi alanında uzman olan rehberler gittikleri destinasyonda yörenin kültürüne ait olan, o bölgede isim yapmış yeme- içme ürünlerinin, nasıl elde edildikleri, hangi aşamalardan geçtiğini, hangi yöntemler ile pişirildikleri, sunum ve tat özelliklerini bilmesi ve ziyaretçilerine aynı bir ev sahibi gibi özümseyerek aktarabilmesi önem arz etmektedir. Sadece ürün ile kalmayıp bölgenin ünlü lokanta, restoran, üretim merkezi, fabrika, bağ ve bahçe gibi ürün yetiştiren alanlar hakkında da bilgi sahibi olmalı ve güzergâhta bilgi paylaşımı yapmalıdır. Son yıllarda özellikle trend olan yöresel sokak lezzetleri de gastronomi alanında uzman olan bir rehberin bilgi dağarcığı arasında olması gerekmektedir.

#### **2.1.7.11. Etkinlik Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma**

Bir destinasyonda düzenlenen fuar, şenlik, kutlamalar, bölgenin hem yerel nüfusunu canlandıran hem de turist çeken, diğer turizm faaliyetlerine göre esnaf ve yerel halkın gelen turist ile daha çok etkileşime geçtiği planlanmış faaliyetlerdir. Bu kapsamda, tanıtımın daha yoğun olduğu ve yerel öğelerin pazarlandığı ve aynı zamanda geliştiren ve turizme ivme kazandıran etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Etkinlikler genel anlamda kültürel, dini, sanatsal, eğlence ve eğitim, sportif ve özel amaçlı olabilmektedir (Getz, 1997).

Anadolu'ya baktığımızda en köklü etkinliklerin tüm toplumda manevi değeri olan önemli tarihi olayların anma günleri veya toplumun genelinin saygısı ve sevgisini

kazanmış şahıslar adına düzenlenen anma törenlerinden ya da tüm toplumu birleştiren, toplumun birbiri ile etkileşimi arttıran ve çok sayıda ziyaretçi çeken hasat şenliklerinden olduğu görülmektedir. Aynı zamanda sanatın farklı dallarıyla ilgilenen kişilerin ve topluluklarında belli destinasyonlarda planlanmış programlar kapsamında sanatlarını icra ettikleri ya da ödül törenlerinin düzenlendiği festivallerde ülkemizde yoğun ilgi görmektedir.

Bir diğer etkinlik turizm türüne mikro turizm örnek gösterilebilir. Mantar toplama etkinliğini mikro turizm türüne örnek verebiliriz. Etkinlikte önceden belirlenen bir güzergâhta alanında uzmanlaşmış turist rehberi önderliğinde yenilebilir ve maddi değeri yüksek mantar çeşitlerini diğer türlerden ayırt etmeleri öğretilerek mantar toplama etkinliği gerçekleştirilmektedir. Son on beş yıl içinde tanınır hale gelen mikro turizm mantar toplanan güzergah ve çevresinde kapsamlı bir çok etkinliği de beraberinde getirmektedir. Çeşitli sergi ve bilgilendirmelerde yer alma, bisiklet ile çevre gezileri, trekking, çeşitli , mutfak etkinlikleri, doğa fotoğrafçılığı, yerel üretim malzemelerin yer aldığı köy veya semt pazarlarında alışveriş, bölgesel yeme-içme mekanlarını deneyimleme, küçük ölçekli halkın sunduğu mekanlarda konaklama bu kapsamda değerlendirilmektedir (Pilz ve Molina, 2002, s.4; Frutos Madrazo vd., 2012, s. 82; Romanogli, 2018,s. 71). Mikro-turizm; bu pazar içerisinde yeni bir etkinlik türü olmasının yanında sektörde getirisi yüksek olan şarap etkinliklerine benzer özel turizm türü olarak görülmektedir (Fusté-Forné, 2021, s.16).

Türkiye’de, 2008 yılından bu yana her yıl Muğla ilinde organize edilen Yeşil üzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali alandaki etkinliklerin en çok bilinenidir. Etkinliklerin organize edildiği üç gün boyunca destinasyonun 100.000’den fazla turist ağırlamaya imkan yarattığı bilinmektedir (Bekar vd., 2017, s. 30). 2017 yılında Balıkesir- Burhaniye’de ‘Balıkesir Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Daire Başkanlığı ’önderliğinde Kazdağları Yaban Mantarları Eğitim Festivali organize edilmiştir (Hürriyet Gazetesi, 2017). Bunların dışında mantar konulu çeşitli çalışma ve organizasyonlar Antalya belediyesi aracılığıyla düzenlenmektedir (Öztürk vd., 2018). Festivaller ve etkinlik turlarına bakıldığında, Türkiye’de mikro-turizm için uygun değerlerin yer aldığı fakat tam olarak değerinin ortaya konulmadığı görülmektedir.



### **2.1.7.12. Engelli ziyaretçilere Yönelik Rehberlik Alanında Uzmanlaşma**

Türk Dil Kurumu'na (2017) göre, engelli kavramı; doğuştan veya sonradan herhangi bir nedenle bedensel, zihinsel, ruhsal, duyuşsal veya sosyal yeteneklerini çeşitli derecelerde kaybetmiş, toplumsal yaşama uyum sağlama ve günlük gereksinimlerini karşılama güçlükleri çeken kimsedir.

Sosyal yaşamda birçok zorluk ile mücadele halinde olan bireylerin turizm etkinliklerine ve seyahatlere katılımları önem arz etmektedir. Birçok ülkede engelli bireylerin seyahate çıkma ve turizm etkinliklere katılımını kolaylaştıracak idari çalışmalar düzenlenmektedir (Çizel vd., 2012, s. 21).

Bir tur rehberi için katılımcı olduğu tur grubunda, tüm misafirler ile ilgilenirken engelli bireyin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi için yardımcı olmak daha zor olmaktadır. Fakat sadece engelli bireylerden oluşan bir grupta tur rehberi farklı bireyler arasında bölünmediğinden bu bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda hareket edebilmekte buda işini kolaylaştırabilmektedir. Aynı zamanda turist rehberi için engelli bireylerin katıldığı turlarda en çok zorlanılan alanlar, ziyaret edilen destinasyonların engelli bireylerin ihtiyaçları doğrultusunda düzenlenmemiş olmasıdır (Carvalho, 2018, s.278).

Mahmood vd., (2020) yaptıkları araştırmada turizm faaliyetinin hem rehber için hem de engelli birey için daha ulaşılabilir ve kolay geçmesi için rehberlerin teknolojidenden faydalanmaları gerektiğini önermektedir. Oduncuoğlu ve Efendi (2020) ise, engelli bireyleri turizm pazarı için önemli bir kitle olduğundan bu alanda uzmanlaşacak rehberlerin seyahat acentaları tarafından da tercih sebebi olacağını ifade etmiştir.

### **2.1.7.13. Kruvaziyer Gruplarına Yönelik Uzmanlaşma**

Kruvaziyer kavramı uluslararası literatürde “cruise” olarak adlandırılmaktadır. “Cruise” kelimesi basitçe “boş vakitleri değerlendirmek, dinlenmek ve eğlenmek amacı ile limanlar arası yapılan deniz seyahati” olarak nitelendirilmektedir (Collins English Dictionary, 2006, s.3). Kruvaziyer seyahatlerinde; liman ve limana ulaşımı mümkün turizm destinasyonlarının gezilmesi ve alışverişe yönelik faaliyetler yer almaktadır. Kruvaziyer turizminde kruvaziyer ile seyahat her ne kadar bir yolculuk

programını gibi görünse de aslında yolculuk süreci boyunca uğranacak gezi noktalarının belli olması nedeni ile gezi faaliyeti niteliğindedir (Güzel, 2006, s. 10).

Türkiye'ye uğrayan kruvaziyer turları çoğunlukla Kuşadası-İzmir limanlarına (toplam %54) uğramaktadır. Kuşadası ve İzmir'e yakınlığı ile Efes Antik Kenti ve Meryem Ana Evi en çok kruvaziyer turisti ağırlayan turistik alanlardır (Güzel, 2006).

Çiğdemli (2016), 02/10/2014 ile 03/10/2015 tarihleri arasında Alanya, Kuşadası ve İzmir limanlarını ziyaret eden 23 farklı gemi ile gelen 528 kruvaziyer turistin katıldığı araştırmada; rehberlik hizmetleri açısından en beğenilen destinasyon İspanya olmuştur. Türkiye, Güney Kıbrıs ve Yunanistan ise rehberlik hizmetleri açısından benzer hizmetler sunan ve alt sırada yer alan destinasyonlar olarak görülmektedir. Türkiye'de kruvaziyer gemiler için yeni limanlar yapılması, yeni kruvaziyer terminallerin düzenlenmesi, rehberlik ve kılavuzluk hizmeti sağlayan danışma birimlerin oluşturulması kruvaziyer turizmin geliştirilmesini sağlayacaktır (Çiğdemli, 2016, s. 64).

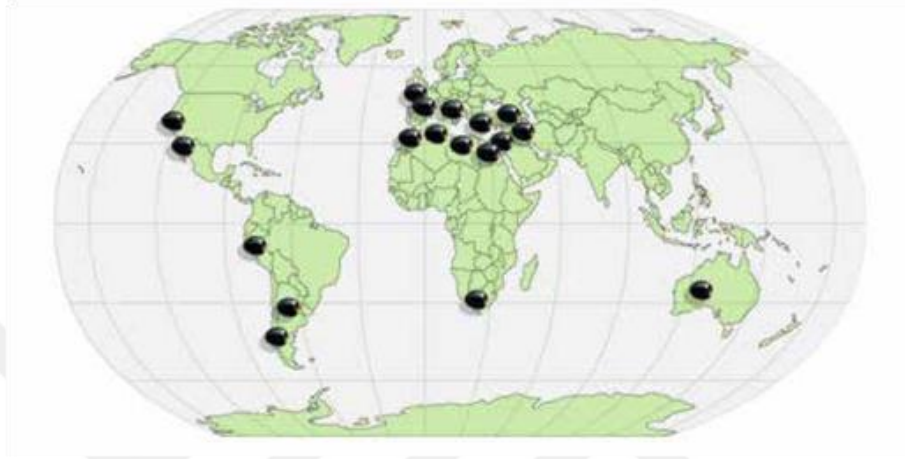
Oğuzbalaban ve Kızılırmak (2017), Kuşadası limanında serbest zamanını değerlendiren kruvaziyer turistlerinin bir sitedeki değerlendirmeleri üzerine yaptığı çalışmada; rehberlik hizmetlerinden genel anlamda memnun oldukları tespit edilmiştir. Özellikle ilgili çalışmada bu memnuniyetin nedenleri rehberlerin tarih ve bölge hakkında bilgili olması, yabancı dili kullanma becerileri ve ziyaretçilere karşı hoş tutumlarıdır.

### **2.1.8 Zeytin ve Zeytinyağı**

Zeytin Oleaceae (Zeytingiller) familyasının bir üyesi olup, bu familyanın birçok cinsi görülmektedir. Örneğin Fraxinus, Ligustrum, Forsythia, Syringa, Forestiera bu familyanın diğer üyeleri olarak saymak mümkündür. Bu cinsler içinde yağ üretilen türleri Oleacinsine bağlı olup genellikle subtropikal ve tropikal iklim alanlarında yetişir. Zeytinin Dünya'da 40'a yakın ülkede yaklaşık 1200 varyetesi bulunmaktadır.

Yabani veya delice zeytin cinsi (*Olea europaea oleaster*) Akdeniz bölgesinde kendiliğinden ekim dikimi yapılmadan bulunmaktadır. Kültür türü zeytin ağacı (*Olea europaea L. sativa*) delice zeytinin aşılansarak elde edildiği ve iri yapraklı, meyveli zeytin ağacıdır. Yabani zeytin ağacı kazık kök ile gelişirken kültür zeytin ağacı

saçakkök yaparak yetişir. Delice zeytin hava şartlarına kültür zeytinine göre daha dayanıklıdır ve kültür türü zeytin ağacı fazla miktarda yağ elde edilmesi için uygundur. Aşılansmış kültüre zeytini ağacı iri yapraklı, meyveli ve fazla miktarda yağ elde edilme için uygundur. Anadolu'da Ege ve Akdeniz şeridinde her iki türde görülmektedir. Yabani aşılansan zeytin doğal çoğaltılan kültür zeytininden daha yüksek verime sahiptir.



**Şekil 2. Dünya'da Orta Kuşakta ve Akdeniz İklimi 'nin Etkili Olduğu Alanlarda Zeytin**

**Kaynak:** <http-9>

Tüm Dünya genelinde Akdeniz havzasını kaplayan ekonomik gelir getiren zeytin türü; delice zeytin ağacının aşılansması yoluyla üretilmiştir.

Zeytin; oldukça uzun ömürlü bir ağaç olup; yaşı 500 ile 3000 bine ulaşmış bireylerin olduğunu söyleyebiliriz. Bunun nedeni yapraklarındaki, zeytin ağaçlarını, hastalık ve zararlılara karşı koruyan '*oleuropein*' maddesidir. Yine yapraklarındaki kalsiyum '*elenolaten*' maddesi, zararlı virüs, bakteri ve mantarlara karşı ağacı koruma etkisi gösterir.

### **2.1.8.1. Zeytin Ağacının Özellikleri**

Zeytin ağacı genellikle küçük ağaç ebatlarında, ortalama 5 metre boyu olan, yaprağını dökmesine rağmen yenisi geldiğinden sürekli yeşil rengini koruyan, dal ve taç şeklinde görünüme sahiptir. Zeytin ağacının özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Efe, vd.,2013, s.48; Aksoy, 2007, s.48).

- Dallarından çelik alarak ve tohumdan üretilebilir,
- Saçak kök yapısı çok derine gitmez (25-60cm),

- Taç yapısı her yıl yaş oranında boylanarak artar,
- Yeni dallar gri renkte gelir budama ile şekil verilir,
- Yeni ağaç ilk yıllar kazık kök ile toprağa tutunur ardından yan kök yaparak enine yayılır,
- Ana dallar ile köklerin sayısı ve gelişimi arasında bağ vardır. Ana dalların beslendiği kökte sorun olursa bu dalına da yansır,
- Gövde ile kökler arasında yer alan “turp” ya da “çotuk” olumsuz hava ve iklim şartlarına ağacın dayanmasını sağlayan besin ve su depolar,
- Bol yapraklı ince uç dallara “sürgün” bunların kısa olanlarına ise “filiz” adı verilir,
- Ağaç kötü hava koşullarında kuruma noktasına geldiğinde yeniden filiz vererek kendini yeniler,
- Yeni zeytin ağacı daha hızlı boy verirken, 20 yaş üzeri ağaç sadece dal gelişimi yapar,
- Zeytin meyvesi son 2 yılda sürgün veren filizlerden elde edilir,
- Ürün artırımını, gençleştirme ve ağaca şekil vermek için yapılan budama; Ocak, Şubat veya Mart aylarında yapılır,
- Nisan ayında 1 yıllık sürgünlerde ‘somak’ adı verilen, küçük sarımsı ve beyaz çiçekler açar. Sekiz ay önce başlayan çiçeklenme 15 Nisan ile 15 Mayıs arasında son bulur,
- Mart ayı itibariyle tomurcuklar kendini gösterir,
- Zeytin, anemofil bitki olup çiçeklerinin tozlanması nemli ve sıcak havada rüzgârla yoluyla gerçekleşir,
- Zeytin meyvesi oluşumunu Haziran-Ağustos arası tamamlar ve Eylül ayından sonra yağ toplama evresine geçer. Yağ oranının en yüksek olduğu kasım ayında siyah renge bürünür,
- Zeytin meyvesi en içten dışa doğru asıl tohum olan çekirdek içi (kernel) , sert çekirdek (endokarp), çekirdeği kuşatan mezokarp ve en dışındaki epikarp-kabuktan meydana gelir,
- Zeytin meyvesini acı yapan değerli yağ asitleri ve oleuropein maddesidir. Ayrıca kalsiyum, magnezyum, demir, aminoasitler, A, B1, B2, C, D, E, K vitaminleri ve protein kaynağıdır,
- Hasat işleminin tam zamanında yapılması zeytinyağının kalitesi için önemlidir,

• Zeytin verimimin iki yılda bir yüksek olması ‘*periyodisite*’ olarak tanımlanır. Ağacın yaşı, çeşidi, beslenmesi, sulama, taşıdığı meyve miktarı ve hasat tekniği, hormonlar, enzimler ve fenolojik bileşikler periyodisiteyi etkilemektedir,

• Tam ağaç gelişimi 15–20 yıl sürmektedir. Ağaç dikiminden itibaren 5. yılda meyve verimi başlar. Hasadın en iyi olduğu dönem 35 –150 yaş arası olup, sonraki yıllarda verimi düşer bu durumda gençleştirme ile ağaç tekrar kazanılır.

### 2.1.8.2. Zeytin Bileşimi

Zeytinin besin içeriği zeytinin rengine, türüne, olgunluğuna ve bölgeye göre farklılık göstermektedir. Zeytin tanesinin bileşenleri; su, yağ, protein, selüloz, şeker, mineraller, hidrokarbonlar, fenolik bileşikler ve tokoferollerden oluşmaktadır. (Vinha vd., 2005). Bir zeytin danesinin bileşimi aşağıdaki çizelgede verilmiştir.

Çizelge 3. Zeytin Tanesinin Ortalama Bileşimi

Bileşim	Miktar (%)
Su	50-60
Yağ	18-25
Protein	1,5-2
Şeker	18

**Kaynak:** Kiritsakis, A.K. (1998). Flavor components of olive oil-A review. *Journal of the American Oil Chemists' Society*, 75(6), 673-681.

### 2.1.8.3. Zeytinyağı

Zeytinyağı, Akdeniz Bölgesinde üretilen ve yaygın olarak tüketimi olan bir yağ türüdür. Zeytinden elde edilen, dalında olgunlaşmış meyvenin presleme, santrifüjleme ve süzme gibi uygulamalardan geçen ortalama 20–25°C ısıda sıvı hali ile mutfaklarda kullanılan yağ çeşididir. Esansiyel yağ asitlerinin ve yağda eriyen A, D, E, K vitamin türlerinin temel kaynağı olan zeytinyağı kendine özel tat ve zeytin kokusu ile farklı bitki kaynaklı yağlardan daha çok kullanılan, sindirim için faydalı olan önemli bir yağ türüdür. Zeytinyağı içeriğindeki oleik asidi %75-85 oranı ile bulunduğundan yağın oksitlenmeye karşı direnci daha yüksektir. Bu nedenle zeytinyağı kızartma için en uygun yağdır. Zeytinyağı biyolojik değeri; insan beslenmesi için farklı yağ çeşitlerinden değerlidir. Zeytinyağının bu özelliği, diğer yemeklik yağlarla aynı kalori

değerine sahip olmasına karşın, yağ asidi bileşiminin farklı oluşu ve sabunlaşmayan kısımda bulunan birçok bileşeni içermesinden kaynaklıdır (Efe, vd.,2013, s.39).

Zeytinyağının fenol bileşenleri, sağlık üzerine olumlu etkileri sebebiyle çok önemli olup günlük diyet ile alınmaları gerekir. Zeytinyağında bulunan fenol bileşenlerinin başlıcaları; oleuropein, tirosol, hidroksitirosol, p-hidroksifenilasetik asit, kafeik asit, p-kumarik asit, ferulik asit ve vanillik asittir. Fenol bileşenleri ve lignanların en önemli özelliklerinin; kardiyovasküler hastalıklara karşı koruyucu olması, tümör oluşumunu teşvik eden singlet oksijen ve çeşitli serbest radikalleri yok edebilmeleri ve lipoksigenaz enzimini inaktive edebilmeleridir. Böylelikle lignanlar, deri, göğüs, bağırsak ve akciğer kanseri hücrelerinin büyümesini önlediği kanıtlanmıştır (Demirci, vd., 2003, s.43).

**Çizelge 4. Zeytin ve Zeytinyağının Besin Değerleri**

	Zeytin Siyah	Zeytin Yeşil	Zeytin Yağı
Su(g)	71,8	75,8	0,0
Enerji (kkal)	207	144	884
Protein(g)	1,8	1,5	0,0
Yağ (g)	21,0	13,5	100,0
Karbonhidrat(g)	1,1	2,8	0,0
Posa(g)	-	-	-
Vit A (IU)	60	300	-
Kalsiyum (mg)	77	90	0
Demir (mg)	1,6	2,0	0,4
Fosfor (mg)	-	-	1
Potasyum (mg)	-	-	-
Sodyum (mg)	-	-	0
Tiamin (mg)	0,02	0,02	-
Riboflavin (mg)	0,02	0,02	-
Niasin (mg)	0,2	0,1	-

**Kaynak:** Baysal, A., Keçecioglu, S., Arslan, P., ve Yücecan, S. (1991). *Besinlerin Bileşimleri*.3. Baskı. Ankara: Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını.

Türk Gıda Kodeksine (2007) göre; zeytinyağları natürel, rafine, riviera ve çeşnili olmak üzere 4 sınıfa ayrılır.

**Çizelge 5. Türk Gıda Kodeksine Göre Zeytinyağı Çeşitleri**

1. Natürel zeytinyağı	Meyvenin ve yağının doğal niteliğini bozmadan yıkama, yoğurma, sıkma ve filtreleme işlemlerinden elde edilen gerekli duyuşsal niteliklere sahip zeytinyağıdır.
1.1.Natürel Sızma Zeytinyağı	Yağ asitliğı: 100 gramda 0,8 gramı geçmeyen
1.2.Natürel Birinci Zeytinyağı	Yağ asitliğı: 100 gramda 2.0 gramı geçmeyen
1.3.Natürel İkinci Zeytinyağı	Yağ asitliğı: 100 gramda 3.3 gramı geçmeyen
2. Rafine zeytinyağı	İnce, yemeklik yağdır Yağ asitliğı, s.100 gramda 0,3 gramı geçmeyen
3. Riviera zeytinyağı	Yemek ve kızartmada kullanılır Yağ asitliğı, s.100 gramda 1,5 gramı geçmeyen
4. Çeşnili zeytinyağı	Natürel sızma zeytinyağının baharat, meyve ve sebze aromaları ile çeşitlendirilmesi elde edilir. Yağ asitliğı: 100 gramda 0,8 gramı geçmeyen

**Kaynak:** (https-10)

#### **2.1.8.4. Zeytinyağı Üretim Süreci**

Zeytinyağı üretimi sürekli ve kesintili olmak üzere iki farklı teknik ile gerçekleştirilir. Her iki sistem içinde zeytinin temizlenmesi, ezilmesi, hamurun sıkılması ve yağın karasudan ayrılması temel işlemlerdir. Zeytinyağı üretiminde prina ve karasu olmak üzere iki temel atık meydana gelir. Kesintili yöntem geleneksel yöntem iken; sürekli yöntem ise 2 fazlı ve 3 fazlı santrifüj sisteminden oluşan modern yöntemdir.



Şekil 3. Zeytinyağının Genel Üretim Aşamaları

**Kaynak:** Kayahan, M. ve Tekin A. (2006). *Zeytinyağı Üretim Teknolojisi*. Ankara: TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Yayınları, s.11



Çizelge 6. Zeytinyağı Üretim Yöntemleri

	Geleneksel Yöntem	Modern Yöntem
	Binlerce yıldır kullanılan sistemdir	İki fazlı ve üç fazlı olmak üzere iki farklı şekilde işleme alınır
<b>Aşamaları</b>	Zeytinler yıkanmanın ardından taşkırıçılarda kırılır Zeytinler hamur haline gelir Oluşan Hamur bez çuvallara konulur Çuvallar üst üste dizilir ve pres uygulanır Zeytinyağı pres etkisiyle posadan ayrışır	Zeytinler yıkanmanın ardından taşkırıçılarda kırılır Yoğurma teknelerinde zeytinler hamur haline gelir Bekleyen hamura su ilave edilir ise 3 edilmez ise 2 fazlı işlem olarak nitelendirilir Zeytinyağı ve karasu ve prina ayrımı yapılır
<b>Olumlu yönleri</b>	Zeytinyağının en işlenmemiş halidir Zeytin meyvesinin koku ve aroması yüksektir. maliyeti düşük,	Hava ile temas riski en aza indiğinden zeytinyağı okside olmaz Kısa süreli ve verimli bir yöntemdir 2 fazlı sistem karasu yaratmadığı için çevreye zararlı değildir iş gücü düşüktür
<b>Olumsuz yönleri</b>	Zeytin hamuru hava ile temasta okside olarak değer kaybedebilir Manuel işlemler yoğun olduğundan hijyen standartı oluşturmak zordur iş gücü gereksinimi yüksektir, ekipman bakımı zor ve pahalıdır	3 fazlı sistemde Sıcak su kullanıldığı için zeytinyağı değer kaybeder (2 fazlı sistemde değer kaybı yoktur) maliyet ve enerji tüketimi yüksek

**Kaynak:** Kayahan, M. ve Tekin A. (2006). *Zeytinyağı Üretim Teknolojisi*. Ankara: TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Yayınları, s. 11

#### 2.1.8.5. Zeytinyağı Bileşimi

Zeytinyağı bileşimi; yağ asitleri, triaçilgliserol, tokoferoller, fenolikler, steroller, hidrokarbonlar ve uçucu bileşikler gibi küçük bileşenlerden oluşur (Ocakoglu vd., 2009; Lozano-Sánchez vd., 2010; Arslan ve Ok, 2020).

### 2.1.8.6. Yağ Asitleri

Palmitik (C16, s.0), palmitoleik (C16, s.1), stearik (C18, s.0), oleik (C18, s.1), linoleik (C18, s.2) ve linolenik (C18, s.3) asitler, zeytinyağında yoğun bulunur. Zeytinyağının temel yağ asidi ise oleik asittir (C18, s.1). Oleik asit tekli doymamış bir yağ asidi olup, toplam yağın %55-83'ünü oluşturur (Esteban and Solis, 2015).

**Çizelge 7. Türk Gıda Kodeksi'ne Göre Zeytinyağının % Yağ Asidi Bileşimi**

Yağ Asitleri	İçerik (%)
Miristik asit (C14:0)	≤ 0,05
Palmitik asit (C16:0)	7,5-20
Palmitoleik asit (C16:1)	0,3-3,5
Heptadekanoik/margarik asit (C17:0)	≤ 0,3
Heptadesenoik/margoleik asit (C17:1)	≤ 0,3
Stearik asit (C18:0)	0,5-5,0
Oleik asit (C18:1)	55,0-83,0
Linoleik asit (C18:2)	3,5-21,0
Linolenik asit (C18:3)	≤ 1,0
Araşidik asit (C20:0)	≤ 0,6
Gadoleik/eikosenoik asit (C20:1)	≤ 0,4
Behenik asit (C22:0)	≤ 0,2
Lignoserik asit (C24:0)	≤ 0,2

**Kaynak:** TGG, Tebliğ No: 2017/26.

### 2.1.8.7. Zeytin ve Zeytinyağı Tarihçesi

Caruso, (1883) zeytinin ilk kez kültür bitkisine dönüştürüldüğü yer olarak bundan altıbin yıl önce Anadolu'yu işaret etmektedir. Buna göre zeytinin anavatanı Mersin, Hatay, Maraş Mardin ve kuzey Suriye'yi içine alan bölgedir. Bir botanik bilimci olan Augustin Pyramus de Candolle (1778-1841), Caruso'nun ifadesini doğrulamaktadır. Bu bağlamda zeytin ilk defa Anadolu'da kültür edilerek buradan, Suriye, Filistin, Ürdün ve Mısır'a ve Akdeniz Havzası'ndaki diğer ülkelere yayılmıştır. M.Ö. 3750 tarihini ortaya koyan kazılarda Filistin ve Ürdün'de zeytin tarımının yapıldığı tespit edilmiştir (Ünsal, 2006, s. 18).

- Mısır'da ise Sakkarah Piramidinde (MÖ. 2500) zeytin temalı duvar resimleri ve zeytin sıkma aleti bulunmuştur.

- M.Ö. 1500 'den başlayarak Ege adaları ve Yunanistan'a zeytini ulaştıran Fenikeliler olmuştur.

- İspanya'nın zeytin ile tanışmasını M.Ö. 1050 de Fenikeliler sağlamış, fakat yoğunlaşması Roma dönemine denk gelmektedir.

- Fransa M.Ö. 600 itibariyle yıllarında Romalılar ile zeytin hakkında bilgi sahibi olmuştur.

- 8. yüzyıldan itibaren Avrupa'ya geçen Emeviler Endülüs'te yoğun zeytinlik dikimi yapmıştır. Arap kültüründen geçen zeytin İspanyolca'daki zeytin (aceituna), yağ (aceite), yabani zeytin (acebuche) ve Portekizce'deki zeytin (azeitona), zeytinyağı (azeite) Arapça'dan geçmiştir.

- 15. ve 16. yüzyılda İspanyollar zeytini Kuzey ve Güney Amerika'ya, Hint Adalarına, 1560'larda Meksika ve Peru'ya tanıtmışlardır.

- 19. yüzyıldan itibaren İtalyanlar, Kaliforniya, Şili, Arjantin, Avustralya ve Güney Afrika'da zeytin tarımı yapmıştır.

Yukarıdaki maddelerden de görülebileceği gibi tüm Akdeniz ülkelerinde zeytin yetiştirilse de aslında bir Anadolu bitkisidir.

#### **2.1.8.8. Türkiye'de Zeytin Üretimi**

Ülkemiz konumu nedeniyle yoğun olarak zeytin tarımı yapılan Akdeniz ülkeleri arasında yerini almaktadır. Zeytin, uzun ömürlü bir ağaç olduğundan getirisi yüksek olup, ülkemizde Ege, Marmara, Akdeniz ve Karadeniz bölgelerinde Artvin'e güneyde Hatay'a ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Mardin ve Şırnak'a kadar olan alanda önemli geçim kaynağıdır.

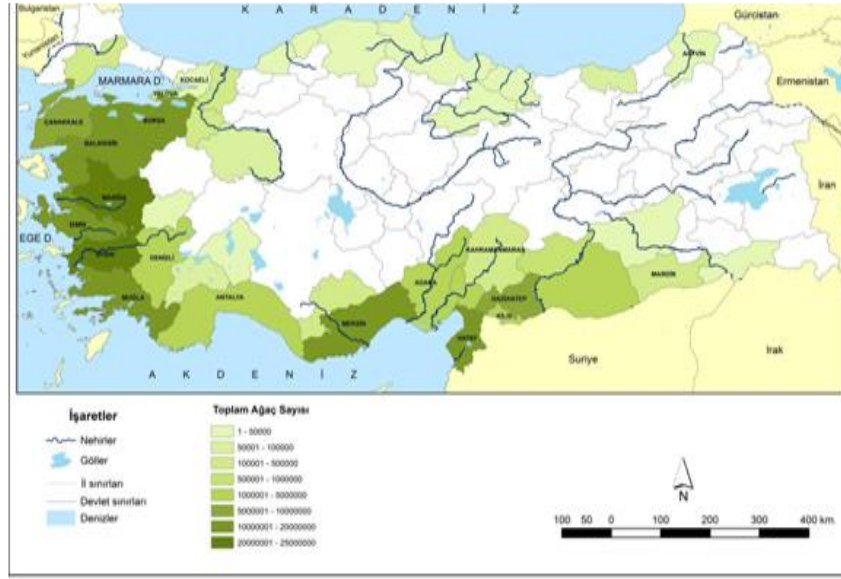
Türkiye'de 320.000 aile işletmesinin geçim kaynağı zeytin tarımıdır. Ege Bölgesi'ndeki 3 il, Türkiye'nin tüm üretimin %48'ini karşılamaktadır (Aydın %25, İzmir %14 ve Muğla %9). Ege'nin ardından tüm üretimde %13 oran ile 2 ili (Balıkesir %8, Bursa %5) bulunan Marmara Bölgesi gelmektedir. Zeytin ağacı miktarı 2016 yılında 700 bin ha toplam alan içinde 174 milyon adete varmıştır. Üretimi yapılan zeytinin ortalama %24'ü sofralık hazırlanırken, %76'sının yağ üretiminde kullanılmaktadır. Yurtiçi tüketime karşın Türkiye, farklı sofralık zeytin ürünlerinin ihracatından elde edilen yıl içinde 117 milyon USD getirisi ile piyasanın en etkili ülkeleri arasındadır (http-10).

- Toplam ağaç sayısı veren uygun iklim koşullarında olmamıza karşın Türkiye’de zeytin verimi olması gereken noktaya ulaşmamıştır.
- Yıllık ağaç başına yağ miktarı ortalama 11 kg’dır.
- Genel anlamda ülkede zeytin ağacı ortalama yaşları yüksektir.
- Ülkemizde zeytin ağaçlarının geneli bakımsızdır, bu da farklı ülkelere kıyasla verimin daha düşük elde edilmesine neden olmaktadır (Efe vd., 2010, s. 132).



Şekil 4. Türkiye’de Zeytin Yayılış Alanları

**Kaynak:** Özkaya, F.D., Özkaya, M. T., Tunalioglu, R., Bayar, R., Tunalioglu, E. (2022). Anadolu’da Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası (Olive and Olive Oil Food Routes). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.



**Şekil 5. Türkiye’de Bölgelere Göre Zeytin Ağaç Sayıları Yoğunluğu**

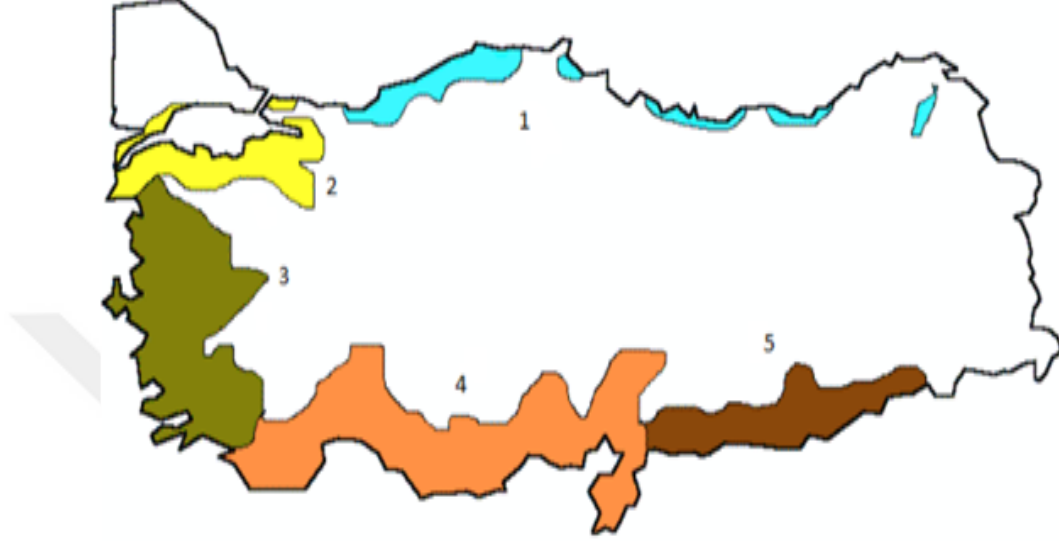
**Kaynak:** Özkaya, F.D., Özkaya, M. T., Tunalıoğlu, R., Bayar, R., Tunalıoğlu, E. (2022). Anadolu’da Zeytin ve Zeytinyağlı Yemekler Rotası (Olive and Olive Oil Food Routes). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.

Ülkemizde tescil alan 91 farklı zeytin çeşidi bulunmaktadır ve günümüzde, Anadolu’nun Ortave Doğu Bölgeleri dışında tüm topraklarda zeytin ağacı yetiştirilmektedir. Ege, Marmara, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde zeytin kazanç getiren bir ürün olarak görülmekte ticareti yapılmaktadır. Türkiye topraklarının tarım yapılabilen alan ortalaması %3,6, zeytin tarımı ise meyve üretimi olan toplam alanın %25’ ini kapsıyor. Çiftçi Kayıt Sistemine dahil olan 210.000 firmada zeytin işçiliği yapılmaktadır. Türkiye, tüm dünyada sofralık zeytin üretiminde %15’ini, zeytinyağı üretiminde %6’oran ile temsil edilmektedir (IOC, 2019).

### 2.1.8.8.1. Türkiye’de Bölgesel Zeytin Tarımı

Türkiye’ de zeytin yetişen alanlarda ortak iklim özellikleri görülmekle birlikte, birbirine çok yakın alanlarda bile bölgeler arasında yetiştirilen zeytinde bazı farklılıklar görülmektedir. İklim, yaz ve kış sıcaklık ortalaması, yağış miktarı, hakim rüzgar yönü, toprak çeşidi, topraktaki değerler, zeytinin büyüme ve verimini etkilediği gibi yağ oranında da ciddi etkiye sahiptir. Tüm bu farklılıklar zeytinde çeşit zenginliği yaratmaktadır. Bazı zeytin çeşitleri yağ üretimi elverişli iken bazı türler ile sofrada kullanım için uygundur.

Türkiye’de maalesef konu hakkında yeterli çalışma olmadığından tam olarak yetişen tür sayısını vermek mümkün değildir. Sadece tespit edilebilen 400 civarında farklı tür olduğunu ifade edebiliriz. Zeytin yetişen bölgeler Ege, Akdeniz, Marmara, Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Karadeniz iken il sayısı 36’dır. Ülkemizin 110 tescilli zeytin çeşidi bulunmaktadır.



Şekil 6. Türkiye’nin Beş Zeytin Bölgesi

Kaynak: (http-11)

Çizelge 8. Türkiye’nin Beş Zeytin Bölgesine Göre Daha Çok Yetişen Zeytin Türleri

Coğrafi Bölge	Zeytin Çeşitleri
Ege (3 nolu bölge) Ülkenin toplam ağaç varlığının %67,7’sini oluşturmaktadır. Balıkesir körfez yöresinde “Ayvalık”, İzmir, Aydın ve Muğla	Ayvalık (Edremit, Ayvalık, Gömeç, Burhaniye), Memecik (Aydın ve Muğla), Domat (Akhisar), Uslu (Akhisar, Kemalpaşa, Yatağan), Erkence (İzmir), Çakır (İzmir), İzmir sofralık, Çekişte (Ödemiş, Torbalı, Nazilli), Çilli (Kemalpaşa), Kiraz (Akhisar), Memeli (Menemen, Turgutlu)
Marmara (2 nolu bölge) Mudanya, Gemlik ve İznik gibi yörelerde mono kültür şeklinde tarım yapılarak orada yaşayan insanların %90’ının geçim kaynağını oluşturmaktadır.	Gemlik/Tirilye (Gemlik, Erdek, Mudanya, Edincik, Tirilye), Edincik Su (Bursa, Yalova, Kocaeli), Beyaz Yağlık, Eşek Zeytini, Şam ve Siyah Salamuralık

## Çizelge 8- devamı

Coğrafi Bölge	Zeytin Çeşitleri
Akdeniz (4 nolu bölge) Adana'nın Tarsus, Seyhan, Silifkema halli çeşitleri yanında Ege ve Marmara bölgesinin çeşitleri de yayılım göstermektedir.	Halhalı (Mardin, Hatay, Gaziantep, Adana), Sarı Haşebi, Karamani, Saurani (Hatay, Altınözü), Tavşan Yüreği (Muğla, Antalya), Büyük Topak Ulak (İçel, Tarsus), Küçük Topak Ulak, Girit Ulak (İçel, Tarsus), Sarı Ulak (İçel, Adana, Kozan)
Güneydoğu Anadolu (5 nolu bölge) Türkiye'deki toplam ağaç varlığının %6sı toplam zeytinin yaklaşık %75 i yağlık olarak değerlendirilir Kilis Gaziantep, Şanlıurfa, Hatay Kahramanmaraş ve Mardin	Kilis Yağlık (Kilis Gaziantep, Şanlıurfa, Kahramanmaraş ve Mardin), Nizip Yağlık (Gaziantep, Kahramanmaraş, Mardin), Halhalı (Mardin, Hatay, Gaziantep ve Kahramanmaraş), Eğriburun (Nizip, Halfeti), Kan Çelebi (Gaziantep) olarak
Karadeniz Artvin, Trabzon, Samsun ve Sinop	Otur, Sati, Butko Yağlık, Görvele, (Artvin), Samsun Yerli (Samsun, Sinop, Zonguldak), Patos (Trabzon, Zonguldak), İstrangili, Marentelli, Trabzon Yağlık (Trabzon), Zonguldak yerli yuvarlak ve Kastamonu yağlık

**Kaynak:** T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2022. *Zeytin çeşitleri*. İzmir: Zeytincilik Araştırma Enstitüsü.

### 2.1.9. Türkiye'de Uygulanan Hasat Teknikleri

Türkiye'de uygulanan hasat yöntemlerini geleneksel olarak uzun yıllardır devam eden manuel yöntemler ve gelişen teknoloji ile birlikte bu konuda icat edilen makinelerin kullanımı yakın dönemde başlamıştır. Kullanılan hasat tekniğinde arazinin eğimi gibi durumlar önemli olmakla birlikte genelde küçük işletme ve küçük ebatlarda zeytin arazisi sahibi ailelerin ekonomik durumlarda etkili olmaktadır.

**Çizelge 9. Zeytin Hasat Teknikleri**

<b>Manuel Hasat</b>	<b>Mekanik Hasat</b>
<b>Sırıkla Çırpma</b> En yaygın, en eski ve en zarar veren yöntemdir	<b>Mekanik Aletler</b> Yerdeki zeytinleri toplar
<b>El ile Sıyırma</b>	<b>Havah Cihazlar</b> Yerde ve ağaçtaki zeytini vakumlayarak toplar
<b>Yerden Toplama</b> Yere düşen zeytinin yağ kalitesi düşüktür	<b>Hareketli Aletler</b> Kişilerin taşıdığı ağacı sarsan aletlerdir
<b>Ağaç Üzerinden Elle Toplama</b> Sofralık ve yağlık zeytinde en iyi kaliteyi veren yöntemdir	<b>Tam Teçhizatlı Hasat Makineleri</b> Bir sarsıcı meyveleri düşürürken ağaç etrafına monte edilen toplayıcı meyveleri havalı bir kanal ile toplama noktasına ulaştırır.
<b>Basit Çekme Aletleri</b> Elle kullanılan Zeytin taraklarıdır	<b>Makineli Toplama</b> Zeytin titreşim yardımıyla düşürülür

**Kaynak:** Efe, R., Soykan, A. ve Sönmez, S. (2010). *Edremit yöresindeki anıt ve anıtsal zeytin ağaçları*. zeytin kitabı. Edremit Belediyesi: Kültür Yayınları, s. 219

Victor Hehn (1813–1890), “Zeytin, Üzüm ve İncir – Kültür Tarihi Eskizleri” esrinde Plinius’un sözlerini aktarmıştır;

“Özellikle de hasat, her açıdan çok özen gerektiren bir iştir: Daha yeni olgunlaşan meyveler, elle teker teker toplanmalı ve zaman kaybetmeksizin preslenmelidir. Sürat ve temizlik bu işin temel koşullarıdır. Narin yapılı meyveler ya sopalarla silkelenebilir ya da – daha da kötüsü- aşırı olgunlaşıp artık çürümeye yüz tuttuklarında kendiliğinden yere dökülmeleri bekleniyor o zaman zeytinler yerlerde birikiyor, işlenecekleri yağhanede sıra gelmeden ekşimeye başlıyor”

### **2.1.10. Dünya’da ve Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Sektörü**

Zeytin mahsulü yağlık ve sofralık şeklinde ikiye ayrılıp, işlem sonucu ortaya çıkan ürünlerin değerlendirildiği ve sağlık açısından giderek talep gören önemli bir tarımsal üründür. Dünyada toplam var olan zeytin ağacının %93’ü Akdeniz kıyı bölge ülkelerinde bulunup, kapladığı dikili 10,6 milyon ha alanda ortalama 16,6 milyon ton zeytin mahsulü elde edilmektedir (FAO, 2021).



### 2.1.10.1. Zeytinlik Alanlar ve Dane Zeytin Üretimi

Zeytin ağacının yetişmesi için uygun olan iklim nedeniyle Dünya zeytin dikili alanları Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerde yoğunlaşmaktadır. 2021 yılı itibariyle Dünya toplam zeytin ağacı dikili alan yaklaşık 11 milyon ha ve toplam alınan mahsul yaklaşık 17 milyon tona ulaşmaktadır.

Çizelge 10. Dünya Zeytinlik Alanları

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
İspanya	2.475	2.504	2.504	2.507	2.516	2.351	2.522	2.555	2.579	2.602
Tunus	1.763	1.763	1.811	1.823	1.589	1.625	1.646	948	1.534	1.607
İtalya	1.191	1.144	1.125	1.147	1.157	1.148	1.145	1.142	1.142	1.139
Fas	830	901	968	922	947	1.006	1.008	1.021	1.045	1.073
Yunanistan	806	808	808	797	818	821	798	793	963	903
Türkiye	784	798	814	826	826	837	846	846	864	879
Suriye	647	684	696	697	697	700	700	692	693	693
Cezayir	294	312	329	348	383	407	424	433	431	432
Portekiz	343	346	347	352	352	351	356	358	361	360
Libya	228	234	241	252	253	225	209	205	205	206
Diğer	536	543	581	580	625	647	626	704	669	683
Dünya	9.900	10.038	10.223	10.251	10.164	10.118	10.279	9.697	10.486	10.578

Kaynak: FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)2021

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütüne göre, dünyada zeytin dikili alanlarda 2010-2019 döneminde %7 artmıştır. Çizelgeye göre, 2019'da 10,58 milyon zeytin dikili alanların arttığı tespit edilebilir. Çizelgeye bakıldığında ilk sırada yer alan ülke İspanya (%24,6), 2. sırada Tunus (%15,2), 3.sırada İtalya (%10,8), 4. sırada Fas(%10,1), 5. sırada Yunanistan (%8,5) ve Türkiye ise 6. Sırada (%8,3) yer almaktadır.

**Çizelge 11. Dünya Dane Zeytin Üretimi**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
İspanya	7.198	7.820	3.849	9.276	4.560	5.948	7.083	6.549	9.820	5.965
İtalya	3.171	3.182	3.018	2.941	1.964	2.733	2.038	2.598	1.954	2.194
Yunanistan	2.560	2.491	2.764	1.752	2.592	2.908	2.755	2.838	1.188	1.228
Türkiye	1.415	1.750	1.820	1.676	1.768	1.700	1.730	2.100	1.500	1.525
Fas	1.506	1.416	1.316	1.182	1.573	1.144	1.416	1.039	1.561	1.912
Mısır	391	460	563	542	566	699	875	1.095	1.084	1.080
Tunus	873	562	963	1.100	376	1.700	700	500	828	877
Portekiz	445	520	430	652	455	723	476	876	739	997
Cezayir	311	611	394	579	483	654	696	684	861	869
Suriye	960	1.095	1.050	842	392	600	668	850	665	844
Diğer	1.592	1.320	1.526	1.482	1.613	1.754	1.593	1.923	1.683	1.973
Dünya	20.422	21.226	17.692	22.023	16.342	20.563	20.031	21.053	21.882	19.464

**Kaynak:** FAO (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü), 2021

Çizelgeye bakıldığında Türkiye'nin 20.432 kg/hektar ile dünya ortalamasını geçtiği görülmektedir.

### 2.1.10.2. Zeytinyağı Üretimi

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütüne göre, dünyada zeytinyağı üretimi 2010 yılından itibaren inişli çıkışlı ivme göstermekte olup, bu karşın önemli bir fark olduğu söylenemez. Çizelge 13'e göre 2019/20 hasat döneminde 3,2 milyon ton zeytinyağı elde edilmiştir.

**Çizelge 12. Dünya Zeytinyağı Üretimi**

	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
İspanya	1.615,0	618,2	1.781,5	842,2	1.403,3	1.290,6	1.262,2	1.789,9	1.125,3
İtalya	399,2	415,5	463,7	222,0	474,6	182,3	428,9	173,6	366,0
Yunanistan	294,6	357,9	132,0	300,0	320,0	195,0	346,0	185,0	275,0
Türkiye	191,0	195,0	135,0	160,0	150,0	178,0	263,0	193,5	225,0
Fas	120,0	100,0	130,0	120,0	130,0	110,0	140,0	200,0	145,0
Tunus	182,0	220,0	70,0	340,0	140,0	100,0	325,0	140,0	350,0
Suriye	198,0	175,0	180,0	105,0	110,0	110,0	100,0	104,0	120,0
Portekiz	76,2	59,2	91,6	61,0	109,1	69,4	134,8	100,3	140,5
Cezayir	39,5	66,0	44,0	69,5	82,0	63,0	82,5	97,0	125,5
Mısır	9,0	16,5	20,0	17,0	16,5	30,0	39,5	41,0	42,0
Diğer	196,5	178,2	204,2	221,3	241,0	233,2	257,1	237,7	292,7
Dünya	3.321,0	2.401,5	3.252,0	2.458,0	3.176,5	2.561,5	3.379,0	3.262,0	3.207,0

**Kaynak:** IOOC, 2021

Dünya’da üretilen zeytinyağının %35,1 oranında 2019-20 hasat mevsiminde İspanyada 1,13 milyon ton üretim gerçekleştirilerek ilk sırada yerini almıştır. Ardından İtalya 366 bin ton, Yunanistan %8,6 pay ile 3.sırayı almıştır. Türkiye’nin toplam üretimdeki payı ise %7’dir.

### **2.1.10.3. Tüketim**

Yapılan istatistiklere göre, 2019/20 yıllarında dünya zeytinyağı tüketimi daha önceki yıla göre %5,8 artarak 3,23 milyon ton gerçekleşmiştir.

Çizelge 13’ de üretici ülkelerin aynı zamanda önemli tüketici ülkeler olduğu görülmektedir. Üretimde ilk sıralarda yer alan İspanya ve İtalya Tüketimde yine ilk 2 sırada yer almaktadır. Türkiye ve Yunanistan’ın üretim çizelgesine göre Tüketim çizelgesinde yer değiştirerek Türkiye’nin tüketimde öne geçtiği görülmektedir. ABD ise dünya tüketiminde 3. Sırada yer almaktadır.

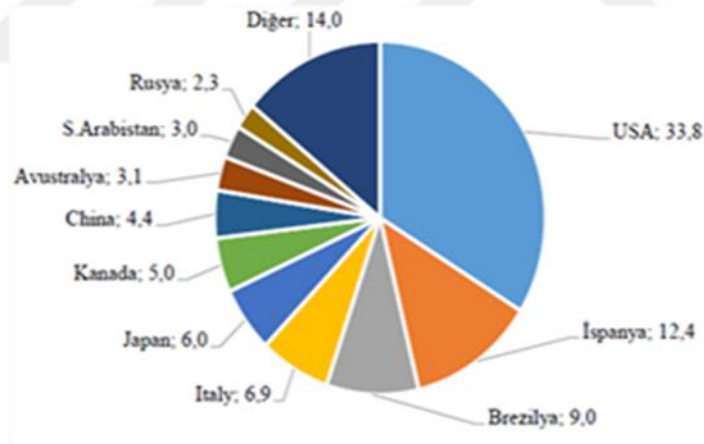
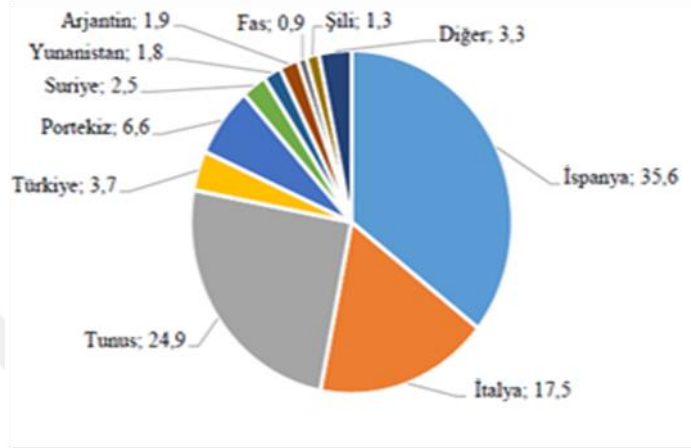
Çizelge 13. Dünya Zeytinyağı Tüketimi

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
İspanya	554	574	487	525	492	495	443	478	495	528
İtalya	660	610	550	641	572	598	439	580	453	490
ABD	275	300	287	302	295	321	315	315	351	400
Türkiye	131	150	150	105	125	116	150	177	163	175
Fas	100	122	129	120	120	120	120	120	150	140
Cezayir	59	43	61	49	65	80	67	83	92	127
Fransa	113	112	113	111	106	113	109	102	137	120
Yunanistan	228	200	180	140	130	140	105	130	121	115
Brezilya	62	68	73	73	67	50	60	77	86	104
Suriye	131	136	161	171	126	104	98	80	75	90
Diğer	750	772	799	841	819	843	821	898	934	945
Dünya	3.061	3.086	2.989	3.076	2.916	2.980	2.726	3.039	3.057	3.234

**Kaynak:** IOOC (Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi), 2021

#### 2.1.10.4. Dış Ticaret

Zeytin ve zeytinyağı üretimi yapan tüm ülkeler zeytinyağı pazarında bölgelerine özgü politikalar geliştirerek uluslararası piyasada yer edinmeye çalışmaktadır. Üretim yapan ülkelere biri olan Türkiye, elindeki imkânları en üst düzeyde kullanarak piyasada yer edinmek ve zeytinyağında bir marka olmak adına önemli planlama ve tanıtımlar yapılmalıdır.



Şekil 7. Dünya Zeytinyağı İhracatı -İthalatı 2019/2020

Kaynak: IOOC (Uluslararası Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi), 2021

Uluslararası zeytinyağı dış satım miktarına göre ilk sırada İspanya'yı, Tunus, İtalya, Portekiz ve Türkiye takip etmektedir. Uluslararası en fazla zeytinyağı dış alımı yapan ülke ilk sırada ABD olmakla birlikte, İspanya, Brezilya, İtalya ve Japonya'dır.

### **2.1.11. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Üretimi**

TÜİK istatistiklerine göre, 2011-2020 döneminde zeytin dikili alanda %11,1 artış gerçekleşmiş olup, 2020 yılı dikili alan 8,87 milyon dolmuştur. 2020 yılında zeytinliklerin %73,7’si yağ yapımı ve kalanı ise sofralık zeytindir.

2011 -2020 döneminde zeytin meyvesi elde edilen ağaç toplamı %35,1 artış ile 2020 yılında 159,38 milyon adete ulaşmıştır.

2011-2020 yıllarında zeytin üretiminde çeşitli nedenlere bağlı olarak inişli çıkışlı ivmelenmeler görülmektedir.

2010 yılından bu yana ağaç başına yağlıkta 13 kg, sofralıkta 10 kg ortalama ürün alınmıştır.



**Çizelge 14. Yıllara Göre Sofralık ve Yağlık Zeytin/Zeytinyağı Üretimi**

<b>Alan</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Sofralık zeytin	2.223	2.277	2.309	2.200	2.236	2.263	2.265	2.100	2.341	2.335
Yağlık zeytin	5.762	5.861	5.949	6.060	6.133	6.193	6.196	6.545	6.450	6.536
Toplam	7.985	8.138	8.258	8.261	8.369	8.455	8.461	8.644	8.792	8.871
Ağaç Adet	154.610	157.061	167.030	168.997	171.992	173.758	174.594	177.844	182.076	187.163
Üretim Dane BinTon	1.750	1.820	1.676	1.768	1.700	1.730	2.100	1.500	1.525	1.317
Zeytinyağı Üretimi(bin ton)	160	191	195	135	160	150	178	263	194	225

\*UZZK Verim kg/meyve veren ağaç sayıdır.

**Kaynak:** TÜİK (2021).

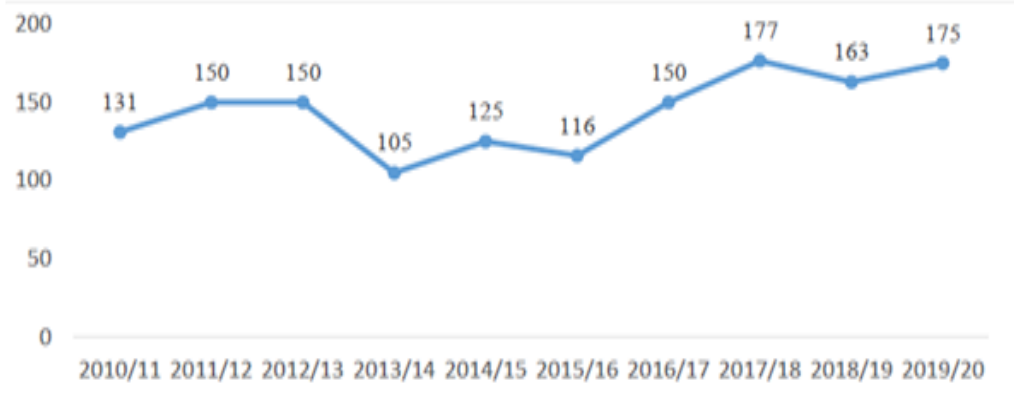
**Çizelge 15. Türkiye’de İllere Göre Yağlık Zeytin Alanı ve Üretimi**

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Aydın	Alan	1.191	1.198	1.218	1.290	1.291	1.295	1.282	1.283	1.287	1.283
	Üretim	192	190	274	222	244	210	392	169	311	76
Muğla	Alan	894	895	892	918	919	950	949	953	981	978
	Üretim	127	110	87	171	148	182	196	39	142	44
İzmir	Alan	861	867	878	871	872	871	866	863	864	866
	Üretim	249	309	207	268	175	207	165	82	104	84
Balıkesir	Alan	684	685	694	692	692	690	690	732	732	732
	Üretim	120	151	85	120	61	156	221	83	122	108
Hatay	Alan	402	404	414	433	424	423	419	425	437	439
	Üretim	147	147	139	108	152	117	140	86	118	54
Gaziantep	Alan	309	368	400	399	400	400	399	413	424	431
	Üretim	32	48	116	27	100	9	15	64	16	54
Manisa	Alan	298	299	312	315	328	338	346	454	463	524
	Üretim	38	56	53	71	45	68	146	162	48	187
Çanakkale	Alan	301	301	304	304	304	305	305	303	307	308
	Üretim	117	129	68	94	67	106	62	37	32	40
Kilis	Alan	241	256	258	258	263	264	266	267	270	270
	Üretim	14	18	36	25	42	20	9	51	25	20
Mersin	Alan	234	238	242	241	257	259	261	267	209	211
	Üretim	49	64	101	79	120	100	105	59	75	30

Kaynak: TÜİK (2021).



Çizelgeden de anlaşıldığı gibi, zeytin tarımı ve faaliyetleri Ege ve Marmara bölgelerinde yoğunluk kazanmaktadır. Üretimde ilk sırada; Aydın, İzmir, Muğla, Balıkesir, Manisa, Çanakkale, Hatay ve Mersin illeri yer almaktadır.



Şekil 8. Türkiye’de Yıllara Göre Zeytinyağı Tüketim Miktarı

Kaynak: TEPG (2021).

Ülkemizde tüketilen zeytinyağı son on yılda %33,6 artmıştır. Diğer bitkisel yağların ucuz olması zeytinyağının tüketim miktarını olumsuz etkilemektedir. Ülkemizde kişi başı zeytinyağı tüketimi Avrupa ülkelerine göre düşüktür (TEPGE,2021, s.11).

#### 2.1.11.1. Dış Ticaret

İhracat; Türk zeytincilik sektörünün toplam ihracatının 294 milyon dolara ulaşarak, 159 ülkeye ürün gönderilmektedir. Ege Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği her ay düzenli olarak ihracat verilerini açıklamaktadır. Son Mart 2021’de verilerine göre son iki sezonda da dökme zeytinyağı ihracatı toplam ihracatın yarısından fazladır. Zeytinyağı ve sofralık zeytin ihracatında ülke olarak hedefimiz ambalajlı ürün ihracatını artırmak olmalıdır.

**Çizelge 16. Türkiye'nin Yıllara Göre Zeytinyağı İhracat Miktarı ve Değeri**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Miktar (ton)	12.662	23.549	92.094	22.672	12.831	17.819	50.218	65.940	49.392	46.479
Değer (bin TL)	83.314	137.634	551.247	192.921	160.713	216.452	737.614	1.077.779	749.068	799.709

**Kaynak:** TÜİK(Türkiye İstatistik Kurumu ), 2021

İthalat miktarına bakıldığında 2011-2020 yılları arasında özellikle 2017 yılı itibariyle ihracat miktarının artış eğiliminde olduğunu söyleyebiliriz.

**Çizelge 17. Türkiye'nin Ükelere Göre Zeytinyağı İhracat Miktarı**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ABD	1.322	5.135	27.780	3.706	1.782	4.491	14.299	24.205	16.607	17.779
İtalya	8	1.533	13.294	221	253	764	4.260	4.459	4.147	2.483
İspanya	0	1.867	20.803	0	100	3.132	18.200	13.334	7.352	3.424
Japonya	0	1.867	20.803	0	100	3.132	18.200	13.334	7.352	3.424
S. Arabistan	1.978	2.027	4.261	2.704	1.502	683	1.132	3.182	2.337	2.286
BAE	2.493	4.029	5.454	3.735	1.625	1.801	2.887	4.729	5.319	6.595
Almanya	558	407	565	494	545	385	394	471	696	705
İsrail	26	12	90	80	9	2	67	1.615	715	1.322
Suriye	0	22	315	953	477	54	225	586	504	265
İran	673	871	3.383	1.398	1.152	858	1.179	1.071	2.381	675
Diğer	4.764	6.950	15.298	8.620	4.868	5.330	7.158	11.755	8.395	9.550
GENEL	12.662	23.549	92.094	22.672	12.831	17.819	50.218	65.940	49.392	46.479

**Kaynak:** TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu ), 2021

Türkiye'nin dış satım yaptığı ülkelerin başında Amerika, Suudi Arabistan, İtalya, İspanya, İran Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya ve İsrail gelmektedir. İhracatın en yüksek noktaya 2018 yılında ulaştığı ve sonrasında düşüş eğiliminde olduğu görülmektedir.

İthalat;

Ülkemizin zeytinyağı ithalatı son yıllarda önemli artış göstermiştir.

**Çizelge 18. Türkiye Zeytinyağı İthalatı Miktarı ve Değeri**

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Miktar (ton)	29	69	93	104	2.632	1.307	16	4.844	27.967	35.758
Değer (bin TL)	198	270	820	1.113	26.033	14.325	509	45.608	265.294	410.922

**Kaynak:** TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), 2021

Ülkemizin zeytinyağı ithalatı son üç yılda artış eğilimindedir. 2020 yılında gerçekleşen 35.758 ton dış alımın %98'i saf zeytinyağı ve %2 si diğer zeytinyağıdır. Ülkemizin yaptığı toplam dış alımın %97'si ham zeytinyağı olarak güney komşumuz Suriye'dendir (TEPGE,2021, s.15).

### **2.1.12. Zeytinyağı Kullanım Alanları**

Zeytinyağını diğer bitkisel yağlardan ayıran en önemli tarafı zeytin bitkisine özgü tadı ve tıp alanında sayısız önemli etkiye sahip olmasıdır. Farklı bitki kaynaklı yağlar ile kıyaslandığında, zeytinyağı içerdiği fenolik asitler ve antioksidan değerleri ile öne çıktığı görülmektedir (Şamlı, vd., 2011). Zeytin ve zeytinyağı Anadolu mutfak kültürü için oldukça önemli değerlerdir ve mutfaklarda zeytin ve yağının yer alması özel bir kültür ve gelenek haline gelmiştir. Türk kültüründe Ramazan boyunca iftar sofralarının vazgeçilmez unsuru zeytindir. Yine Türk mutfağının önemli yiyeceği zeytin kahvaltılı sofralarının vazgeçilmez bir yiyecek maddesidir (Giritlioğlu, 2008).

Önceleri zeytinyağı kandillerde aydınlatma için kullanıldı, kutsal mekanları, bedenleri ve ruhlara ferahlık verdi ve kutsadı. Daha sonraları saç ve cilt bakımında kullanıldı, beden temizliği, iyileştirme ve rahatlamada kullanıldı. Zeytin; tarih boyunca refah, barış ve şöhretin simgesi olmuştur. Medeniyetlerin ün saldı

yarışmalarda zeytin dalından yapılan taklar ve zeytinyağı kazanları ödüllendirdi. Ün salmış bireylerin kafalarına zeytinyağı uygulanır ve insanlar zenginliğin ile mutluluğun zeytin ile kutsanarak kazanıldığını düşünürdü. Zeytinyağı aynı zamanda faydalı bir merhem olarak da kabul edilirdi. Zeytinyağı sporda dalında da kas ve sinirlerin esnemesi için vücutlara sürülürdü (Başoğlu, 2009). Zeytinyağı denildiğinde gastronomi ve sağlık akla gelmektedir. Zeytinyağının midede sindirilmesi kolaydır, iştah açıcıdır. Yanma ısı derecesi yüksek olduğundan kızartmalar için en doğru yağ kullanımı zeytinyağıdır (Akçiçek ve Ötleş, 2011).

Zeytinyağının kullanım alanlarında hijyen ve güzellik yer alır. Vücut ve eşya temizliğinin temel maddesi olan sabunun hammaddesidir. Kozmetik alanında binlerce yıldır kullanılmaktadır. Şampuanların, kremlerin içeriğindeki ana maddeler arasındadır. Birçok yağın kullanımı sonrası kişilerde alerji kaynaklı sıkıntılar görülürken tamamen doğal yöntemler ile üretimi yapılan zeytinyağından elde edilen ürünlerde alerji çok nadiren görülmektedir (Akçiçek ve Ötleş, 2011).

Antik dönemde zeytinyağı tıp alanında ayrı bir öneme sahiptir. Zeytinyağı, *Hipokrat (M.Ö.460-377)* ve *Pergamonlu Galenos*'un tavsiye ettiği ilaçların içeriğinde bulunmaktadır (Ünsal, 2011, s.26). Sirke ile bir süre terbiye edilen zeytin mideyi güçlendirir ve iştahın açılmasına iyi geldiği Galenos tarafından ifade edilmiştir. Zeytinyağı aynı zamanda masaj yapımında hem masajı kolaylaştırması hem de uygulama yapılan kişiyi rahatlatması ile de tercih sebebidir (Kaplan ve Arıhan, 2012, s.9). Makedonya halkında düğünlerde nazardan korunmak ve evlenen çifte mutluluk sunmak amacı ile çiftin evlerinin zeytinyağı kullanarak kutsandığı görülmektedir. Gıda olarak; Kurutulmuş balık, soğan, pirinç ve zeytinyağından yapılan bir karışımdan yapılan bir çeşit ekmek hazırlanarak geline ikram edildiği ve gelinin bu şekilde kutsandığına inanılırdı (Lodge, 1935, s.320).

İspanya'da 1. Dünya Savaşı sıralarında zeytinyağı tütsülenmesi sonucu ortaya çıkan duman burnuna çekilmekte böylece ağrı kesici ve öksürüğü kesen ayrıca deri rahatsızlıkları ve zehirlenme sonucunda iyileştirme amaçlı kullanımı görülmüştür. Zeytinyağının sıcak suya eklenmesi ve içilmesi ile sindirim ve mide rahatsızlıkları iyileştirilirken, zeytin keselere konularak yılan vb. haşerelerin insan olan yere yaklaşmaması için kullanılmıştır (Fogg, 1941, s. 278). Günümüzde Anadolu'da yeni doğanların gaz nedeni ile sorun yaşamasında, cilt ve lekelerle müdahalede, deride

meydana gelen tahrişlerin ve haşere ısırılmalarında iyileştirici özelliği ile tercih edilmektedir (Küçükkömürler ve Ekmen, 2008, s. 817).

Polat ve Satıl (2010) çalışmalarında Burhaniye ve Havran bölgesinde zeytin ve zeytinden üretilen birçok ürünün halk arasında nasıl kullanıldıklarını tespit etmek amacı ile 21 yerleşim birimi ve 8 yerel pazarda toplam 135 kişi ile görüşme gerçekleştirerek elde ettikleri veriler doğrultusunda başta gıdasal kullanımı, tıp alanında iyileştirmelerde, el işçiliklerinde, temizlik malzemesi yapımı, hayvan gıdası, kışlık ısınma malzemesi vb. çeşitli ihtiyaçların karşılandığı görülmüştür. Araştırma sonucunda bölgede zeytin ve yağından yirmi bir çeşit üretim olduğu ortaya konulmuştur.

### **2.1.12.1. Zeytinyağının İnsan Sağlığına Faydaları**

Zeytinyağını diğer bitkisel yağlardan ayıran ve değerli kılan en önemli iki özelliği; meyveden elde edilmesi ve hiçbir kimyasal işleme tabi tutulmadan fiziksel işlemlerle mekanik olarak elde edilip, doğal haliyle tüketilebilir niteliğe sahip olmasıdır (Kara, vd., 2011). Akdeniz beslenme şeklinde çok miktarda tüketimi yapılan zeytinyağı sağlığınıza değerli katkılar sunar. Kalori seviyesi ve sindirilebilme oranı fazla ve esansiyel asit sağlayıcı olması aynı zamanda yağ ile eriyebilen A, D, E ve K vitamin türlerinin temel kaynağı olması, kendine has tadı ve koku ile tüm farklı yağ çeşitlerinden ayrılarak tercih edilmektedir. Bitki kaynaklı yağ çeşitleri içinden saf yağ şeklinde işleme uğramadan üretimi yapılabilen önemli bir özelliğe sahip tek çeşit zeytinyağıdır. Gün içinde tüketimi yapılan toplam yağda 15-20 gram kadar zeytinyağı olması kalp ve damar sağlığı için gerekli görülmektedir (Demirci ve Bölükbaşı, 2003, s.46).

Zeytinyağı değerli tekli doymamış yağ asidi olan oleik asit türüne ve antioksidan olan E-vitamini ve fenolik bileşim özelliği ile farklı kaynaklardan elde edilen yağlara göre sağlık açısından değerli olma özelliği taşır (Tunalıoğlu vd., 2003, s.120).

Kolesterol, hücre içerisine işlemek ve hormon salgılamak gibi çeşitli hayati işlevleri gerçekleştirir. Fakat bu değer normalden yüksek durumda, damar sertliği meydana gelir. Hayvan temelli yağ türü olan kolesterol gıda yoluyla alındığında vücut kendine has olan kolesterol üretmeyi düşürür, gıda yoluyla elde

edemediğinde üretmek doğru seviyeyi dengede tutmaya programlıdır. Düzenli şekilde vücudun ihtiyacından fazla kolesterole sahip olması, kandaki kolesterol seviyesini yükselterek damar sertliğine yol açması gibi çeşitli hastalıklara neden olur. Önemli değerde doymamış besine sahip yağın tüketimi kolesterolü düşürür, doymuş yağ asitleri ile zengin yağlar ise kolesterolü artırma özelliği gösterir (Özata vd.,2016, s.108).

Epidemiyolojik sonuçlara göre; Akdeniz usulü beslenmede; zeytin ve zeytinyağı koroner kalp rahatsızlığı ve kanser türlerine karşı insan vücudunu koruyan etkiye sahiptir. Akdeniz usulü beslenmede yer alan oleik asidin asıl sahibi olan zeytinyağı ve CHD'nin Akdeniz ülkelerinde daha az görülmesinin nedeni zeytinyağı tüketim oranının yüksek olması ile açıklanmaktadır. Zeytinyağı gibi yüksek oranda oleik asit içeren diyetlerin LDL kolesterol indirdiği, aynı zamanda HDL kolesterol değerini oynatmadığı görülmektedir. Akdeniz tipi beslenme kalp damar hastalıkları, beyin hasarına yol açan hastalıklar ve kanser gibi dejeneratif hastalıklara karşı koruyucu özelliğe sahiptir. Bu beslenme tipi zeytinyağı ve zeytin ürünlerinin yüksek oranda alımı yanında meyve, sebze ve lif tüketiminin fazla olmasıyla desteklenmektedir. Epidemiyolojik çalışmalara göre damar sertliği, kalp damar hastalıkları ve bazı tip kanserlerin görülme oranı Akdeniz ülkelerinde, Amerika Birleşik Devletleri ve Batı ülkeleri ile karşılaştırıldığında daha düşüktür. Literatür, Akdeniz diyetinin yararlı etkilerinin zeytinyağı ve zeytin ürünlerinin fazla ve düzenli tüketiminden olduğunu göstermiştir. Zeytinyağının faydalı etkileri onun fenolik içeriği ve yağ asidi profilinden kaynaklanmaktadır. Zeytinyağının fenolik içeriği antioksidan etkinliği aracılığı ile hücreleri reaktif oksijen türlerinin saldırısına karşı korumaktadır. Ayrıca tekli doymamış yağ asit profili koroner kalp hastalıklarına karşı koruyucu olma özelliği ile önem arz etmektedir (Işık vd.,2012, s.32).

#### **2.1.12.2. Türk Mutfağında Zeytinyağı**

Zeytinyağı önceleri saraylarda daha sonra halk mutfağında genel besin maddesi olarak yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Türk mutfağında özellikle ısıtılmadan yenilebilen yemek türlerinin ana malzemesini zeytinyağı oluşturmaktadır. Türk mutfağında zeytinyağı birçok soğuk servis edilen yemek ve meze çeşitleri bakımından alışkanlık edinilmiş temel unsurdur (Giritoğlu, 2008).

Akdeniz ve Ege bölgesi yemek kültüründe zeytinyağı; günün tüm öğünlerinde, etli, sebze veya farklı tüm yemek çeşitlerinde kullanıma uygun temel yağ maddesi demektir. Anadolu’da bilhassa Akdeniz ve Ege’de hazırlanan farklı salatalar, sebze ağırlıklı ve ana maddesi et olan menüler, kızartma, hamur işi, pastalar ve börek tariflerinde zeytinyağı kullanılır (Durlu-Özkaya, 2009). Zeytinyağı yemek çeşitlerinin dışında ekmek çeşitleri, pastalar, kekler gibi fırın kullanılarak pişirilen ürünlere lezzet katar ve gıdaların bayatlamasını engeller (Cömert vd., 2008, s. 302). Ege ve Akdeniz mutfağının ana unsurlarını oluşturan zeytinyağlı et yemekleri, sebze türleri ve dolmaların vazgeçilmezidir (Tezcan, 2000, s. 47).

Zeytinin yaygın olarak üretildiği bölgeler olan Ege ve Akdeniz’de yöresel zeytin yağ kullanılan, zeytinyağı ile hazırlanan ve çoğunlukla ısıtılmadan servis edilen sebze ağırlıklı menüleri kapsayan zeytinyağlılar adı altında ayrı bir sınıf ortaya çıkmıştır (Akın ve Lambraki, 2004, s. 20-21).

Zeytinyağı bileşimi nedeniyle kızartma çeşitlerinde farklı bitki kaynaklı yağlara oranla birkaç kez kullanılabilir ve uzun zaman özelliğini kaybetmeden pişirme sağlar (Durlu-Özkaya, 2009).

### **2.1.12.3.Zeytin Hukuku**

Dünya ağında ticari veriler incelendiğinde üretim yönünden ilk beş ülke içinde yer almamız zeytinin korunmasının ne denli önemli olduğunu göstermektedir. Türkiye’de 2005-2013 döneminde yapılan destekler ve çalışmalar sayesinde zeytin ağaç sayısında ciddi yükseliş yaratılarak ve toplam ağaç varlığı yaklaşık 180 milyona ulaşmıştır (Çimen,2021, s.3).

Zeytin hukuku açısından değerlendirildiğinde tarihte ilk olarak Atina Anayasası’nda zeytinin hukuki varlığı görülmektedir. Aristoteles’ in “Devlet malı veya özel mülkiyet farkı olmaksızın, zeytin ağacını kesen veya deviren herkes mahkemede yargılanacaktır, eğer suçlu bulunurlarsa idam edilmek suretiyle cezalandırılacaklardır.” ifadesi zeytin ağacına verilen değeri göstermektedir. Fakat kanun niteliğinde zeytinin korunumu ilk olarak Solon dönemindedir. Solon’ un kanunlarında ise zeytin ağacını ortadan kaldıran ya da zarara sebebiyet verenin cezasının ölüm olduğu açıkça ifade edilmiştir (Tunalıoğlu,2016, s. 17).

Zeytin hukuku, 1927 yılında “Zeytincilik Kanunu Layihası” ile zeytinciliğe kamu eliyle sahip çıkılması ile uygulamaya alınmıştır. Bugün ise zeytin ağacı 3573 Sayılı Zeytinciliğin Islahı ve Yabanilerinin Aşılattırılması Hakkında Kanun (Zeytin Kanunu) ile korunmakta olup, bu kanun bugün dahi ülkemizdeki her hangi bir ağaca özgü ilk ve tek kanun olarak yürürlükte olmasının yanı sıra dünyada zeytinliklerin korunmasına yönelik tek kanundur.

1937 yılında, yürürlüğe giren 3573 sayılı ‘Zeytinciliğin Islahı ve Yabanilerin Aşılattırılması Hakkında Kanun’ ile İzmir Bornova’da fidan üretimi yapılması için, bir Zeytincilik İstasyonu’nun kurulmuştur. Bu İstasyon, 1950 yılında Zeytincilik Enstitüsü’ne dönüşmüş 1971 yılında Zeytincilik Araştırmaları Enstitüsü adını almıştır (http-12).

1995 ve 2008 de farklı dönemlerde güncellenerek Zeytin Kanunu bugünkü haline getirilmiş olsada çoğu maddesi şu anda fiili olarak uygulanmamaktadır (http-13).

#### **2.1.12.4. Asırlık Zeytin Ağaçları: Anıt Ağaçlar**

Dünyanın ve Türkiye’nin farklı gölgelerinde anıtsal özelliği ile bilinen ağaçların çeşitli niteliklere sahip oldukları görülmektedir. İlk etapta büyüklükleri ve heybetli duruşları ile dikkat çekerler. Ancak yapısal açıdan büyük görünmesi bu ağacın anıtsal olarak tanımlanması için yeterli değildir. Fiziksel görünümün yanında tür, yaş gibi özellikler de büyük önem taşır. Anıt ağaçlarla ilgili pek çok tarif yapılmıştır (Soykan vd.,2010, s. 13). Yaş, çap ve boy itibariyle ait olduğu ağaç örneklerinden daha hacimli görünüm sergileyen; farklı beden ve dal şekilleri ile görenlerin akıllarında çeşitli anlamlar canlandıran; yöresel değerler, kültür ve tarih içinde yer edinmiş, geçmiş ile günümüz, günümüz ile gelecek arasında bağ oluşturabilecek kadar uzun ömrü bulunan ağaçlara anıt ağaç denir (Asan, 1992).

Anıt ağaçlar doğal ömürleri kısa olmamak şartıyla aşağıdaki özelliklerden bir ya da birkaçına sahiptirler.

- Olağanüstü fiziksel boyutlara sahip olması.

En belirleyici olan çap, boy ve taç genişliği gibi doğrudan göze hitap eden fiziksel özellikleridir.



- Bazı görsel ayrıcalıkları bulundurması.

Olağan dışı görünüme sahip fiziksel görünüşün temelinde, genetik olabildiği gibi böcek,

Mantar, hayvan ve insanlar tarafından etkiler yatmaktadır. Zaman içinde ortaya çıkan ilginç görünüşler insanın belleğinde bazı simgeleri çağrıştırmaktadır.

- Ekstrem yaş uzunluğuna sahip olması.

Yaşlı insanlara olduğu gibi ağaçlara da saygı duyulduğundan, insan üzerinde etki bırakır. Geçmişte yaşanmış birçok olaya şahitlik ettikleri düşünülür.

- Kültürel, folklorik değerler taşıması.

Ağaçlara anıtsal nitelik kazandıran özellikler; yöre kültüründe olumlu veya olumsuz, gerçek veya hayal ürünü, mistik veya folklorik bir öyküye sahip olmak ya da yöresel veya ulusal tarihte kimi olaylar ile özdeş hale gelmek ve onlara tanıklık etmektir.

- Tarihsel süreçte önemli olaylara şahitlik yapması.

Anıt ağaçlar yaşamları boyunca tarihi önem arz eden etkinlikler ile içi içe olmuşlar, hatta bazı toplumların ömrü bu süreye yetişememiş ve yok olmuşlardır. Yani anıt ağaçlar tarihe şahitlik eden önemli unsurlardır. Bazıları 1000–1500 yıllık hayatlar boyunca nice tarihsel olaylara tanık ederek, bu tanıklığın anısına dikilmiş, yine bazıları hala ayakta olup, dikildiği dönem ve olayın etkisini bugüne taşıyan bir unsur olmaya devam etmektedir.

- Mistik bakımdan önemi olan kutsal mekânlarda kök salması

Etrafımızdaki gizemli ve ilahi alanlarda, tarihi külliye alanlarında, belli bir dini sınıfın ibadeti için kullanılan alanlarda ve sosyal mekanlarda karşımıza çıkan üst yaş sınırındaki ağaçlar, büyük ve farklı şekillerde oluşumları ile kazandıkları görünüşlerinden dolayı kişiler ve topluluklar tarafından çeşitli ifadelerin karşılığı olarak anlam yüklenmiştir. Bu nedenle bazen umut edilen mucize beklenen temalar olmuştur.

### **2.1.13. Anıt Ağaçların Önemi ve İşlevleri**

Anıt ağaçlar yaş, boyut, görsel farklılık, kültürel değer, tarihsel ve mistik özelliklerle birlikte bazı alanlarda ön plana çıkmaktadır.

#### **2.1.13.1. Kültürel ve Psikolojik İşlevleri**

Anıt ağaçlar, birçok sanatçıya ilham kaynağı olmuştur. Bu ilham ile yazılmış çok fazla eser bulunmaktadır. Anıt ağaçların insan üzerindeki etkileri dönemselsel olarak insanlığın var oluşu kadar eskiye dayanır. Tarih içinde özellikle ilkel yaşam süresince yaşayan topluluklara biyolojik ebatları ve yaşam sürelerinden dolayı anıt özelliği olan ağaçları Totem görenek ağaca ve toplumlarına güç ve kuvvet ifadesi yüklemişlerdir. Örnek olarak Lübnan Beşare Köyü'ndeki 400 ağaçlık Lübnan sedir meşcereleri ile, Amerika Birleşik Devletleri'nin Yosemite Milli Parkı'ndaki görkemli Mamut ağaçları olağanüstü boyutlarının insanlarda uyandırdığı doğaya saygı duygularından dolayı koruma altına alınmıştır (Soykan vd.,2010, s. 16).

#### **2.1.13.2. Kültür ve Sanat İşlevi**

İnsanın var olduğu süre içinde, büyük çaplı ağaçlar insanların önem verdiği değerler olmuştur. Yerel kavimler bu varlıkları totem olarak değerlendirmiş, ait oldukları topluluklarının da varlıklarının o ağaç kadar süreceği umuduyla yaşamışlardır. Kültür mirasımızın yaşayan temsilcileri olan anıt ağaçlar bireysel duygulara tercüman olarak, ağaçlarla ilgili birçok şiir ve şarkıya esin kaynağı olmuşlardır. Ayrıca edebiyat eserlerine de esin kaynağı olmuş ve günümüzde de yaşayan birçok yaşlı ağaç vardır. İstanbul, Emirgân' da ünlü Çınaraltı Kahvesi'ne adını veren Emirgân Çınarı'nın edebiyatımızda önemli bir yere sahiptir. Bu çınarın altında devrin tanınmış kişileri toplanıp sohbet ederek çınar altını bir çeşit akademi olarak kullanmışlardır (Soykan vd.,2010, s. 17).

#### **2.1.13.3. Bilimsel ve Çevre Koruma İşlevi**

Anıt ağaçların tabiat ve tabii çevre ile bilimlere ve çevrenin bozulmaması adına etkileri ile ayrı öneme sahiptir. Dik ve eğimli alanlarda ve yüksek noktalarda kök salmış anıt bitkiler, buralardan toprak örtüsünün aşınmasını ve kar kaynaklı çığ

meydana gelmesini engeller, karın daha uzun süre tutunmasını sağlayarak, toprağın suya doymasına katkıda bulunur. Yaban hayatın çoğalarak devamlılığının sağlanmasında etkilidir. Yaşama sınırını aşma noktasında olan ağaçlar, bulunduğu ağaç çeşidi için gen kaynağı özelliği taşıyarak bilimsel çalışmalara ve uzmanlara rehberlik eder. Dendroklimatolojik araştırmalar için doğal malzeme kaynağıdır, geçmiş dönemlere ait iklim farklılıklarına yönelik çalışmalara değer katar. Anıt ağaçlar, bünyelerindeki birçok değer ile ağacın hayat süresince geçirdiği iklim farklılıkları, tahribatlar, böcek ve mantar zararları genelinde bilgi sunar.

#### **2.1.13.4.Turizm Açısından Önemi ve İşlevi**

Anıt ağaçlar özellikle büyük çaplı yapıları ve farklı şekilleri ile kır ve kent peyzajının kıymetli öğelerinden olup çekici görünüşleri sayesinde turizmin birer parçası olabilmektedir. Anıt ağaçların doğal, yöresel ve farklı olan değerlere sahip çıkan kültür turizmine katkıları oldukça değerlidir. Son yıllarda anılan sürdürülebilir kalkınma bilincinin de artmasıyla turizm aktivitelerinde “koruyarak yararlanma” fikrinin önemi ile eko turizm, ekolojik turizm veya geoturizm olarak tanımlanan yeni bir turizm bakış açısını kazandırmıştır. Anıt ağaçların insanlar üzerinde bıraktığı etki nedeniyle de eko turizm veya geoturizm açısından değerlendirilmesi önem arz etmektedir. (Soykan vd.,2010, s. 18).

**Yasal Statüde Anıt Ağaç:** İnsanlığın ortak değeri olan doğal anıtların dünya mirası olarak korunmasına ilişkin en önemli belge 1972 yılında Paris’te gerçekleşen Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü Genel Konferansın 17. oturumunda alınan karardır. Bu karara göre ağaç ve ağaç toplulukları 2. Madde kapsamına dünya mirası olarak kabul edilmiştir. Bu madde net olarak ‘Estetik veya bilimsel açıdan istisnaî evrensel değeri olan, fiziksel ve biyolojik oluşumlardan veya bu tür oluşum topluluklarından müteşekkil doğal anıtlar dünya mirası olarak kabul edilir’ der. Türkiye bu sözleşmeyi ‘14.04.1982 tarih ve 2658 sayılı kanun’ ile kabul etmiştir.

Doğada benzerine az rastlanan bozulmamış alanlara genel olarak “Korunan Alanlar” adı verilir. 11.08.1983 tarihli 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu’nda bu alanlar ve Milli Parklar, Tabiat Parkları, Tabiat anıtı ve Tabiatı koruma alanı olarak gruplandırılmıştır. Anıt ağaçlar 223.07.1983 tarihinde yürürlüğe giren 2863 sayılı

*Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nun 6. Bendinde* yer almaktadır. Bu yasa ile anıt ağaçların tescil işlemleri Kültür Bakanlığı'na bağlı Kültür ve Tabiat Varlıkları Genel Müdürlüğü'ne verilmiştir. Mülkiyet nedeniyle çıkan bazı uyumsuzluklar nedeni ile 12.12.1986 tarihinde yürürlüğe giren Milli Parklar Yönetmeliği ile bozulmamış orman alanlarındaki anıtsal nitelikli ağaçların tescil ve envanteri için Orman Bakanlığı idaresinde '*Milli Parklar ve Av Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü*'ne yetki verilmiştir. 2012 yılında bakanlıkların yeniden yapılandırması çerçevesinde daha önce Kültür Bakanlığı'nda olan ve anıtsal nitelikli ağaçları da ilgilendiren, tabiat varlıklarını tescil, envanter ve koruma görevi Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na bağlı '*Tabiat Varlıklarını Koruma Genel Müdürlüğü*'ne verilmiştir (Batur,2013, s.589).

Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından tescil ve ilan edilen günümüz itibariyle ülkemiz genelinde 9369 adet anıt ağaç bulunmaktadır. Listede yer alan 'Anıt Zeytin Ağaçları' aşağıdaki şekilde detaylandırılmıştır.

	<p><b>Bulunduğu İl/İlçe:</b> Şanlıurfa- Akçakale</p> <p><b>Ağaç Yaşı:</b>1326</p> <p><b>Gövde Çapı:</b>354 cm</p> <p><b>Tepe Çapı:</b>10 m</p> <p><b>Boy:</b>8 m</p>
	<p><b>Bulunduğu İl/İlçe:</b> Mersin-Tarsus</p> <p><b>Ağaç Yaşı:</b>230</p> <p><b>Gövde Çapı:</b>131 cm</p> <p><b>Tepe Çapı:</b>6 m</p> <p><b>Boy:</b>7 m</p>




Bulunduğu İl/İlçe:  
Mersin-Mezitli  
Ağaç Yaşı:1000  
Gövde Çapı:196 cm  
Tepe Çapı:50 m  
Boyu:5 m.



Bulunduğu İl/İlçe:  
Mersin-Mut  
Ağaç Yaşı:1300  
Gövde Çapı:178 cm  
Tepe Çapı:7,50 m  
Boyu:5,50m






Bulunduğu İl/İlçe: Muğla/Yatağan  
Ağaç Yaşı:1501  
Gövde Çapı:600 cm  
Tepe Çapı:200 m  
Boyu: 6 m.  
Lagina antik kentindeki hayattan geriye kalan son canlı tanıklar olan bu zeytin ağaçları, alana gelen ziyaretçilere antik kent kalıntılarının yanında tarihi yaşamı anımsatmaktadır

	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Mersin-Silifke Ağaç Yaşı:325 Gövde Çapı, s.162 cm Tepe Çapı, s.7 m Boyu: 7 m</p>
---	--

	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Muğla/Yatağan Ağaç Yaşı:1001 Gövde Çapı:550 cm Tepe Çapı.80 m Boyu:10m. Lagina antik kentindeki hayattan geriye kalan son canlı tanıklar olan bu zeytin ağaçları, alana gelen ziyaretçilere antik kent kalıntılarının yanında tarihi yaşamı anımsatmaktadır</p>
--	---

	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Muğla/Yatağan Ağaç Yaşı:801 Gövde Çapı:70 cm Tepe Çapı:10 m Boyu:10 m. Lagina antik kentindeki hayattan geriye kalan son canlı tanıklar olan bu zeytin ağaçları, alana gelen ziyaretçilere antik kent kalımlarının yanında tarihi yaşamı anımsatmaktadır</p>
---	--

	<p>Bulunduğu İl/İlçe, Muğla/Yatağan Ağaç Yaşı:701 Gövde Çapı:100 cm Tepe Çapı:12 m Boyu:15 m</p>
---	--

	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Manisa-Kırkağaç Ağaç Yaşı:1651 Gövde Çapı:115cm Tepe Çapı:25 m Boyu:9 m</p>
	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Muğla/Yatağan Ağaç Yaşı:601 Gövde Çapı:100 cm Tepe Çapı:12 m Boyu: 15 m.</p>
	<p>Bulunduğu İl/İlçe: Hatay-Payas Ağaç Yaşı:1351 Gövde Çapı:100 cm Tepe Çapı:8m Boyu: 6 m</p>
<p>Hatay-Payas' ta Kanuni döneminde Mimar Sinan tarafından yapılan külliyeinin inşaaı esnasında zeytinlerin tamamı kesilmiş fakat bşr ağaç anı olarak bırakıldığı ifade edilmektedir. Hala yılda 300 kilogram ürün veren ağaç, dünyanın en yaşlı meyve veren zeytin ağaçlarından birisidir</p>	

Şekil 9. Türkiye Anıt Zeytin Ağaçları

**Kaynak:** (https-14)

Şekle göre ülkemizde en çok anıt zeytin ağacı Muğla'da 5 adet ardından sırasıyla 4 adet ile Mersin, Hatay, Manisa ve Şanlıurfa gelmektedir. Bu topluluğun en yaşlısı Manisa-Kırkağaç ilçesinde kök salmış olan 1651 yaşındaki anıt ağaç ve en erken yaşta olanı ise Mersin-Tarsus ilçesindeki 230 yaşındaki anıt zeytin ağacıdır. En

geniş gövdeli olan ise Yatağan'da Lagina antik kentindeki gövde 600 cm genişliğine sahip olan anıt zeytin ağacıdır.

#### **2.1.14. Zeytin-Zeytinyağı ve Turizm**

Tüm Dünya'da geleneksel olarak nitelendirilen gıdalardan biri olan Zeytinyağı, turistik bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Zeytinin turizme bir arz oluşturmanın yanında turizmde zeytin ve zeytinyağı için önemli fırsatlar sunmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı, zeytin ağacının yetiştirilmesi, zeytin hasadı ve yağ üretimi, kendine özgü argosu, gelenekleri, yaşam biçimleri ve "kültür"ü oluşturan kimliğiyle kendine özgü bir kültürdür.

Yeni bir tanım olarak karşımıza çıkan 'Oleo turizm', zeytinyağını temel alan birçok faaliyeti kapsamaktadır. Çevre ve toprağı da içine alan bu faaliyetler dizini zeytinlikler, yağhaneler, yağ ve zeytinin işlendiğı yan ürünlerin üretim yerlerinin ziyaretleri, tarım alanlarının ziyaretleri ve düzenlenen aktiviteler, zeytinyağı tadımı ve tipik yerel yemeklerin tadına bakmak gibi ziyaretçiyi yerel deneyimlere çeken kültürel etkinlikleri kapsamaktadır (Murgado, 2013, s.98).

##### **2.1.14.1.Zeytin Kültür Rotaları**

Türkiye'de KTB tarafından '*Turizm Stratejisi-2023*' dahilinde turist sayısını arttırarak maddi kazancı yükseltmek ve alternatif turizmin çeşitlenmesi gayeleriyle tespit edilen "tematik gelişim aksları" kapsamında '*7 tematik turizm koridoru*' bulunmaktadır. Tespit edilen rotalar için amaçlanmış gelişim stratejisi: "belirli bir güzergahın kültürel ve doğal dokusunun aslına uygun biçimde onarılarak spesifik temalara uygun olarak turistik amaçlar ile geliştirilmesidir" şeklinde ifade edilmiştir (KTB, 2007). Bu koridorlar Çizelge 19'da verilmiştir.



Çizelge 19. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tematik Turizm Koridorları

Turizm Gelişim Koridoru	İller
Kış Kor.	Ağrı, Ardahan, Erzincan, Erzurum, Kars
İpek Yolu Kor.	Ankara, Bolu, Sakarya
Batı Karadeniz Kıyı Kor.	Bartın, Düzce, İstanbul, Kastamonu, Sinop, Zonguldak
Yayla Kor.	Artvin, Ordu, Rize, Samsun, Trabzon,
Trakya Kültür Kor.	Edirne, Tekirdağ, Kırklareli
İnanç Kor.	Gaziantep, Hatay, Mardin, Mersin, Şanlıurfa
Zeytin Kor.	Balıkesir, Bursa, Çanakkale

Zeytinyağı turizmi ya da oleo turizm ile ilgilenen bu konuda merak sahibi olan kişilerin farklı turist tipleri için hazırlanan kültür rotalarında olduğu kendi ilgi alanlarına dair mekanları ve güzergahları detaylandıran ve kolayca bilgi edinerek deneyim sağlayabileceği rotalar ile zeytin ve zeytinyağı kültürü ve üretimlerinin tüm süreçleri doğrudan bilgi edinmeyi içermektedir.



Şekil 10. Türkiye’de Zeytin Rotası

**Kaynak:** Özkaya, D., Özkaya, F. ve MT, T. R., Bayar, R. ve Tunahöğlü, E. (2018). Anadolu’da zeytin ve zeytinyağı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.

Çizelge 20 Uluslararası Zeytinyağı Müzeleri ve Rotaları

Ülkeler	Zeytinyağı Müzeleri
Portekiz*	Museu da Oliveira e do Azeite
Fransa*	Musée de l'olivier
	Les Vieux Moulins
	Musée de l'olivier
	Ecomusée de l'Olivier
	Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée
	MuCem
Yunanistan*	Foundation "The Routes of the Olive Tree"
	Musée de l'Olivier et de l'Huile Grecque à Sparte
	Musée de l'Huile Industrielle de Lesbos-Mytilène (MBEL)
İtalya*	Museo dell'Olivo - Fratelli Carli İneusée
	de l'huile d'olive de la Sabine
	Musée de l'Huile d'Olive - Huilerie Cisano del Garda
	Musée de l'Huile d'Olive Sant'Angelo de Graecis
	Musée de la Civilization de l'Olivier
	Musée de l'Olivier et de l'Huile – Fondation Lungarotti
İspanya*	Museo del Olivo y del Aceite (Baena)
	Museo del Aceite de Oliva Castillo de Tabernas
	Castro del Rio
	Museo Hecoliva
	Museo Lagar del Mudo
	Museo Hojiblanca
	Museo de la Cultura del Olivo
	Museo del aceite de la Muela
	Almazara de las Laerillas
	Les Garrigues (Parque temático)
	Museo del Aceite de Mondrón
	Museo Activo del Aceite de Oliva y de la Sostenibilidad de Geolit
	Fundación Patrimonio Comunal Olivarero
	Red Oleorum de Museos del Aceite de Oliva
	Centro de Interpretación Olivar y Aceite Comarca de La Loma
	Centro del Olivar de Sierra de Adamuz
	Aceite de olivos milenarios -Territorio del Sénia
	Hacienda Guzmán
Türkiye*	Adatepe Zeytinyağı Müzesi
	EGEA Olive Oil Museum
	Köstem Olive Oil Museum

\*Avrupa Konseyi Avrupa Kültürel Rotalar Enstitüsü Zeytin Ağacı Rotasında yer almaktadır.

**Kaynak:** COE,(Council of Europe)2020; IOC (Uluslararası Zeytin Konseyi), 2020

#### **2.1.14.2. Zeytinyağı Müzeleri ve Türkiye**

Günümüze ulaşan en eski tarihli zeytin işleme ve zeytinyağı sıkım aletlerinden; günümüzde onların yerini alan modern aletlere kadar birçok koleksiyonun ya da kopyasının meraklılarına sunulduğu ve ziyaretçilerininin zeytin ve zeytinyağının işlem evreleri hakkında daha net bilgi sahibi olmasına katkıda bulunmak amacı ile hizmete açılan zeytinyağı müzeleri her geçen gün daha büyük ilgi görmektedir (Arıkan ve Yıldız, 2019, s.151).



Çizelge 21 Türkiye'deki Zeytinyağı Müzeleri

Zeytinyağı Müzesi (İlk Harfleri)	Açılış Tarihi	Statü	Belge	Bulunduğu İlçe/İl	Bölge
1. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (AZM)	2001	Özel	KTB-ÖM* UZK-ZML**	Ayvacık /Çanakkale	Ege
2. Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi (ATZM)	2017	Belediye		Altınözü / Hatay	Akdeniz
3. Ayvalık Zeytin Galerisi (AZG)	2012	Belediye		Ayvalık Balıkesir	Marmara
4. Egea Zeytin Müzesi (EZM)	2013	Özel	UZKZML**	Akhisar /Manisa	Ege
5. Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Galerisi (EEZG)	2005	Özel		Edremit /Balıkesir	Marmara
6. Köstem Zeytinyağı Müzesi (KZM)	2017	Özel	UZK-ZML**	Urla /İzmir	Ege
7. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi (OZZM)	2011	Özel	KTB-ÖM*	Kuşadası /Aydın	Ege
*KTB-ÖM, s. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Özel Müze statüsüne sahiptir.					
** UZK - ZML, s. Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri listesindedir.					

**Kaynak:** Saltık, I. A. ve Yıldız, M. (2019). Kültür turizminin yeni meyvesi: Zeytinyağı müzeleri üzerine bir araştırma. *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 6(2), 147-160.

Türkiye'nin ilk zeytinyağı müzesinin 2001 yılında Ege Bölgesinde Ayvacık'ta Adatepe Zeytinyağı Müzesi adıyla açıldığı görülmektedir. Balıkesir-Edremit'te Evren Entur Tarihi Zeytinyağı Aletleri Galerisininin 2005 yılında açılmasının ardından 6 yıl süre ile yeni bir girişim görülmemektedir. 2011-2012-2013 yıllarında art arda her yıl yeni zeytinyağı müzeleri listeye eklenmiş ve son olarak 2017 de açılan 2 müze ile birlikte liste toplam 7 zeytinyağı müzesine ulaşmıştır.

**Çizelge 22 Zeytinyağı Müzeleri ve Zeytinyağı Turizmi Arzı Unsurlarına İlişkin Bulgular**

	Zeytinyağı İşletmesi ve Satış Mağazası		Turizm İşletmeleri			Etkinlikler				Eğitsel Faaliyetler	
	İşletme	Mağaza	Konaklama	Yiyecek-İçecek	Seyahat	Festival	Zeytin Hasadı	Konser vb.	Fuar Tanıtım	Eğitimler	Konferans Çalıştay
1. AZM	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
2. ATZM	-	-	-	-	-	√	√	√	√	√	√
3. AZG	-	-	-	-	-	√	√	√	-	-	√
4. EZM	√	√	-	√	-	√	-	-	√	-	√
5. EEZG	√	√	-	-	-	√	-	-	√	-	√
6. KZM	√	√	√	√	-	√	√	√	√	√	√
7. OZZM	√	√	√	√	√	√	√	-	√	√	√

**Kaynak:** Saltık, I. A. ve Yıldız, M. (2019). Kültür turizminin yeni meyvesi: Zeytinyağı müzeleri üzerine bir araştırma. *Journal of Recreation And Tourism Research*, 6(2), 147-160.

Çizelge incelendiğinde Zeytinyağı temalı müzeler kapsamında çeşitli ürünlerin sunulduğu satış mağazalarının, yiyecek ve içecek işletmelerinin, ardından konaklama ve seyahat işletme hizmetlerinin verildiği dikkat çekmektedir. Konser, dinleti ve eğitimlere ev sahipliği yapmaları, hasat ve fuar gibi etkinliklere katılımları ile turizm anlamında önemli bir noktada hizmet verdiklerinden söz etmek mümkündür (Arıkan ve Yıldız, 2019, s.157).

### 2.1.14.3. Zeytinyağı ve Agroturizm

Agroturizm, çiftlik ortamında çalışırken aynı zamanda ticari bir turizm ürünü oluşturan kırsal işletmelerin faaliyetlerinin sunulduğu bir sentez olarak ortaya çıkmaktadır (Weaver ve Fennell,1997). Her koşulda kırsal alan kapsamına giren çiftlik, tarım alanı vb. bir ortamda günlük kırsal faaliyetlerin doğal ortamında ve düzeninde yapılan tüm işlemleri kapsayan ek olarak turizm unsuru olan konaklama ve yeme içme faaliyetlerinin sunan turizm türü olarak tanımlanması mümkündür.



Şekil 10. Agroturizm Faaliyetleri

**Kaynak:** Civelek, M.O.,Dalgın, T. ve Çeken, H. (2015). Tarım turizmi uygulamaları ve pazarlama modelleri: Türkiye için bir model önerisi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (2), s. 40-45.

Zeytinyağı turizmi, aynı zamanda agroturizm faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Agroturizm; kendi geleneksel çizgisinden çıkmadan küçük ölçekli işletmeler ya da aile işletmeleri tarafından hem zeytin turizminin gelişmesi hem de kendi ürünlerin ve bölgelerinin tanıtımı bir arada yürüttüğü gelen turistlere deneyim sunan bir dizi faaliyetten meydana gelmektedir. Ancak sadece özel girişim ile başarılı olunması mümkün olmayıp özellikle tüm paydaşların ortak hedefte buluşması önem arz etmektedir. Yerel halk, belediyeler ve kamu dahil edilerek turist ağırlayacak alt ve üst yapı donanımlarının tamamlanması girişim gösteren işletmelere destek bakımından önemlidir. Böylece turizmden faydalanacak olan kırsal kesim, göç vermeyecek, gelen turiste sadece zeytin değil bölgenin birçok ürün ve hizmeti sunulacak ve bölgesel gelişim hedefleri için adım atılmış olacaktır (Saltık ve Çeken,2017, s. 98).

#### 2.1.14.4. Zeytin ve Festival Turizmi

Festivaller ve etkinlikler, turizm açısından değerlendirildiğinde destinasyonun gelişmesine ve o yöre halkının kültürünün aktarılması ile destinasyonun imajının ve kimliğinin ortaya çıkarılmasına önemli katkıda bulunur. Festivaller genellikle bir destinasyonun var olan kaynakları etrafında organize edilen insanların iyi vakit geçirmesine katkı sağlayan organizasyonlardır. Bu organize edilmiş etkinlikler, toplum temelli turizm gelişiminin asıl dayanağı olan ağ kurma, yerel örgütsel gelişim ve liderlik oluşturma hususunda önemli etkilere sahiptir (Derrett, 2008, s. 108).

Ülkemizde kültürümüzü yansıtan, toprağımız ve insanımız ile özdeşmiş, geleneksel olma özelliğini koruyan, tarımını ve üretimi yapılan birçok yiyecek, içecek ve çeşitli ürünler için ulusal ve uluslararası düzeyde festival organize eden kuruluşlarımız vardır. Zeytin ve zeytinyağı temalı hasat etkinlikleri ve tadım günlerine de özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarında her geçen gün daha dikkat çekerek tanıtımının yapıldığı ve katılımın olduğu görülmektedir.

##### *Ayvalık Hasat Günleri örneği:*

“Ayvalık her geçen dönem, Türkiye'nin en seçkin zeytin ve zeytinyağı merkezlerinden biri haline gelerek, ön plana çıkmaktadır. “Coğrafi İşarete” sahip Ayvalık zeytinyağındaki nitelik üstünlüğü gitgide daha geniş bir alana yayılarak devam etmektedir. Aynı zamanda zeytinyağı tüketiminin “sağlıklı yaşamak” ile yakinen alakalı olması da, pek çok kimse tarafından kabullenilen bir gerçektir. Nesillerin sağlık bir şekilde yetişmesinde zeytinyağının önemi günümüzde sürekli vurgulanan bir husustur. Bu noktadan hareketle insan yaşamında vazgeçilemez bir lezzet olan zeytinyağının yerini insanlara anlatmak ve vurgulamak üzere 2005 yılında başlayan ve günümüze kadar süregelen Ayvalık Zeytin Hasat Günleri katılımcılara sağlıklı yaşamdan kareler sunmaktadır”(http-15).



**Şekil 11. Ayvalık Hasat Günleri**

**Kaynak:** Hürriyet Gazetesi, Ayvalık'ta Zeytin Hasat Şenliği,01.10.2016

Ünal (2019, s. 54) çalışmada, Ayvalık hasat şenliği kapsamında gerçekleşen festival için yapılan değerlendirmeler ile kalkınma ve turizm açısından yerel halk festivali önemli bulmaktadır ve bu nedenle yiyecek içecek festivallerindeki sayı artırıldığı takdirde turizm için önemli bir etki yaratacaktır.

#### **2.1.14.5. İnanç Turizmi Kapsamında Zeytin**

İnanç turizmi; çeşitli inançlara dahil kişilerin, inançları ve manevi duyguları gereği o anaçların kutsal saydığı mekanlara seyahat edip ziyarette bulunmaları ve inançları gereği yaptıkları ibadetleri kapsayan seyahat ve konaklama hizmetlerini oluşturan turizm olgusudur (Karaman vd., 2008, s. 210).

#### **2.1.15. Zeytinin Simgeleri ve İnanç Kaynakları**

Dünyada var olan başka hiçbir bitki hakkında mitoloji, efsane, kutsal dinler üçgeninde anlatıların temelinde yer alarak kendinden zeytin kadar bahsedilmemiştir. Tanrı ve tanrıçalar, mitolojik kahramanlar ve nitekim kutsal dinlerde Peygamberler tarafından faydalı ve kutsal olarak atfedilen zeytin inanç turizminde önemli bir yere sahiptir (Soykan vd.,2013, s. 17).



**Yeniden Doğuş:** Hz. Âdem ilerleyen yaşında öleceği düşüncesine kapılınca, Allah'tan kendisini dolayısıyla bütün yaratılanların affı için bağışlanma ister. Bu vesile ile oğlu Şit'i cennet bahçesine yönlendirir. Görevli melek bahçedeki İyi-Kötü Ağacı'ndan (Bilgi Ağacı) üç tohumu O'na uzatır ve Hz. Adem'in bu tohumlar ağzında olacak şekilde gömülmesini söyler. Hz. Âdem'in gömüldüğü yer olan Tabor Dağı'nda üç fidan ortaya çıkar. Üç farklı fidan zeytin, sedir ve servi ağaçlarıdır. (Ünsal, 2007, s.19).

M.Ö. 480 de yakılan akropol ile birlikte kül olan kutsal zeytin ağacı yıllar sonra tekrar hayat bulmuştur. Ardından bu zeytinden alınan filizler tüm Yunanistan'ı yeşerterek Athena'nın hediyesi tüm anakarayı kaplamıştır.

Türkler kabileleri arasındaki savaşlarda, Türkler savaşçıların atlarını bağladıkları kuru zeytin dalları, onlar bölgeden ayrıldıktan sonra köklenerek, kısa zamanda yetişkin ve ürün veren ağaçlar haline gelmişlerdir (Earls,1987, s.17).

**Safılık:** Hz. Meryem'e Hz. İsa'nın dünyaya geleceği haberini veren melek Cebrail'in elinde bir zeytin dalı bulunmaktadır.

**Barış-Umut:** Tüm tek tanrılı inanç kitaplarında ortak anlatım olan Nuh Tufanında, Yaradan yaptıkları kötülükler nedeniyle yarattıklarına bir ceza olarak tufan yaşatır. Hz Nuh'un emir üzerine hazırlık yaptığı gemide bulunduğu bu tufan sonrası tufanın etkisinin geçip geçmediğinin kontrolü için ikinci kez gönderilen güvercin ağzında zeytin dalı ile döner. Barış ve ümidin emaresi olan zeytin dalı bugünde aynı anlamı ile sahiplenilmektedir.

**Ölümsüzlük:** Maalesef yangın sonucu kaybedilen ve zarar gören zeytin ağaçlarını tekrar kazanmak için bir çalışma yaptık. Ağacın toprakaltında yumru denilen bir bölümü var. Bu yumruyu korunduğu gelir ve yeniden canlanma oluşur. Bu durum zeytin ağacının en önemli özelliğidir. Zeytin ağacının kök sisteminde bir dala zarar gelirse bağlı olduğu kökü etkiler fakat ağacın tamamı etkilenmez (Özkaya,2003, s.27).

**Bereket:** Farklı bir rivayette ise zeytine ağaçların kralı olmak teklifine karşın; zeytin ağacı, "Yağım ve meyvem ile insanlara faydalı olmak, ağaçlara kral olmaktan daha iyidir" sözünü ret eder (Kahyaoğlu,2011, s.93).

**Bilgelik:** Yunan mitolojisinde halkına ve dünyaya Tanrıça Athena tarafından sunulan bir nimettir. Kaynaklara göre Tanrı Zeus, kuracağı şehre isim olarak insanlığa

en faydalı armağanı veren tanrının ismini seçecektir. Deniz Tanrısı Poseidon ile Bilgelik Tanrıçası Athena arasında yapılan yarışta Poseidon'un sunduğu bir at yerine Athena'nın sunduğu zeytin ağacı, halkın savaş aracı yerine barıştan yana olmasıyla galip gelir (Kahyaoğlu,2011, s.92).

**Onur:** Antik Yunan'da Kutsal zeytin bitkisinin meyvesini toplamak Yaşlılar Meclisi'nin işiydi ve elde edilen yağ olimpiyat yarışlarının kazananlara sunulurdu. Zeytinyağı bu açıdan onuru ifade etmektedir (Kahyaoğlu,2011, s.93).

### 2.1.16. Zeytin ve Gastronomi Turizmi

Etimolojik olarak gastronomi, Yunanca 'gastos' (mide) kelimesinden mide ve 'nomos' (bilgi) kelimesi ile birleşmesinden meydana gelerek gıda bilgisini ifade etmektedir. Pek çok sözlüğe göre ise; gastronomi, iyi yemek yapma sanatı/bilimi anlamına gelir (Zahari vd., 2009, s. 67).

Gastronomi biliminin kültürel bağları incelendiğinde, Fransız aşçıların izini bulmak mümkündür. Priscilla Clark'a göre; mutfakta üretilen yalnızca bir yemek değildir, toplumsal bir üründür, o yörenin hafızasıdır. Yapılan iş estetik bir eser olup, bir geleneği yansıtır (Pedersen, 2012, s. 35).

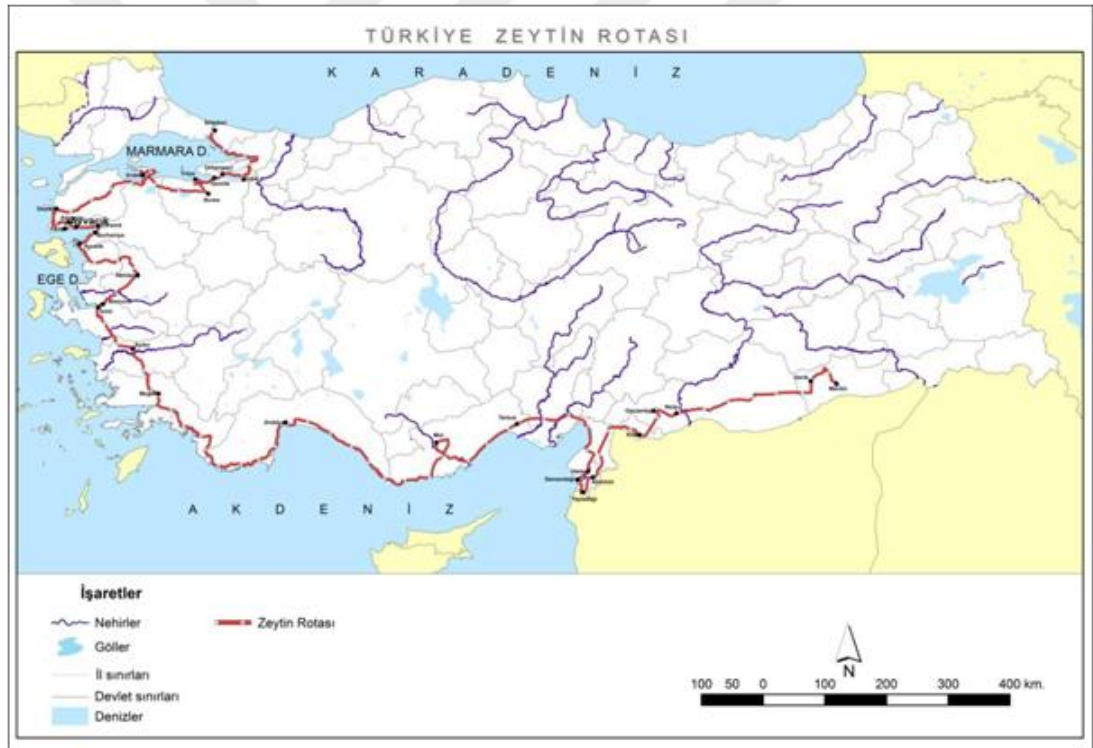
Türk mutfağının gelişimi incelendiğinde, temelini Orta Asya Türklerine kadar uzandığı bilinmektedir. Türkler, Anadolu'ya ikamete başladıktan sonra, Anadolu mutfağının özellikleri ile Asya'dan getirdikleri mutfak kültürünü harmanlayıp zenginleştirmişlerdir. Sonraki dönemlerde, Osmanlı İmparatorluğunun coğrafi olarak genişlemesi ile birlikte, birçok farklı bölgeye ait mutfak zenginlikleri ve çeşitlilikleri Türk mutfağının kapsamına dahil olmuştur. Orta Asya Türklerinin et ve mayalı süt ürünleri; Mezopotamya'dan tahıl, Akdeniz'den sebze ve meyve ve Güney Asya baharatları bütünleşerek zengin bir Türk mutfağı oluşmuştur (Baysal, 1993, s.12; Cömert ve Özkaya, 2014, s. 64).

*Gastronomi turizminde;*

- Özel bir yemek türünü tatmak,
- Bir yemeğin yapılmasını görmek
- Üreticileri, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmek

- Yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek
- Ünlü bir şefin yaptığı yemeği tatmak da bu kapsamda değerlendirilmektedir.

Bugünkü turizm hareketlerine baktığımızda birçok turda katılımcıların gastronomi talebinin ile seyahat nedenleri arasında olduğunu görmekteyiz. Bazen iki farklı bölge ve seçenek arasında kalan bireyler iki bölge arasında kültür karşılaştırmasında mutfak kültürünü de değerlendirmektedir. Bu bağlamda bir destinasyona özgü yeme-içme alışkanlıkları ve ürünlerinin aynı zamanda menşe ve mahreç almış ürünlerinin o destinasyonun tanınırlığını arttırdığı gibi turizm pazarında tercih edilme nedeni olarak da görülmektedir. Anadolu'nun özellikle Akdeniz bölgesinde yörelere özgü zeytin türleri ve zeytinyağları olduğu gibi zeytinyağlı sıcak ve soğuk yemekleri ile zeytinyağlı meze ve salata çeşitleri de zeytinin gastronomi ve turizmde var olduğunun göstergesidir (Cömert ve Durlu Özkaya, 2014, s.64).



Şekil 12. Türkiye’de Zeytin Rotası

**Kaynak:** Özkaya, D., Özkaya, F. ve MT, T. R., Bayar, R. ve Tunalıoğlu, E.(2018). Anadolu’da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.

Çizelge 23 Türkiye Zeytin Rotasında Zeytinyağlı Yemekler

Bölge	İl/İlçe	Çeşit	Yemekler
Marmara Bölgesi	Bursa	Gemlik	Kayık, Zeytinyağlı Yeşil Domates Kızılıbacak
	Balıkesir	Ayvalık	Erdek Havyarı, Börülce Salatası
Ege Bölgesi	Manisa	Domat, Uslu	Alaşehir Kapaması Börülce Tarator, Sinkota, Yaprak Sarması
	İzmir	Erkence	Zeytinyağlı Enginar
	Aydın, Muğla	Memecik	Fasulye Ekşilemesi, Dalleme Salatası Geren Kavurması, Kabakçiçeği Dolması Kabuklu, Taratorlu Börülce, Yağlı Patlıcan
Akdeniz Bölgesi	Antalya	TavşanYüreği	FasulyePiyazı, SemizotuSalatası
	Mersin, Adana	SarıUlak	ZeytinyağlıEbegümeci
	Hatay	Karamani, Saurani	Lübye, ZeytinyağlıZalkSapı, ŞıhMualle Abagannuş
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	Kilis	KilisYağlık	HışılMöhşe
	Gaziantep	NizipYağlık	Antep Usulü Zeytinyağlı Dolma Maş Piyazı, Zahter
	Mardin	DerikHalhalı	DerikTava

**Kaynak:** Özkaya, D., Özkaya, F., ve MT, T.R., Bayar, R. ve Tunaliöğlü, E.(2018). Anadolu'da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.

Zeytinin yoğun olarak yetiştiği belgelerde illere göre o ilde yetişen zeytin çeşidinden elde edilen zeytinyağı ve o zeytinyağı ile yapılan bölgeye özgü yemekler tabloda listelenmiştir.

**Çizelge 24 Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağlılara Örnekler**

1.Çorbalar	Roka Çorbası, KerevizÇorbası, İskorpit Çorbasıvb
2. Et Yemeleri	Beğendili Tavuk, Fırında Tavuk, Kıymalı Enginar Sapı, Kekikli Soğan Kuzu Kebabı, AydınUsul Pirzola, Kuzu etli Şevketi Bostan, Elbasan Tava, Kuzu Etli Arapsaçı, Ezine Köftesi, Adana Köftesi
3.Sebze Yemekleri	Doğal Patlıcan, Kabak Mücveri, Zeytinyağlı, Enginarlı Bakla, Kabak Papucaki, Cevizli Patlıcan, Macır(Muhacir) Güveci, Zeytinyağlı KapuskaPatlıcan Musakka, Burhaniye Usulü Çığırıtma, Ekşili Pırasa, Zeytinyağlı Yoğurtlu Bakla,Z.yağlı, Patlıcan Ezmesi, Çandarlı Usulü Sugato,Z.yağlı İmam Bayıldı, Zeytinyağlı Enginar, Z.yağlı Kereviz, Z.yağlı Yer Elması, Z.yağlı Nohutlu Ispanak, Kabak Kalyesi, Sarımsaklı Lahana, Mantar yahnisi, Terbiyeli Karnabahar Kızartma, Çiporta, Hanya Usulü Çiporta, Z.yağlı Pırasa, Z.yağlı Taze Fasulye Bastı, Z.yağlı İç baklalı Enginar v.b.
4.Hamurışları	Giritli Peksimeti, Sakızlı Çörek, Otlu Börek, Ulukatmer, Ege Otuyla Avcı Böreği, Zeytin Böreği, Zeytinli Bitta, (Zeytinli ekmek), Bereketli Börek, Cevizli Çörek v.b.
5.Otlu Yemekler	Meneviş Aşısı, Çökelekli, Isırgan, Zaho Köfte
6. Dolmalar ve Pilavlar	Zeytinyağlı, Erikli Patlıcan Dolması, Zeytinyağlı Yaprak Sarma, Enginarlı Pilav, Patlıcanlı Pilav, Midye Dolması Müceddere, Zeytinyağlı Asma Yaprığı Dolma. v.b.
7.. Deniz Ürünleri	Asma Yaprığında Sardalya, Zeytinyağlı Bamyalı Kefal, Kalamar Dolması, Ahtapot Yahnisi, Fırında Lüfer, Kalamar Yumurtası, Balık Köftesi
8. Salatalar	Karnabahar Salatası, Yalancı Tavuğu, Çerkez, Deniz Salatası Ürünleri, Midye Salatası, Fava, Deniz Börülcesi Salatası, Humuz Salatası, İzvinye, Karadiken Salatası, Ahtapot Salatası, Haydari, Taratorlu Börülce v.b.
9. Tatlılar	Zeytinyağlı Lorlu, Baklava, Cevizli Düğme Tatlısı, Lor Tatlısı, Zeytin Reçeli

**Kaynak:** Ünsal, A. (2007). *Ölmez ağacın peşinde, Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı*. (6. Baskı). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Zeytinyağlı yemekler, dünyada "soğuk başlangıç yemekleri" kategorisinde ele alınırken özellikle Ege bölgesinde öğün yemeği olarak sofralarda yerini almaktadır (Durlu-Özkaya ve Özkaya, 2017, s.441).

### 2.1.17. Zeytinyağı Rotası Örneği: Balıkesir

Demirel vd. (2021) çalışmada, Balıkesir ilinin zeytinyağı turizmde yerini alabilmesi için bölgede oluşturulacak bir zeytinyağı rotasının hem özel ilgi turistleri için hem bölge halkı için önemli bir katkı sağlayacağı düşüncesine varılmıştır. Oluşturulan rota ile zeytin ağacının, zeytinin ve zeytinyağı kültürünün korunması, gelecek nesillere bu kültürün aktarılması ve gastronomi değeri yüksek coğrafi işaretli zeytin ve zeytinyağı ürünlerinin markalaşması, ürün kalitesinin iyileştirilerek ulusal ve uluslararası alandaki rekabet gücünün artırılmasına da olanak sağlanmış olacaktır. Ayrıca üreticilere sağlanacak eğitimler aracılığıyla bölge kültürünü daha iyi tanınması, bölgeye özgü kaliteli zeytinyağlarının üretiminin artması, turist taleplerini karşılamaya yönelik istihdam sağlanması ve bölgedeki turizm-gastronomi potansiyeli ile turizmin 12 aya yayılması, Slow Food ve İyi Tarım uygulamaları kapsamında çiftçinin ve tüketicilerin iyi ve temiz ürüne ulaşması şeklinde olumlu görüşler belirtilmiştir. Özel ilgi turizmi kapsamında bölgenin turizm alternatiflerinin geliştirilmesi sağlanarak turizmin ekonomiye katkısının artırılabilirliği düşünülmektedir (Demirel vd.,2021, s.724).

*Balıkesir 'Zeytinyağı Rotası' şehrin avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:*

- Menşe adı olarak tescillenen Ayvalık Zeytinyağı altın sarısı renkte, hoş kokulu, yüksek aromalı, kimyasal ve duyuşsal özellikleri çok iyi olan ve Ayvalık Edremit yağlık zeytinlerinden üretilen zeytinyağı olarak tanımlanmış olup 18.03.2004 tarihinden itibaren tescillenmiştir.

- Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini menşe adı ile 31.07.2015 tarihinde tescillenmiştir. Edremit Körfezi'nde rakımı 50-250 m arasında eğimi %5 civarında zeytinliklerde yetiştirilmiş olan aşılı bitkilerden elde edilir. Tamamen doğal tatlandırıcılar kullanılarak üretilen Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, kendine has hazırlama ve işleme yöntemine sahiptir.

- Menşe adı Edremit Zeytinyağı 13.12.2017 de tescillenmiştir. Yağı altın sarısı renginde, hoş meyve kokulu, nefis aromalı olup kimyasal ve duyuşsal özellikleri itibari ile ayırt edici özelliklere sahiptir. Zeytininde kendine has tadı, kokusu ve aroması ile birlikte taze ot (çimen) kokusu ve elma aroması hissedilir. Damakta ve dil ucunda hafif ve geçici bir acılık ve yakıcılık hissedilmesi aranan bir karakteristik özelliğidir.

• 11.08.2020 tarihinde Burhaniye Zeytinyağı menşesi adı ile tescillenmiştir. Yöre zeytinlerinden elde edilen Burhaniye Zeytinyağları asitliği 0,3-0,8 civarında ve kendine özgü hoş bir aromaya sahiptir. Meyvemlilik değeri 1,5 ve üzeri, acılık değeri 1,0 ve üzeri, yakıcılık değeri 1,5 ve üzeridir. Erken hasat ve olgun hasat döneminde hasat edilen zeytinlerden üretilen Burhaniye Zeytinyağının meyvemliliği, acılığı ve yakıcılığı yüksek, asit değerleri düşüktür (http-16).

• Edremit körfezi coğrafi olarak mikro klima kabul edilmiş ve kendine has bir iklimi oluşturmuştur (Tümen vd., 2007). Bu nedenle de bölgede üretilen zeytin ve zeytinyağı ayrı bir tat ve nefasete sahip olmuştur.

• Yörede zeytinyağı, zeytin, sabun, pirina ve zeytinle ilgili diğer yan ürünlerin imalatını yapan 300'den fazla tesis kurulmuştur (Tarım ve Orman Bakanlığı GGBS Verileri, 2020)

Balıkesir Zeytin Rotasının sahip olduğu coğrafi işaretli zeytin ve zeytinyağlarının dışında bölgenin zeytinini işleyen özel şirketlerin elde ettikleri ürünler ile uluslararası zeytin ve zeytinyağı yarışmalarında aldıkları ödüller bu rota için ciddi bir farkındalık ve rotanın uluslararası platformda tanıtımı için önemli bir adım olarak görmek mümkündür.

Aşağıdaki çizelge Balıkesir (Havran ve Gömeç)'de butik üretim yapan iki özel şirketin uluslararası yarışmalarda aldığı ödüllerden örneklere yer verilmiştir.

**Çizelge 25 Havran-Gökdoğan Tarım Gıda Turizm Tic. Ltd. Şti. (Nermin Hanım Zeytinliği) ve Gömeç-Özemle Yaşam Tarafından Alınan Ödüller**

<b>2021 Yılı</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2020-Edremit-Ayvalık Sınıfının En İyisi</li><li>• New York NYIOOC-Domat - Altın Madalya</li><li>• New York NYI00C- Edremit/Ayvalık - Altın Madalya</li><li>• 14. Ulusal Zeytinyağı Kalite Ödülleri- Edremit-Ayvalık -Premium Altın Madalya</li><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2021-Arbequina- Altın Madalya</li><li>• EVO IOOC ITALY 2021- Edremit-Ayvalık- Altın Madalya</li><li>• ANATOLIA IOOC 2021- Edremit-Ayvalık- Altın Madalya</li><li>• ANATOLIA IOOC 2021- Domat-Gümüş Madalya</li><li>• London IOOC 2021 - Edremit-Ayvalık -Gümüş Madalya</li><li>• Olive Japan 2021-Edremit-Ayvalık -Gümüş Madalya</li><li>• Oliunus-Arjantin 2021 - Grand Prestigio Oro</li></ul>
<b>2020 Yılı</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2020-Domat zeytinyağı -Sınıfının En İyisi</li><li>• New York NY100C -Ayvalık/Edremit-Altın Madalya</li><li>• Olive Japan 2020 - Acı biber Çeşnili Zeytinyağı- Altın Madalya</li><li>• London IOOC 2020 - Ayvalık/Edremit -Altın Madalya</li><li>• 13.Ulusal Zeytinyağı Kalite Ödülleri- Edremit-Arbequina Blend -Altın Madalya</li><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2020-Ayvalık/Edremit -Gümüş Madalya</li><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2020-Arbequina zeytinyağı - Gümüş Madalya</li><li>• Los Angeles Uluslararası Zeytinyağı Yarışması 2020 -Arbequina-Gümüş Madalya</li><li>• Los Angeles Uluslararası Zeytinyağı Yarışması 2020- Domat- Gümüş Madalya</li></ul>
<b>Gömeç-Özemle Yaşam Şirketi (Kısthene) markası ile alınan ödüller</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2013-3 Gümüş Madalya</li><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2015-2017-2019-4 Gümüş Madalya</li><li>• JOOP - Japan Olive Oil Prize 2018-Altın Madalya</li><li>• France Olive Oil Awards 2018-Altın Madalya</li><li>• London IOOC 2017-Altın Madalya</li><li>• Monde Selection Bruxelles 2014-2015-2016-2017 yıllarında Gümüş Madalya</li><li>• Monde Selection Bruxelles 2015-Altın Madalya</li><li>• New York NYIOOC 2017- Gümüş Madalya</li><li>• New York NYIOOC 2018- Gümüş Madalya</li></ul>

**Kaynak:** ([http-17](http://17))



### 2.1.18. Zeytinyağı ve Kırsal Turizm/Eko

*Turizm/Sürdürülebilir Turizmi:* 1980'li yıllardan itibaren deniz-kum-güneş üçlüsü konseptinde gerçekleşen kitle turizmi, hızla yaygınlaşarak kendini yaratan kaynakları tüketime geçmiş; çevresel, ekolojik, sosyal ve kültürel çevre üzerinde olumsuz etkilere sebep olmuştur. Ortaya çıkan bu olumsuz etkiler karşısında turizm üreticileri ve tüketicileri yeni arayışlara yönelmiş ve alternatif turizm çeşitleri arayışına girmiştir. Alternatif turizm, deniz-kum-güneş üçlüsüne dayalı kıyı bölgelerde yoğunlaşan kitle turizminin yarattığı olumsuz etkileri azaltmak ve klasik dinlenme turizmi anlayışından farklı talepleri ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla ortaya çıkmıştır (Kozak ve Bahçe, 2009;95). Alternatif turizm ürünleri, turizm değerlerini koruyarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlayarak, doğal yaşamı ve doğal çevreyi korumasıyla geleceğe kazandırma misyonunu barındırır. Doğaya yönelmesi ile doğal ve kültürel kaynakları koruması açısından sürdürülebilir özelliği taşıyan eko-turizm, doğayı tanıma, anlama, gözetme, doğadan zevk alma, doğal ve kültürel değerleri görmekle birlikte bu kaynakları kullanırken artırarak ve koruyarak sosyal, ekonomik koşulları en iyi düzeye getirmeyi sağlamaktır (Erdoğan, 2003;98).

Son yıllarda toplumda pahalı, kalabalık ve doğallığı bozulmuş kıyı mekânlarından uzaklaşarak kırsal alanlarda tatilini yapma isteği yaygın hale gelmiştir. Kırsal alanlarda dinlenmek, farklı kültürlerle etkileşime geçmek ve yöresel deneyimlere katılmak isteği kırsal turizmin gelişimini hızlandırmış ve iyi eğitilmiş, kültürlü, yüksek gelirli kişilerin dikkatini çekmiştir. Kırsal mekanların turizm türü olan kırsal turizm; tarımsal faaliyetlerin yürütüldüğü alanları kapsayarak köy, çiftlik, yeşil, tarım turizmini de kapsayan ortak bir ad olarak kullanılmaktadır (Soykan, 2000, s. 21-22).

Sürdürülebilir turizmin önemli aktivitelerinden biri olan, “zeytin ve zeytinyağı turizmi” alanında öncülük yapan İspanya ve İtalya gibi bazı Akdeniz ülkeleri, ağacın yetiştirilmesinden, hasadına, yağ üretimine, yağın kullanıldığı “Akdeniz Mutfağına” kadar bir kültür oluşturan zeytin ve zeytinyağı üreticiliği sayesinde turizm seyahat rotaları belirlemekte, yerel tarım ürünü zeytinin üretiminde artış sağlamaktadırlar (Gülhan 2016, s.124).

Uğuz (2011), sürdürülebilir turizm kapsamında Burhaniye'nin alternatif turizm potansiyelini incelediği çalışmada bölgenin ve ilçenin en verimli üretiminin zeytincilik

olduğunu ve zeytinin toplanma, işlenme sürecini öğrenerek dinlenmek ve zeytin hasadının şenliğe dönüşen havasına tanıklık etmenin kırsal turizmin zengin yapısını gösterdiğini ifade etmiştir. Burhaniye'nin zeytin tarımını turizm ile birleştirerek kırsal turizm merkezi olacağı, zeytin hasadını kırsal turizmle sürdürülebilir hale getirerek turizmde ayrıcalıklı bir noktaya geleceğini ortaya koymuştur. Geleneksel üretim tesisleri ve kurulacak olan zeytin müzelerinde turistik faaliyetleri ile sağlıklı yaşamın ve iyi beslenmenin bir ürünü olan zeytin ve zeytinyağını doğal beslenme ve zengin bir mutfağın içinde sunulması imkanı bulunmaktadır. Yerel halk ile ilişkilerin kurulabileceği kırsal alanlarda ilçe, yerel yönetimlerin desteğiyle öncelikle atıl kalan köy evlerini ve kullanılan evlerin bir odalarını konaklamaya uygun hale getirmeleri önerilmiştir. Ayrıca zeytin hasadı turları, kırsal kampingler, yaya-atlı-develi kır gezileri, doğa yürüyüşleri, yayla gezintileri ve yerel şenlikleri düzenleyerek kırsal turizm faaliyetleri ile tarımın geliştiği kır ve köylerdeki doğal ve kültürel etkinlikler kırsal turizmle değerlendirilmesi, böylece tarımsal ürünler, el sanatları, yöresel yemek çeşitleri, şifalı bitkiler ve yerel etkinliklerle yerel halka ekonomik katkı sağlayacağı öngörülmüştür (Uğuz,2011, s.347). Gülhan (2016), Birgi yerleşiminde sürdürülebilir turizm kapsamında zeytinyağı turizmini incelediği çalışmasında zeytinyağı turizminin bölgeye sunduğu kazanımları mimari, sosyo-kültürel ve ekonomik, çevresel ve turistik olarak değerlendirdiği ve alt başlıklarının yer aldığı çizelge aşağıda yer almaktadır.

**Çizelge 26 Sürdürülebilir Turizm Aktivitesi Olan Zeytin/Zeytinyağı Turizmi ve Endüstriyel Miras Turizminin Sunduğu Kazanımlar**

<b>Mimari Kazanımlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Özgün yapı stoku ve geleneksel kent dokusunun korunması,</li> <li>• Mevcut Endüstriyel yapıların rölöve, restorasyon ve yeniden işlevlendirilmesi yolu ile geri kazanılması,</li> <li>• Mevcut konut stokunun ev pansiyonculuğu şeklinde değerlendirilmesi.</li> </ul>
<b>Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Kazanımlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geleneksel üretim biçimleri ve iş kollarının korunması gelecek kuşaklara aktarılması,</li> <li>• Yerel halka sürekli gelir imkânı ve dış göçün engellenmesi,</li> <li>• Yerel kültürel yapının korunması ve geliştirilmesi,</li> <li>• Kalkanma ile elde edilen gelirin yerel halk tarafından adil paylaşımı</li> </ul>
<b>Çevresel/Turistik Kazanımlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doğal çevrenin korunarak sürdürülmesi,</li> <li>• Geleneksel tarımsal üretim biçimlerinin sürdürülmesi,</li> <li>• Turist yoğunluğu düşük (çevresel etkisi az) ancak geliri yüksek turizm anlayışı,</li> <li>• Tüm yıla yayılmış turizm anlayışı</li> </ul>

**Kaynak:** Gülhan, D. (2016). Sürdürülebilir turizm kapsamında tarım endüstrisi ve zeytinyağı turizminin bilgi yerleşiminde olabilirliği üzerine bir değerlendirme. *Social Sciences*, 11(2), 116-132.

Çevresel ve turistik kazanımlardan geleneksel üretim biçimlerinin ve doğal çevrenin korunarak faaliyetlerin gerçekleşmesi sürdürülebilir turizmin temel hedefleri arasındadır. Sosyo-kültürel ve ekonomik kazanımlardan yerel kültür yapısının, geleneksel üretim ve iş kollarının korunması kırsal turizmin ana faaliyetleri ve hedeflerindedir. Mimari kazanım öğeleri olan özgün yapı stoku ve geleneksel kent dokusunun, mevcut yapıların röleve ve restorasyon yoluyla korunmasının hem sürdürülebilir turizm hem eko-turizm hem de kırsal turizm açısından önemli değerler olduğundan turizm çatısı altında zeytin turizminin yapılarak çalışmaları ile daha aktif hale getirilmesi gereklidir.

Manisa ve Yerliyurt (2013), günümüzde turizmin sosyal, doğal ve beşeri çevreye zarar vermeye başlamasıyla turizmin kapsamının değiştiği, plansız mekânsal organizasyonlar, kapalı mekan ağırlıklı bina kullanımı, her talebi karşılama eğilimi, talebe göre kapasite gibi kitle turizmini oluşturan etmenlere karşı, yavaş gelişen bir turizm hareketliliği, değişime karşı dirençli, çevreye saygılı ve çevreyle bütün bir anlayışı benimseyen alternatif turizm kavramı ortaya çıktığını belirtmiştir. Akdeniz havzasında bulunan ülkelerde son yıllarda şarap ve zeytinyağına dayalı olan gastronomi turizminin de bu yönde ortaya çıkan bir trend olarak işaret etmiştir.

## **2.2. İlgili Araştırmalar**

Manisa ve Yerliyurt (2013), ülkemizde de turizm aktivitesinin yoğun olarak gerçekleştiği Ege Bölgesi'nde zeytincilik ve buna bağlı zeytinyağı üretiminin alternatif turizm anlayışı için öneminin üzerinde durulmuştur. Çalışmada eski zeytinyağı fabrikaları ve yağhaneler ele alınmış, özellikle Ayvalık bölgesinin turizm odaklı gelişiminden sonra kent merkezinde bulunan zeytinyağı fabrikaları kent dışına taşınmış, kent merkezinde bulunan fabrikalar atıl kaldığı tespit edilmiştir. Kültürel miras niteliğinde atıl kalmış ve yeniden işlevlendirilmiş eski yağhane ve zeytinyağı fabrikalarına yapılan kütleli, strüktürel, mekânsal müdahaleler, mimari miras ve endüstri miras boyutuyla ele alınmıştır.

Özata ve Cömert (2016), zeytinyağının insan sağlığındaki etkilerinin incelediği araştırmada Türk Mutfağı açısından da önemli bir yağ olan zeytinyağının kullanımının artırılması sağlık açısından önemli etkiler yaratacağına vurgu yapılmıştır. Bu kapsamda tüketicilerin bilinçlendirilmesi için çeşitli tanıtım kampanyaları yaratılması,

zeytinyağı kullanımının artması ve daha sağlıklı nesiller yetişmesi sağlanacağını belirterek konuyu kırsal turizm açısından bakarak ve incelemeyi yöreye gelen misafirler, onlara sunum yapan tüm firmalar, yörede yaşayan nüfus gözü ile değerlendirmelerde bulunmuştur.

Çimen (2021), Zeytin Hukuksal boyutunu ele alarak, gündemde olan Zeytin Kanunu'nun tarım, sanayi, şehirleşme, turizm, madencilik, çevre, ulaşım gibi sektörlerdeki Ülkemiz ihtiyaçları doğrultusunda ve zeytinlik alanlarda yaşanan koruma sorunlarına çözüm üretilmesi amacıyla yeniden ele alınıp düzenlenmesi gerektiğini belirtmiştir. Yapılacak düzenleme ile özellikle zeytin üzerine sektörlere yapılan yatırımlarla karşı karşıya kalmaması ve korunması gerekliliği üzerinde durulmuştur. Çünkü var olan Kanun hem ikincil mevzuatla delinmeye çalışılmakta hem de Kanun'un hükümleri doğrultusunda yapılması gereken denetimler yapılmamaktadır. Böylelikle Kanunu olmasına rağmen korunamayan zeytin gerçekten korunabilir hale gelecektir önerisinde bulunulmuştur.

Manisa vd. (2013) tarafından gerçekleştirilen ve Ayvacık örneği üzerinden zeytincilik faaliyetlerinin alternatif turizm türleri kapsamında değerlendirildiği çalışmada zeytin ve zeytinyağı turizminin ekonomiye katkıları; “zeytin tarımından elde edilen zeytin, zeytinyağı, sabun vb. ürünlerin tanıtılması, bu ürünlerin üretim süreçlerinin eğitim şeklinde gösterilmesi ve turistlere pazarlanması, ziyaretçilere kır manzarası rotalarıyla zeytin ağacı ve zeytinyağı elde edilmesi kültürünün tanıtılması ve Akdeniz tarzı beslenme içinde tüketimi fazla olan zeytinyağının tadımı yapılarak gastronomi turizminin yaygınlaşmasının sağlanması” olarak ifade edilmektedir.

Saltık ve Çeken (2017), Zeytinyağı turizminin ülkemizde gelişime katkı sağlayabilmesi için tüm paydaşların birlikte ve koordine olarak hareket etmesi gerektiği ifade etmiştir. Bu kapsamda, Bakanlıklar düzeyinde Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Tarım ve Orman Bakanlığı'nın konuyla ilgili çalışmalara birlikte önderlik etmeleri, henüz başlangıç aşamasında olan uygulamaların merkezi bir şekilde planlanmasını, desteklenmesini ve böylelikle gelişiminin daha sağlıklı olmasını sağlayacağını ifade ederek önerilerde bulunmuştur.

Balcı (2019), Yeni Türk Edebiyatında Zeytinin izini sürmüş ve ‘Mitolojik Bir Öge Olarak Zeytin’, ‘Dinî Çağrışımlarıyla Zeytin’, ‘Barışın Simgesi, s. Zeytin Ölümsüz Ağaç’, ‘Yerli Bir Değer Olarak Zeytin’ ana başlıklarında Cevat Şakir

Kabağaçaı, Melih Cevdet Anday, Ahmet Hamdi Tanpınar, Sabahattin Ali, Nazım Hikmet, Sezai Karakoç, Bahaettin Karakoç, Haydar Ergülen ve Necati Cumalı gibi yazar ve şairlerin edebi eserlerinden örnekler vermiştir.

Doğan (2016), Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı 2023 yılına kadar tüm yerli kömür ve hidrolik potansiyelin ekonomiye kazandırılması, bunun yanında yenilenebilir enerji teşvikleri ile rüzgar ve jeotermal enerji kurulu gücünün artırılması ve nükleer santrallerin devreye sokulmasını amaçlamaktadır. Çalışma, Hukuksal mevzuattaki değişikliklerin ve ya makro düzeydeki politik müdahalelerin genel hatlarıyla zeytincilik sektöründeki etkileri, bunların zeytin ağaçları ve bunlar etrafında konumlanan aktörlerle olan ilişkilerine dair olan sonuçlarını ortaya koymaktadır. Araştırmada; her ne kadar zeytin ağaçları üzerinden eş anlı yürüyen bir destekleme ve kıymetsizleştirme bir çelişki olarak yer alsada zeytinlik yasa tasarısının ortaya koyduğu ölçeğe bağlı olarak yapılan zeytinlik saha tanımları ile destekleme rejimi dahilinde teşvik edilen zeytincilik yaklaşımı paralellik gösterdiği ifade edilmiştir. Aynı zamanda, çelişki gibi görünen iki farklı yaklaşımı tarımda yaşanan köklü yapıların sarsıldığı ve sermaye birikim rejiminin ihtiyaçları dahilinde üretim ve güç ilişkilerinin yeniden organize edildiği sürecin iki ortak noktası olarak değerlendirilmesi mümkün görülmüştür.

İrtem ve Karaman (2010) çalışmada; Edremit Küçükkuuyu arasındaki turizm faaliyetleri ve bu faaliyetlerin sebep olduğu çevresel etkileri incelenmiştir. Araştırma kapsamında 1990 yılından çalışmanın gerçekleştiği yıla kadar Edremit Körfezi'nin kıyı kesimlerinde yaklaşık 3 milyondan fazla zeytin ağacının heba olduğu, bu ağaçların 1,5 milyondan fazlası ikincil konutlar ve turizme yönelik diğer yapılar için yok edildiği tespit edilmiştir. Kesilmeyip de binalar arasında sadece dekoratif amaçlı kullanılan 1,5 milyona yakın zeytin ağacından ise hiçbir verim alınamamaktadır. Zaman içerisinde de bu ağaçlar ya kendiliğinden kuruyup yok olmakta ya da mülkiyet sahipleri tarafından kesildiği bilinmektedir. Araştırmanın kapsamında proje sunularak bu proje kıyı bölgesinin sunduğu doğal kaynakların tahrip olmayacak ve tükenmeyecek bir biçimde etkin kullanımı-korunması dengelerini gözeterek sürdürülebilirlik ilkesi, hassas ekosistemlerin belirlenmesi ve koruma stratejilerinin saptanmasını getiren ve esnek olmayan koruma ilkesine dayandırılmış ve hem turizme hem de çevresel korumaya yönelik faaliyetlerin tek bir merkezden yönetilmesi sağlanmış olacağı ifade edilmiştir.

Atalay ve Mortan (1997)'ın çalışmasında Ege Bölgesinin zeytin ve zeytinyağı üretimi bakımından Türkiye'nin ana üretim sahası olduğu belirtilmiş, önemli zeytinliklerin Edremit Körfezi çevresinde bulunduğu ifade edilmiş ve Edremit, Burhaniye ve Havran dolaylarının bir zeytin ormanı görünümünde olduğu açıklanmıştır. Şekerci (2018) çalışmasında, İzmir'de ekolojik çiftlikleri agroturizm açısından incelemiş, İzmir'de geceleme olan köylerin sayısı yetersiz iken, sabah giriş ve akşam ayrılış şeklinde gezilenlerin fazla olduğu, maalesef alanda agro-turizm etkinliklerinin ya hiç olmadığı yada yetersiz olduğu, ziyaretlerin kısa geziler dahilinde deneyimlenen gezme ve görmeden ibaret olduğu tespit edilmiştir. Sadece az sayıda çiftlik alan (at, zeytin vd), tarım işi ile uğraşan küçük ölçekli konaklama işletmesi, tarım firmaları ve "TaTuTa" çiftlikleri, agro turizme hizmet veren işletmeler olarak görülmüştür.

Polat ve Satıl (2010), Burhaniye ve Havran'daki köylerde ve yerel pazarlarda uyguladıkları etnobotanik araştırma ile sonucu zeytin ürününün evlerde ham, işlenmiş ve farklı ürünler ile birleştirilerek birçok alanda kullanıldığını tespit etmişleridir. Araştırmada katılımcıların neredeyse hepsi zeytin bitkisinin gıda olarak kullanımını belirtirken, anketlerin %55'inde zeytin bitkisinin tıbbi kullanımı, % 25'i zeytin bitkisinin ağaç işçiliği, yem, yakacak vb. alanlarda olduğu ortaya konulmuştur.

Gülhan (2016) tarafından gerçekleştirilen bir diğer çalışmada ise Birgi örneği üzerinde zeytinyağı turizminin potansiyeli değerlendirilmektedir. Birgi yerleşimi ile beraber Ege Bölgesinde yer alan farklı tarihlerde tescillenmiş, 52'si atıl durumda olan toplam 128 adet eski yağ işliği "zeytinyağı turizmi" ve "endüstriyel miras turizmi" açısından önemli alanlar olarak düşünülmektedir. Eski yağ işliklerinin sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilerek Ege Bölgesinde bir zeytin ve tarım endüstrisi turizm güzergâhı oluşturulması orta ve uzun vadede bölgede çevreye duyarlı, turist yoğunluğu düşük ancak geliri yüksek, daha sofistike bir turizm anlayışını yaygınlaştıracağı önerisi getirilmiştir.

İlban ve Kömür (2019) çalışmada destinasyon markalaşmasında festival turizmi kapsamında Ayvalık zeytin hasat festivalini incelemiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda daha çok yaz aylarında deniz amaçlı gelen bölge için festival ile bu talepleri farklı zamanda ve artan bir kitle karşılık bulacağı ifade edilmiştir.

Demirel vd. (2021), gastronomik zeytinyağı rotasının Balıkesir ilinde uygulanabilirliği hakkındaki çalışmalarında; Balıkesir ilinde butik zeytinyağı rotalarının belirlenmesi ve bu noktalarda hedef kitleye yönelik yapılacak olan faaliyetlerin, tadım etkinliklerinin, festivallerin gerçekleşebilmesi için gerekli altyapı ve üstyapının sağlanması, yerel halk ve üreticilerin bilgilendirilmesi amacıyla çeşitli eğitim kurumları ile iş birliği yapılması, bölgeye ait markalaşmış olan coğrafi işaretli ürünlerin tadım haritasının çıkarılması, turistlerin rotadaki tadım yerlerine uğrayarak tüketim faaliyetinde bulunması, özel ilgi turistlerinin, diğer bir deyişle oleo turistlerin isteklerine yönelik etkinliklerin ve ürünlerin oluşturulması ve rotaya katılacak işletmelerin tespit edilerek bir butik zeytinyağı rotası kalite sisteminin oluşturulması ve bu sayede işletmeler arasında standardizasyonun sağlanması önerileri belirtilmiştir.

Saltık ve Yıldız (2019) çalışmada; kültür turizminin yeni bir ögesi olarak tanımladıkları Türkiye’de faaliyet gösteren zeytinyağı müzeleri inceleyerek temel özellikleri, sundukları ürün ve hizmetler, gerçekleştirdikleri ve dahil oldukları etkinlikleri derlemişlerdir. Zeytinyağı müzeleri ile konaklama ve seyahat işletmeleri arasındaki işbirliğinin artırılması, İspanya ve Fransa’da örneklerinde olduğu gibi zeytin rotaları oluşturularak, zeytinyağı müzelerini ve bu konseptte uygun konaklama işletmelerini kapsayan paket veya özel tur biçiminde ürün ve hizmetler geliştirilmesi; zeytinyağı müzesi girişimlerinin ve etkinliklerinin artması için bu alana yönelik girişimciliği teşvik edecek veya destekleyecek hibe programlarının oluşturulması, , ülke genelinde bulunan çok sayıdaki eski zeytin işliğinin restore edilerek zeytinyağı müzelerine entegrasyonu ile özgünlükleri desteklenmesi önerileri getirilmiştir.

Kahyaoğlu (2011), Romalılar için zeytinin ürünleri alınan bir ağaç, dinsel bir güç ve politik düzeni temsil ettiği, Nuh tufanında güvercinin ağzında gelen zeytin dalının, zeytin ağacının ne kadar güçlü olduğunu ve tufana bile dayanabildiğini çıkarımında bulunmuştur. Küçükkömürler ve Ekmen, (2008) Türk mutfağında özellikle de batı Anadolu da zeytin ve zeytinyağı yaygın bir şekilde kullanıldığını ifade ederken, zeytin ve zeytinyağı Türk halk kültüründe de türkülerde, manilerde ve şiirlerde yer aldığına değinmişleridir. Çalışma bağlamında, geçmişten günümüze Anadolu kültüründe zeytin ve zeytinyağın kullanımın alanlarına açıklama getirilmiştir. Soykan vd. (2013) de, zeytin bitkisinin ve zeytinyağının özellikleri ile birlikte, Dünya’da ve Türkiye’de yetiştirme alanları verilmiş, bölge olarak Edremit Körfezi ve çevresi özelinde yetişen zeytin ve zeytinyağının tüm özellikleri detaylandırılmıştır.

Aynı zamanda zeytinin inanç kavramı içerisinde mitolojide ve kutsal kitaplarda geçen olaylar ve anlamları ifade edilmiştir.

Ağırbaş (2020), çalışmasında 'zeytin imgesini uygarlıkların çeşitli dönemlerinde sanat alanında ele almıştır. Vazolarda, lahitlerde, mozaiklerde, fresklerde, paralarda ve günlük kullanım eşyalarında zeytin sembollerini incelemiştir. Bu araştırmada zeytinin insanlık tarihi açısından taşıdığı önem, kültür tarihindeki yeri görsel veriler eşliğinde anlatılmıştır. Tema olarak zeytin ağacı, dalı, yaprağı ve meyvesinin Avrupa resim sanatındaki tasvirleri detaylı bir şekilde ele alınmış, insanoğlunun hayatında önemli bir yeri olan bu efsanevi meyvenin sanat ve kültür tarihindeki yerine değinilmiştir.

Kılıç (2011), çalışmasında İlahi dinlerde yiyecek ve içecekler konusunu ele almış ve kutsal kitaplarda helal-haram olarak adlandırılan yiyecek içecekleri sınıflandırmıştır. Hristiyanlıkta ekmek ve şaraptan sonra kutsallık taşıyan en önemli ritüel malzemesinin yağ olduğuna değinmiştir. Uzdil (2020), Antik çağda beslenmede zeytinyağı ve öğünlerde incir ve zeytinin eşlik ettiğini ifade etmektedir. Yılmaz ve Şenel (2014), turistik bir çekicilik olarak gastronomi müzelerini ele almış ve endüstriyel mirasa dayalı müzeler arasında zeytinyağı müzelerinin önemli bir yer tuttuğuna değinmiştir. Ünal (2019) gastronomi turizmi kapsamında zeytin ve zeytinyağı festivallerinde Ayvalık hasat günleri örneği üzerine çalışma yapmıştır. Türkiye'deki zeytin ve zeytinyağı festivalleri arasından en tanınan ve bilinen festival olması ile Türkiye'nin gastronomi turizminin gelişimine katkı sağlamasının dışında bölgenin kültürünü, çekiciliği ve tanıtımı unsuruna da hizmet ettiği sonucuna varılmıştır.

Özçatalbaş vd. (2019) Milas'ta zeytin turizmi potansiyelinin kırsal kalkınmadaki önemi üzerine yaptıkları çalışmalarında konuyu çeşitli boyutlarda ele almışlardır. Bu boyutlar kırsal toplum, tarım, turizm, etkinlik ve tanınırlık, el sanatları, tarihsel geçmiş ve doğa boyutu, kırsal mimari ve kırsal peyzaj boyutu olarak sınıflandırılmıştır. Milas ilçesinde kırsal turizm ve türleri büyük bir potansiyele sahiptir. Buna bağlı olarak, uygulamaya geçildiğinde de kırsal kalkınmaya önemli bir katma değer sağlayacak özelliktedir. Milas'ta zeytin turizminin en etkili biçimde uygulanabilmesi için hemen hemen tüm faktörler mevcut durumdadır. Zeytincilikle ilgili teşhir alanları artırılmalıdır. Yöresel pazarlar desteklenmelidir. Genç çiftçiler zeytin üretimine özendirilmelidir. Zeytinyağında tağşişle ilgili önlemler alınmalıdır.



Eski yağhane ve yağ hazneleri onarılarak turistik amaçlı kullanıma açılabilir. Buraya gelen turistlere zeytinyağı imalatı gösterilebilir önerileri sunulmuştur. Milas'ta zeytin turizmi hareketinin başlatılması ve sürdürülebilir gelişmeyi sağlayacak yeni bir misyon ve vizyonun tanımlanarak sürdürülebilirlik çerçevesinde yürütülmesi için, uygun yöntemlerin kullanılarak tüm paydaşların güç birliği ve uyum içinde çalışması gerekli görülmektedir.

Köroğlu (2007) ve (2008) gerekli olduğu tespit edilen konularda uzmanlık eğitimlerine rehberlerin katılması ve edinecekleri uzmanlık alanı bilgilerinin performanslarına önemli katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Türker vd.(2012), lisans boyunca dört yıllık rehberlik eğitiminin son iki yılında uzmanlık eğitimlerine yer verilmesini, ayrıca ister üniversite ister meslek odaları aracılığıyla olsun mutlaka sertifika ile sonuçlanması ifade edilmiştir. Zengin vd. (2004), çeşitli alanlarda uzmanlaşmış rehberlerin tur düzenleyen firmaya yetkilileri tarafından tercih sebebi olduğuna ulaşılmıştır.

İrigüler ve Güler (2015), turizmde gastronomi alanının çalışmaların giderek arttığından bu konuya hakim olan rehber ihtiyacının da aynı oranda artacağı düşüncesi ile rehberlere gastronomi üzerine uzmanlık alanı önerini getirmişlerdir.

Köroğlu ve GÜDÜ Demirebulat (2017), Anadolu'da tarih ve kültür zenginliğinin tamamına hakim olmanın zorluğundan özellikle ilgi alanlarında rehberlerin kendilerini yetiştirmeleri gerektiğini ifade etmiştir.

Akdu vd. (2018), araştırmalarında uzmanlaşma konusunda daha eğitim sürecinde özellikle gastronomi konusunda ele alınması gerektiğini vurgulamıştır. Sektörün tüm eksiklikleri dikkate alındığında sağlık turizmi konusuna da dikkat çekilerek gerekli müfredat güncellemeleri ile bu alanda uzman rehber yetiştirmenin önemine dikkat çekilmiştir.

Caber vd.(2018),araştırmalarında turistin uzman rehber aracılığıyla edineceği deneyimden mutlu ayrılacağı, bununda rehberlere olumlu yansımalarla motive yönünde önemli bir unsur olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda turist rehberliğinde uzmanlaşmanın önemi vurgulanarak farklı alanlarda da rehberlerin uzmanlaşma eğiliminde olacağı belirtilmiştir.

Çakmak ve Eren (2020), turist rehberliği uzmanlaşma eğitimleri ne kadar uzmanlaştırıyor sorusuna cevap aradıkları araştırmada, uzmanlık kurslarına katılan

katılımcıların kurs öncesi yüksek beklenti, kurs sonrası eleştirel bir yaklaşım içinde olduklarını tespit etmiştir. Katılımcılar kursların beklentileri gibi olmadığı yönünde fikirler beyan edilmiştir. Uzmanlık eğitimlerinin belirli bir alanda uzman yetiştirme amacından ziyade bölgede temel düzeyde tur yapmaya yarayacak eğitimler olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle bu kursların amacının uzman yetiştirme olması ve kurs sonunda katılımcılara uzmanlık verilmesi elde edilen gerçek kazanım ile uyuşmadığı eleştirisinde bulunmuşlardır.

Avcı ve Akpınar (2021) çalışmalarında, turist rehberlerin uzmanlaşmalarının gerekli olduğu, buna karşın uzmanlık unvanlarının rehberlere beklenen faydayı sağlamadığı, uzmanlık eğitimlerinin ise nitelik ve içeriklerinin yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Acenteler açısından bakıldığında uzman rehber olmanın fark yaratmaması özel ilgi turlarındaki düşük talepten kaynaklanabileceği ifade edilirken, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB ve acentelerin tur rotaları oluşturarak özel ilgi turlarının tanıtımı ve farkındalığı üzerine çalışmalar yapması önerilmektedir.

Turist rehberlerinin engelli ziyaretçilere yönelik yapacakları rehberlik alanında uzmanlıkları ile alakalı yapılan çalışmalar her geçen gün artmaktadır. Rehberlerin belirli özelliklere sahip olmaları gerektiği sonucuna varılmıştır. Bu sonuçlar arasında çalışma saatleri içerisinde daha sabırlı olmaları gerektiği ve engelli ziyaretçiler için mesai dışında dahi olsa tüm isteklerine ivedilikle yardımcı olmaları gerektiği bulunmaktadır. Engelli ziyaretçilere yönelik uzmanlık alanlarında çalışma yapacak araştırmacılar için öneri olarak konu hakkında yazılmış bilimsel makaleleri ve konu hakkında yazılmış olan güncel bilgilerin içerildiği kitapları incelemeleri tavsiye edilir.

### 3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında, 'Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı' konusunda turist rehberlerinin uzmanlaşmasının ve uzmanlaşma için özel bir programın gerekliliği ortaya konmak istenmiştir. Turist rehberlerinin bu alanda uzmanlaşmasının destinasyona, turiste, işletmeye ve yerel halka sağlayacağı katkılar ile alanda uzmanlaşmak isteyen turist rehberlerinin sahip olmaları gereken bilgi, beceriler ve sorumluluklar belirlenme çalışılmıştır. Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci, veri analizinde kullanılan yöntemler ve analiz süreci ele alınmıştır.

#### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma konusu ile ilgili çalışma grubuna dahil olan katılımcıların konuya yükledikleri anlamları ve düşüncelerini derinlemesine tanımlayarak, yorumlayıcı bir yaklaşımla incelemek ve anlamlandırabilmek amacıyla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, kişilerin algılarını, olay ve olguları olağan ortamlarında detaylı incelenmesinin yanında, farklı disiplinleri sentezleyen bütüncül bir yaklaşıma sahiptir. Ayrıca nitel araştırmalar, konu edindiği problemi incelerken olay ve olguların kişilerde ifade ettikleri anlamların üzerinde durmasıyla araştırmacıya yorumlayıcı ve keşfedici zihinsel süreçleri ile çalışma imkânı sunmaktadır (Baltacı, 2019, s. 370). Bu bağlamda ülkenin tanıtımında kilit rol üstelenen turist rehberleri için oluşturulacak uzmanlık eğitiminin paydaşlar tarafından gerekli görülüp görülmediğinin neden-sonuç ilişkisi içinde ortaya konulması amaçlanmıştır.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Çalışma Grubu

Nitel araştırmalarda evren, araştırmacının gerçekte incelediği ve araştırdığı olguları barındıran toplumları, toplumların belli özelliklere sahip gruplarını veya çeşitli olay ve olguları ifade etmektedir. Özellikle sosyal bilimlerde araştırmacının

evrene ulaşması kolay değildir. Evrenin büyüklüğü, çoğu zaman araştırmacının evrenin tamamına zaman ve imkan bakımından ulaşmasını imkansız kılmaktadır (Baltacı, 2018, s. 234). Araştırmanın evrenini Kuzey Ege Havzası turizm ve zeytin alanındaki paydaşlar (zeytin ve zeytinyağı işletmecileri, zeytin çiftçileri, yerel halk, turist rehberleri, meslek odaları, kamu çalışanları ve her iki alanın uzman akademisyenleri) ve zeytin tarımı çiftçileri oluşturmaktadır.

Kuzey Ege Havzası Anadolu'nun kuzeybatısında, 40° - 38° kuzey enlemleri ile 26° -28° doğu boylamları arasında yer almaktadır. Kuzey Ege Havzası'nda Çanakkale, Balıkesir, İzmir ve Manisa illeri yer almakta; ancak bu illerden hiçbirinin merkez ilçesi havza içerisine girmemektedir. Kuzey Ege Havzası'nda Çanakkale ilinin %31,99'u, Balıkesir ilinin %15,56'sı, İzmir ilinin %25,23'ü ve Manisa ilinin %11,36'sı yer almaktadır (Büke, 2019, s. 19). Dar anlamda Kaz Dağları'nın güneyi ve Ayvalık bölgesi için kullanılmaktadır. İlgili alanları kapsayan çalışmanın evrenine Kültür ve Turizm Müdürlükleri ve İlçe Tarım Müdürlükleri veri sistemleri üzerinden ulaşılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın evrenini Kuzey Ege Havzası'nda yer alan 4\* ve 5\* statülü 28 adet otel işletmesi, 34 adet seyahat acentası, 998 adet zeytin-zeytinyağı işletmesi, 11.918 adet çiftçi, kamu kurumları, Edremit Zeytincilik Enstitüsü ve Balıkesir Üniversitesi Turizm Rehberliği Bölümü akademisyenleri oluşturmaktadır.

Nitel araştırmalarda araştırılan konu hakkında ilk elden veri toplamak amaçlandığından, evrenin büyüklüğü çalışmayı zorlaştırmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmanın hem imkan hem de zaman anlamında kısıtlı olduğu durumlarda evreni doğru temsil ettiği düşünülen, evrenin bir bölümü araştırmaya dahil edilir. Araştırmacının incelemeye aldığı evreni temsil eden bu gruba örneklem adı verilmektedir (Baltacı, 2018, s. 234).

Nitel araştırmalarda büyük gruplar yerine, araştırmanın amaçlarını karşılayan, detaylı veri sunabilecek çalışma gruplarının belirlenmesi gereklidir (Coyne, 1997). Bu bağlamda 15-18 Eylül 2022 tarihleri arasında pilot uygulama yapılarak 2 turist rehberi, 2 seyahat acentası yetkilisi, 2 zeytin işletmecisi ve 2 çiftçi olmak üzere toplam 8 katılımcı ile yapılan görüşme sonuçları ile çalışma grubunun uygunluğu ve görüşme soruları test edilmiştir.

### 3.2.1. Birinci Çalışma Grubu

Araştırmanın birinci çalışma grubunu ‘Turizm Paydaşları’ oluşturmaktadır. Araştırmanın turizm paydaşlarının seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt (kriter) örnekleme ve gönüllü örnekleme yöntemleri kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme, örneklemin problemle ilgili olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan oluşturulmasıdır (Büyüköztürk, vd, 2012: 11). Kamu çalışanları ve akademisyenlerin seçiminde belirlenen ölçüt; buldukları bölgede ve çalışma alanlarında turizm faaliyetini yönetme, araştırma ve yön vermede etkin rol almalarıdır. Turist rehberlerinin seçiminde özellikle yoğunluk olarak Ege ve Akdeniz Bölgesi’nde çalışmaları ölçüt alınmıştır. Konaklama işletmelerinin seçiminde işletme veya işletmeci bazında daha önce zeytin ve zeytinyağı etkinliklerinde bulunmaları veya düzenlemiş olmaları ölçüt olarak belirlenmiştir. Seyahat acentalarının belirlenmesinde gönüllü örnekleme ile gönüllülük esas alınmıştır. Çalışmada görüşlerine başvurulmak istenip görüşme için uygunluk verilmeyen acentalar olmuştur. Turizm paydaşları görüşme grubunu oluşturan 23 katılımcıya ait bilgiler, Çizelge 27’de verilmektedir. Katılımcılar T1’den T23’e kadar kodlanmıştır. (T, “Turizm Paydaşı”nı ifade etmektedir.).

**Çizelge 27 Birinci Çalışma Grubu**

KAMU	Balıkesir İl Turizm Müdürlüğü	1 Katılımcı
	GMKA-Turizmde Destinasyon Yönetim Birimi	1 Katılımcı
	Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi	2 Akademisyen
	Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi	1 Akademisyen
	Mardin Artuklu Üniversitesi Turizm Fakültesi	1 Akademisyen
TURİST REHBERLERİ	ÇARO, BURO ve İZRO Turist Rehberleri	10 Katılımcı
KONAKLAMA İŞLETMELERİ VE SEYAHAT ACENTALARI	Ramada Otel	1 Katılımcı
	Zeytinbağı Otel	1 Katılımcı
	Saruhan Termal Otel	1 Katılımcı
	İda Natura Otel	1 Katılımcı
	Kazdağı Turizm	1 Katılımcı
	Meis Turizm	1 Katılımcı
	Altıeylül Turizm	1 Katılımcı
<b>TOPLAM</b>		<b>23</b>
*ÇARO, İZRO ve ATRO’ ya iletişim numaralarından ulaşılmış, görüşme talep edilmiştir. Görüşme talebine ve mail yoluyla iletilen görüşme formuna dönüş gerçekleşmemiştir		

### 3.2.2. İkinci Çalışma Grubu

Araştırmanın ikinci çalışma grubunu ‘Zeytin ve Zeytinyağı Paydaşları’ oluşturmaktadır. Zeytin ve zeytinyağı paydaşlarında çalışmanın başında daha fazla veriye ulaşmak amacı ile amaçlı örneklem yöntemi doğrultusunda zeytin ve turizm alanını birleştirerek etkinlik yapan zeytin ve zeytinyağı işletmeleri belirlenmiştir. Fakat görüşmeler esnasında katılımcıların önerileri ve yardımları ile yeni katılımcılara ulaşılarak kartopu örneklem yöntemi ile devam edilmiştir. Yerel halkın katılımcı olarak yer almaları kişilerin gönüllü olmaları esasına bağlandığından gönüllü örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Zeytin ve zeytinyağı paydaşları görüşme grubunu oluşturan 20 katılımcıya ait bilgiler Çizelge 28’de verilmektedir. Katılımcılar Z1’den Z20’e kadar kodlanmıştır. (Z, ‘Zeytin ve Zeytinyağı Paydaşı’ nı ifade etmektedir.).

Çizelge 28 İkinci Çalışma Grubu

<b>KAMU</b>	Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi	2 Katılımcı
	Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi	1 Akademisyen
	Balıkesir Üniversitesi	1 Akademisyen
	Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi	1 Akademisyen
	Zeytincilik Enstitüsü	1 Akademisyen
<b>MESLEK KURULUŞLARI</b>	Edremit Ticaret Odası	1 Katılımcı
	Ayvalık Ticaret Odası	1 Akreditasyon Sorumlusu
<b>SİVİL TOPLUM KURULUŞU</b>	Antandros Derneği	1 Yönetim Kurulu Üyesi
	Zeytindostu Derneği ve Butik Zeytin ve Zeytinyağı Üreticileri Derneği	1 Akademisyen *
	Zeytinbağı Akademisi	1 Katılımcı *
<b>İŞLETMELER</b>	Zeytin Ve Zeytinyağı İşletmeleri	4 Katılımcı *
<b>YEREL HALK</b>	Gömeç	2 Katılımcı
	Edremit	1 Katılımcı
	Burhaniye	1 Katılımcı
	Ayvalık	1 Katılımcı
<b>TOPLAM</b>		<b>20</b>
*Katılımcıların zeytin ve zeytinyağı işletmeleri mevcuttur.		

### 3.2.3. Üçüncü Çalışma Grubu

Araştırmanın üçüncü çalışma grubunu ‘Çiftçiler’ oluşturmaktadır. Zeytin çiftçilerinin katılımcı olarak yer almaları kişilerin gönüllü olmaları esasına

bağlandığından gönüllü örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Üçüncü görüşme grubunu oluşturan 5 çiftçiye ait bilgiler Çizelge 29’da verilmektedir. Katılımcılar Ç1’den Ç5’e kadar kodlanmıştır. (Ç, ‘Çiftçi’yi ifade etmektedir.)

**Çizelge 29 Üçüncü Çalışma Grubu**

<b>Çiftçiler</b>	<b>Kayıtlı Olduğu İlçe</b>
Ç1	Gömeç
Ç2	Ayvalık /Gömeç
Ç3	Burhaniye
Ç4	Gömeç
Ç5	Edremit/Kazdağları Milli Parkı Alan Kılavuzu

### **3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri**

Bu araştırmada, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme, araştırmaya katılan bireyler ile araştırmacının konu üzerinde soru ve cevap şeklinde etkileşime girdiği iletişim sürecidir (Tekin, vd., 2006, s. 101). Yarı-yapılandırılmış görüşmede sorular önceden belirlenmekte ve bu sorularla veriler toplanmaya çalışılmaktadır (Tekin, vd., 2006, s. 108).

Görüşme sorularının hazırlanması aşamasında ilk olarak çalışmanın neleri ortaya koyması gerektiği üzerinde durulmuştur. Araştırmada ilk olarak turist rehberlerinin ‘zeytin tarımı ve zeytinyağı’ konusunda uzmanlaşmalarının gerekliliği konusunda paydaşların bakış açısı öğrenilmek istenmiştir. Ardından uzmanlık programının gerekli görüldüğü durumda nasıl bir program hazırlanması gerektiğinin cevabı aranmıştır. Ayrıca bu program ile uzmanlaşacak turist rehberleri eşliğinde yapılacak turların işletmeler, çiftçiler, turizm işletmeleri, yerel halk, destinasyon ve turizm açısından olası faydalarının ortaya konulması hedeflenmiştir.

Araştırma soruları belirlenirken kuramsal çerçevede elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır. Prof. Dr. Özlem Köroğlu ve Doç. Dr. Özlem Güzel editörlüğünde yazılan ‘Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma Özel İlgi Turlarından Özel Konulara’ adlı kitapta ele alınan turist rehberliğinde on altı farklı uzmanlaşma alanı ve şarap turizmi ile ilgili alanyazın üzerinde durulmuştur. Oluşturulan araştırma soruları katılımcılara yöneltilmeden önce uzman görüşü alınmıştır. Değerlendirilen soruların tamamı tüm görüşmecilere uygun olmadığından gruplamaya gidilmiş ve gruplar arası ortak sorular belirlenmiştir.

Görüşme formu katılımcıların tamamına yöneltmeden önce, soruların kolay anlaşılması, sorunun amacına ulaşması ve cevapların netliği açısından 15-18 Eylül 2022 tarihleri arasında 2 turist rehberi, 2 seyahat acentası yetkilisi, 2 zeytin işletmecisi ve 2 çiftçi olmak üzere toplam 8 kişi ile görüşme yapılarak ön çalışma uygulanmıştır. Bu çalışma ile 1. ve 2. görüşme grubunda ortak olan 4 farklı soruya alınan cevaplardan yola çıkarak 4 sorunun 2 soruya indirgenerek kavramların anlaşılır olması için düzeltmeye gidilmiştir.

### **3.4. Veri Toplama Süreci**

15.09.2022- 12.10.2022 tarihleri arasında gerçekleşen alan çalışmasında; katılımcılar önceden çalışma hakkında bilgilendirilerek, görüşme için randevu oluşturulmuş, görüşmeler esnasında katılımcılardan izin alınarak ses kaydı alma ve yazılı not tutma işlemlerine başvurulmuştur. Her görüşme gün sonunda bilgisayar ortamına aktarılarak deşifre edilmiştir.

Katılımcılardan %23'ü ile çevrimiçi görüşme gerçekleştirilirken; %77'si ile yüz yüze görüşülmüştür. En kısa görüşme 17 dakika ve en uzun görüşme 135 dakika olarak gerçekleştirilmiştir. Yüz yüze görüşmeler katılımcıların çalışma ortamlarında yapılmıştır.

### **3.5. Verilerin Analiz Edilmesi**

Araştırma sonunda görüşmelerden elde edilen verilerin işlenmesinde içerik analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca tüm katılımcılara yöneltilen ilk soru kapsamında elde edilen verilerden 'wordart programı' kullanılarak kelime bulutu oluşturulmuştur. McNaught ve Lam (2010) kelime bulutunu, bir metinde birbiri ile ilişkili olan kelimelerin sıklık oranlarına göre vurgulandıktan sonra metnin özel bir şekilde görselleştirilmesi olarak ifade etmişlerdir. İçerik analizinde ise temel amaç, toplanan verileri açıklamaya yardımcı olacak kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. İçerik analiziyle veriler derinlemesine bir işleme tabi tutulmaktadır ve yeni kavramlar keşfedilmektedir. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 227).



Görüşmelerden oluşan deşifre notları, iki defa okunduktan sonra analize geçilmiştir. Üç görüşme grubunun da ortak sorusu olan birinci soruda kelime bulutu oluşturulmuştur. Diğer sorulara verilen cevapların içerik analizi için veriler arasında birbiri ile bağlantılı, anlamlı sözcük ve cümlelerin altı çizilerek kodlama yapılmıştır. Tekrar okuma ile altı çizili sözcük ve cümlelerden yola çıkarak bağlantılı oldukları tema ve kategorilere ulaşılmıştır. Elde edilen kodlar ve temalar çizelgeye aktararak düzenlenmiştir. Olası hata veya eksikliğin tespiti için deşifre notları ve analiz çizelgeleri karşılaştırılmıştır.

### **3.6. Veri Analizinin Geçerliliği ve Güvenirliği**

Genel anlamda geçerlilik, araştırma sonuçlarının doğruluğunu konu edinilmektedir. Nitel araştırmada geçerlilik araştırmacının ilgilendiği konuyu olabildiğince tarafsız gözlemesidir. Geçerliliğin tespiti için katılımcı teyidi, meslektaş teyidi, uzman incelemesi kullanılması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 256). Görüşmeciler ile gerçekleşen mülakatlarda sık sık “Demek istediğiniz ...mudur?” şeklinde geri dönüşlerle katılımcı teyidi alınmaya çalışılmıştır.

İç geçerlilik kapsamında araştırma verilerinin kendi içinde anlamlı ve tutarlı olması sağlanmıştır. Verilerin yorumlanmasında betimlemelere yer vererek kaynak gösterimi yapılmıştır. Katılımcıların verdiği yanıtlardan elde edilen tema ve kodlar alan uzmanlarının görüşüne sunularak yapılan tema ve kod işleminin doğruluğu kontrol edilerek araştırmanın iç geçerliliği sağlanmıştır.

Dış geçerlilik kapsamında araştırma sonuçlarının benzer durum, olay ve ortamlara genellenebilmesi için tüm süreç hakkında ayrıntılı bir şekilde bilgilendirme yapılmaya çalışılmıştır. Dış güvenirlilik kapsamında veri toplanan katılımcılar, araştırma süreci, analiz yöntemi ve süreci, verilerin analizinde kullanılan kavramsal çerçeve net olarak ifade edilmiştir. Ayrıca amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt ve kartopu örnekleme yöntemlerine başvurulmuş, katılımcılardan yeni katılımcılara yönlendirmeleri istenmiştir.

İç güvenirlilik kapsamında görüşmeler hem tarım hem de turizm alanında kendi alanlarında uzman birden çok araştırmacı ile görüşülerek elde edilen verilerden oluşmaktadır. Katılımcıların kimler olduğu açıkça belirtilmiş ve tüm deşifre notları metin halinde saklanmaktadır.

## 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Çalışmanın bu bölümünde zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliğinde uzmanlık alan önerisi üzerine turizm paydaşları, zeytin ve zeytinyağı paydaşları ve çiftçiler ile yapılan görüşmelerin analizleri, bulguları ve bulguların yorumları yer almaktadır.

### 4.1.Nitel Veri Analizine Göre Bulgu ve Yorumlar

Bu bölümde görüşme tekniği ile elde edilen verilerin içerik analizi sonucu ortaya çıkan bulgular ve oluşturulan kelime bulutuna yer verilmektedir.

#### 4.1.1. Katılımcılara ilişkin Özellikler

Araştırma kapsamında görüşmeye katılan çalışma gruplarına ait demografik özellikler aşağıdaki çizelgede ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Çizelge 30 Çalışma Gruplarına Ait Demografik Özellikler

Kategori	Demografik Özellikler	Sayı	%	Toplam
Çalışma Grubu Dağılımı	Turizm Paydaşları	23	48	48
	Zeytin-Zeytinyağı Paydaşları	20	42	
	Çiftçiler	5	10	
Eğitim Durumu	Lisansüstü	16	33	48
	Lisans	22	46	
	Orta Öğretim	10	21	
Meslek Dağılımı	Akademisyen	10	21	48
	Turist Rehberi	10	21	
	Turizm İşletmesi Yetkilileri	7	15	
	Zeytin-Zeytinyağı İşletme Sahibi	4	9	
	Kamu Çalışanı	2	4	
	Meslek Kuruluşu ve STK Üyesi	5	10	
	Yerel Halk	5	10	
	Çiftçi	5	10	
Cinsiyet Dağılımı	Kadın	14	29	48
	Erkek	34	71	



*ölümsüzlük* kelimelerinin ise 6’şar defa tekrarlandığı görülmektedir. Kelime bulutu aracılığı ile yapılan veri görselleştirmesinin sonucunda öne çıkan kelimelerin, alanyazın ile uyumlu olduğu söylenebilmektedir.

**Çizelge 31 ‘Zeytin, Zeytin Ağacı ve Zeytinyağı’ Kelimelerinin Çağrıştırdığı İfadelere İlişkin Paydaşlarının Verdiği Cevapların İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Temalar	f.	%	Kodlar	f.	%
Kültür	38	28	Kültürel varlık	9	7
			Atalardan kalan miras (Köklü geçmiş)	8	6
			Hayat tarzı	7	5
			Dostluk-sevgi	4	3
			Kadim ağaç	4	3
			Anadolu’nun sembolü	3	2
			Akdeniz kültürü	3	2
İnanç	28	21	Barış sembolü	10	8
			Ölümsüzlük	8	6
			Kutsal ağaç	6	5
			Umut sembolü	4	3
Ekonomik	29	22	Geçim kaynağı	12	10
			Bereket ve bolluk	9	7
			Altın sıvı	4	3
			Atıksız ağaç	2	1
			Sürdürülebilirlik	2	1
Doğa	6	5	Doğal yaşam	3	2
			Sürdürülebilirlik	3	2
Gastronomi	10	8	Sağlıklı yemek	7	5
			Mutfak kültürü	3	2
Sağlık	23	16	Sağlıklı ve uzun yaşam	14	10
			İlaç	4	3
			Mucize meyve ve yağ	3	2
			Akdeniz diyeti	2	1
<b>TOPLAM</b>	<b>134</b>	<b>100</b>		<b>134</b>	<b>100</b>

Çizelge 31’de, ‘Zeytin, Zeytin Ağacı ve Zeytinyağı’ kelimelerinin çağrıştırdığı ifadelerle ilişkin çalışma gruplarının verdiği cevapların analiz edilmesi ile oluşturulan kategoriler, temalar, kod sayıları ve yüzdeler dağılımları yer almaktadır. Çalışmaya dahil olan 48 kişiden elde edilen veriler analiz sonuçlarını ortaya koymaktadır. Katılımcıların ‘Zeytin, Zeytin Ağacı ve Zeytinyağı’ kelimelerinin çağrışımlarına ilişkin veriler ile 134 kod (kodların tekrarlanma sıklığı) tespit edilmiş, tespit edilen kodlar anlam ve içerik bakımından değerlendirilerek 24 tema altında toplanmıştır. Bu temalar ortak özellikleri dikkate alınarak 6 kategori altında sınıflandırılmıştır. Çizelge 31’e ait sıklık ve yüzdeler oranları incelendiğinde sırasıyla %28 oranı ile kültür, %22 oranı ile ekonomik, %21 oran ile inanç, %16 oran ile sağlık, %8 oran ile gastronomi ve %5 oran ile doğa temalarının ortaya çıktığı görülmektedir.

*Kültür* temasının kapsadığı kodlar incelendiğinde %7 oran ile *kültürel varlık*, %6 oran ile *atalardan kalan miras*, %5 oranında *hayat tarzı*, %3 oranı ile eşit oranda *dostluk-sevgi ve kadim ağaç*, %2 ile eşit oranda *Anadolu'nun sembolü ve Akdeniz kültürü* kodları sırasıyla tekrar edilen kodlardır. *Ekonomik* boyutun vurgulandığı tema altında %10 oran ile *geçim kaynağı*, %7 oran ile *bereket ve bolluk*, %3 oran ile *altın sıvı*, %1 oranı ile *atıksız ağaç* ve %1 oran ile *sürdürülebilirlik* kodlarının sırasıyla tekrarı yer almaktadır. *İnanç* teması altında tekrar edilen kodlara bakıldığında; %8 oranında *barış sembolü*, %6 oranında *ölümsüzlük*, %5 oranında *kutsal ağaç* ve %3 oranında *umut sembolü* yer almaktadır. *Sağlık* temasının kapsadığı kodlar incelendiğinde %10 oran ile *sağlıklı ve uzun yaşam*, %3 oran ile *ilaç*, %2 oran ile *mucize meyve ve yağ* ve %1 oran ile *Akdeniz diyeti* sırasıyla tekrar eden kodlardır. *Gastronomi* teması altında %5 oranında *sağlıklı yemek* ve %2 oranında *mutfak kültürü* yer alan kodlardır. Son olarak *doğa* teması ile %2 ile eşit oranda *doğal yaşam ve sürdürülebilirlik* kodları yer almaktadır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*Z14: Yaşadığım coğrafyanın her şeyi, Doğası, ekonomisi kısacası yaşamın büyük bölümü.*

*T7: Hayat demek, bizim 500-600 yıllık ağalarımız var.*

*T2: Antik dönemden günümüze ulaşmış ender meyvelerdendir. Zeytin ağacı kadim Anadolu'nun hafızasıdır.*

Katılımcılardan elde edilen verilerin analiz sonucunda zeytin ve zeytinyağının ekonomik boyutu önem arz ettiği görülmektedir. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*T20: Bölgenin turizmden sonra en büyük geçim kaynağı.*

*T12: Bölgenin en önemli ağacı, sürdürülebilirlik.*

*Ç5: Geçim kaynağı, bereket demek.*

Analiz sonuçları incelendiğinde yer alan önemli noktada zeytin ve zeytinyağının inanç temelli bir değer olmasıdır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*T19: Barış kutsallık, inanç, bereket ve ölümsüzlük.*

*T14: Kutsallık, mucize, ilaç, atıksız ağaç.*

*Z16 Kutsallık, barış, sevgi, anaçlık, nimet*

*Z4:Barış, ekonomik kaynak, ölümsüzlük.*

*Z5:Barış ve sevgi demek.*

Katılımcıların ifadelerine bakıldığında; zeytin ve zeytinyağının sağlık, gastronomi ve doğa boyutuna dikkat çekilmiştir. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*Z13: Zeytin bütün ağaçların ilki, binlerce yıllık bir öyküdür. Atalarımızın en değerli mirası, yöremizin en önemli geçim kaynağı. Hiçbir yan etkisi olmayan doğal bir gıda kaynağı, toprak ananın bir mucizesidir. Altın sıvı zeytinyağı, %100 doğal zeytin meyvesinin suyudur.*

*T23: Sağlık, bereket ve şifa kaynağı olarak değerlendirebilmekteyim. Gastronomi anlamda kahvaltıların ve Ege mutfağının vazgeçilmezidir. Tarih öncesi çağlarda tedaviye kadar varan birçok alanda kullanılmıştır.*

*T21: Sağlıklı yaşam*

*T15: Zeytin ve zeytinyağı, binlerce yıldır insan hayatında önemli bir yer edinmiş, sağlığın en önemli temel taşlarından birisi. Sadece yağından değil, aynı zamanda meyvesinden ve güçlü ahşabından da faydalanılan ender ağaçlardan birisi olduğu için son derece önemli, doğanın mucizevi bir ürünüdür.*

*K1:Yaşam tarzı, bizim gibi dededen zeytinci aileler için hem miras hem de çocuğumuz gibi, sağlık ve huzur göstergesi. Doğal yaşam demektir. Hem maddi hem de manevi bir değer.*

Araştırma kapsamında, paydaşların zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliği uzmanlaşma programının gerekliliğine ilişkin değerlendirmeleri tespit edilmek istenmiştir. Bu amaç ile aşağıda yer alan soru toplam 43 kişiden oluşan birinci ve ikinci çalışma gruplarına yöneltilmiştir.

*\*Her turist rehberleri kendi çabasıyla zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşabilir mi yoksa uzmanlaşmaları için özel bir eğitim programına dahil olmaları gerekli midir, Neden?*

**Çizelge 32 Paydaşların Türkiye’de Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberlerinin Uzmanlaşmalarının Gerekliliğine İlişkin İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Kategoriler	f.	%	Temalar	f.	%	Kodlar	f.	%
Kesinlikle Gerekli	49	71	Bilgi	29	43	Alana özgü eğitim olmalıdır.	9	13
						Doğru kaynaktan doğru bilgi edinilmelidir.	12	18
						Standart bilgi ile bilgi kirliliği önlenmelidir.	8	12
			Rehber	5	7	İstihdam artar, meslekte farkındalık yaratır.	5	7
			Kültür Turizm	6	9	Zeytin ve tarım turizme farklılık getirir, zeytin kültürünün aktarımı kolaylaşır.	6	9
Alt Yapı	8	12	Mevcut alt yapının sürdürülebilirliğine katkı sağlar.	8	12			
Gerekli	17	25	Bilgi	6	9	Tarihsel, bilimsel yönü ile detaylı anlatılması gerekir.	6	9
			Kültür	3	4	Tarihi öğeler ile bütüncül yaklaşım sergilenmelidir.	3	4
			Rehber	8	12	Konunun önemi ve alanda verimli olmak adına uzmanlaşılmalıdır.	4	6
						Mesleğe değer katar	4	6
Gereksiz	3	4	Mesleki Yeterlilik	3	4	Rehberin kendi çabası yeterlidir.	3	4
<b>TOPLAM</b>	<b>69</b>	<b>100</b>		<b>69</b>	<b>100</b>		<b>69</b>	<b>100</b>

Çizelge 32’de katılımcıların Türkiye’de zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberlerinin uzmanlaşmalarının gerekliliğine ilişkin ifadelerin içerik analizine yönelik bulgular yer almaktadır. Bulgular incelendiğinde 3 kategori, 8 tema ve bunlar ile ilişkili 11 kod belirlenmiştir. Oluşan kodların %71’i kesinlikle gerekli, %25’i gerekli ve %4’ü gereksiz teması ile bağlantılıdır.

*Kesinlikle gerekli* kategorisi kapsamında ki temalar; *bilgi* (%43), *alt yapı* (%12), *kültür-turizm* (%9) ve *rehber* (%7) olarak belirlenmiştir. *Bilgi* temasında *alana özgü eğitim* (f.9), *doğru kaynaktan doğru bilgi* (f.12) ve *standart bilgi* (f.8) tekrarlanan kodlardır. *Rehber* alt temasında *istihdam artar, meslekte farkındalık yaratır* (f.5), *kültür ve turizm* alt temasında *tarihi öğeler ile bütüncül yaklaşım* (f.5), *alt yapı* alt temasında *mevcut alt yapının sürdürülebilirliğine katkı sağlaması* (f.8) ifade edilen kodlardır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*Z1: Kesinlikle alana özgü eğitim olmalıdır Doğru kaynak olduğu sürece kendi de bilgi edinebilir.*

*Gerekli* kategorisi kapsamında ki temalar, *rehber* (%12), *bilgi* (%9) ve *kültür* (%4) olarak karşımıza çıkmaktadır. *Rehber* teması kapsamında *konunun önemi ve alanda verimli olmak adına uzmanlaşmanın gerekliliği* (f.4) ve *mesleğe değer katması* (f.4) kodları ifade edilmiştir. *Bilgi* teması kapsamında *tarihsel, bilimsel yönü ile detaylı anlatılması* (f.6) ve *tarihi öğeler ile bütüncül yaklaşım sergilenmesi* (f.3) tekrar edilen kodlardır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*T19: Gerekli çünkü doğru anlatılması çok önemli. Zeytin ulusal bir değer, tarihi öğeler ile birlikte bu kültürü bütüncül bir şekilde anlatılması lazım*

*T11: Alanı iyi tanınması ve anlatabilmesi için uzmanlaşma eğitimi gereklidir.*

*Gereksiz* kategorisi kapsamında; *mesleki yeterlilik* teması ile rehberin *kendi çabası yeterli* (f.3) kodu oluşturulmuştur. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*T21: Ayır bir program olmadan kendi çabası ile öğrenilebilir.*

*T6: Eğitim şart değil ilgisi olması yeterli.*

Bulguların bu bölümünde paydaşların zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliği uzmanlaşma programına ilişkin ifadelerinin içerik analizine yönelik bulgular yer almaktadır. Verilere ulaşmak için aşağıda yer alan sorular toplam 43 kişiden oluşan 1.ve 2. çalışma gruplarına (çiftçiler hariç) yöneltilmiştir. Ayrıca 8 ve 9 nolu sorular kapsamında çiftçilerden de görüş alınmıştır.

*1. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşma programı kimler ve hangi kurumlar tarafından verilmelidir?*

*2. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak turist rehberleri için nasıl bir program önerirsiniz? (içerik, gün, ders saati vb.)*

*3. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin hizmet sunacağı turist kitlesinin özellikleri nelerdir?*

*4. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin bu alandaki işletmelere sağlayacağı katkılar nelerdir?*

*5. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin zeytin turistine sağlayacağı katkılar nelerdir?*



6. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin yerel halka sağlayacağı katkılar nelerdir?

7. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak turist rehberinin destinasyona ve turizme katkısını değerlendirir misiniz?

8. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak bir turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler (bilgi ve beceriler) nelerdir?(ortak soru)

9. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşmayı planlayan/isteyen bir turist rehberinin hangi sorumluluklara sahip olması gerekmektedir?(ortak soru)

**Çizelge 33 Paydaşların Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği Uzmanlaşma Programına İlişkin İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	Kodlar	f.	%
Uzmanlık Katkıları	6	30	391	39,78
Uzmanlaşma Programının Detayları	7	44	381	38,76
Uzmanlık Nitelikleri	3	13	123	12,51
Uzmanlık Sorumlulukları	7	17	88	8,95
<b>TOPLAM</b>	<b>23</b>	<b>104</b>	<b>983</b>	<b>100</b>

\*‘Uzmanlaşmanın Katkıları Kategorisi’ Çizelge 34 ve Çizelge 35’de

\*‘Uzmanlaşma Programının Detayları Kategorisi’ Çizelge 36 ve Çizelge 37’de

\*‘Uzmanlaşmanın Nitelikleri Kategorisi’ Çizelge 38 ve Çizelge 39’da

\*‘Uzmanlık Sorumlulukları Kategorisi’ Çizelge 40 ve Çizelge 41’de detaylandırılmıştır

Çizelge 33’de katılımcıların zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliği uzmanlaşma programına ilişkin verilerin analiz edilmesi ile oluşturulan kategoriler, temalar, kodlar ve yüzdeler dağılımları yer almaktadır. İlgili çizelgede *uzmanlaşma programı* ile ilgili 4 kategori, 23 tema ve 104 kod yer almaktadır. Kategoriler incelendiğinde %39,78 oran ile *uzmanlaşmanın katkıları* kategorisinde 6 tema, 30 kod yer almakta ve kodların tekrar sayısı 391’dir. *Uzmanlaşma programının detayları* kategorisi %38,76 oran ile 7 tema 44 koddan oluşmaktadır. Bu kategori kapsamında kodların tekrar sayısı 381’dir. *Uzmanlık nitelikleri* kategorisi %12,51 oran ile 3 tema, 13 kod ve 123 kod tekrarına sahiptir. *Uzmanlık sorumlulukları* kategorisi %8,95 oran

ile 7 tema ve 17 koddan oluşmaktadır. Bu kategori kapsamında kodların tekrar sayısı 88'dir.

**Çizelge 34 Uzmanlaşmanın Katkılarına Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	Kodlar	f.	%	
Uzmanlaşmanın Katkıları	Yerel Halka	7	105	391	39,78
	İşletmeye	5	78		
	Turiste	5	69		
	Turizme	5	66		
	Destinasyona	7	65		
	Turist Rehberine	1	8		

Çizelge 34'de zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberleri uzmanlaşma programının *uzmanlaşmanın katkıları* kategorisine yönelik bulgular yer almaktadır. Zeytin tarımı ve zeytinyağı alanında uzmanlaşmanın katkıları kategorisi altında sırasıyla *yerel halka* (f.105), *işletmeye* (f.78), *turiste* (f.69), *turizme* (f.66), *destinasyona* (f.66) ve *turist rehberine* (f.8) şeklinde temalara ayrılmaktadır.

Çizelge 35'de *uzmanlaşmanın katkıları* kategorisinde belirlenmiş tema ve kodlar yer almaktadır. Alanda uzmanlaşmanın *yerel halka* sağladığı katkılar 6 kod ile ifade edilmiştir. Bu temada kodlar sırasıyla *ekonomik* (f.29) ve *sosyo-kültürel katkılar* (f.12), *ürün kalitesi, çeşitlilik ve modern yöntemlerin kullanımında artış* (f.12), *sürdürülebilirliğin önem kazanması* (f.9), *alan dışı yerel ürünlerin satış imkanı yaratması* (f.9) ve *turizm bilinci oluşturmadaki katkılar* (f.5) şeklinde tanımlanmıştır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

*Z1: Refah seviyesi artar, Zeytinin az olduğu yıl sadece zeytinci değil tüm halk etkilenir çünkü para harcama imkanı olmaz. Zeytin bol olduğunda ise bu serbest piyasada ticaret ile herkese ulaşır.*

*Z3: Ekonomik olarak bir döngü var zeytin çiftçisi ve işletme sahipleri bu işten ne kadar çok para kazanırsa yerel halkın kalkınmasında aynı oradan da artar.*

*Z4: Maalesef geleneksel yöntemler ile ürün alıyorlar ve üründe kalite düşüyor. Onlar için örnek teşkil eder ve üretim şekillerini geleneksel den modern yöntemlere geçirirler. Böylece genel olarak piyasadaki ürünler daha kaliteli hale gelir. Zeytin hasadı, şenlikler ve turizm faaliyetleri kapsamında gelen turist bu bölgede köyleri ve*

otantik mekanları da gezeceğinden onlarda evlerinde yetiştirdikleri zeytin dışındaki köy ürünlerinin satış imkanını bulur. Genel olarak ekonomik hareketlilik kazanır.

T4: Pazarlama, çok emek ve az mahsul ile sonuçlanan bu işte piyasa fiyatının neden mevcut fiyatlarda olduğu anlaşılacağından yerel halkın satışı kolaylaşır. İnsanlar arazisini satmak yerine işini devam ettirmeye yönelir.

T7: Bölgede az ya da çok herkesin zeytin arazisi var. Fakat zeytin çok işçilikli ve masraflı, bazı zeytinlik sahipleri artık uğraşmıyor, toplanması için fabrikalara veriyor. Fabrikalarda alıp zeytinleri karıştırıp standart ürün elde ediyor. Oysaki konumuna göre her zeytinliğin ürünü farklı lezzete sahip. Turizm ile birlikte insanlar arazilerine sahip çıkar ve bu işten para kazandıklarında gelecek nesillere aktarılır. Kırsal faaliyetin turizme girmesi ile turizmden hiçbir geliri olmayan eve kadar ekonomik faaliyet doğacaktır.

T23: Turist rehberleri, turistler ve yerel halk arasındaki kültürel boşluğu en iyi şekilde dolduracaktır. Bu noktada yerel halkın turizme karşı sergileyeceği tutum da etkilenecektir. Dolayısıyla yerel halkın turizm faaliyetlerinden ve yaptığı işten keyif almalarını sağlamalarının yanında istihdam da sağlayacaktır.

Alanda uzmanlaşmanın işletmeye sağlayacağı katkılar arasında; ekonomik katkı (f.40), tanınırlık ve bilinçli tüketiciye ulaşma imkanı (f.15), ürün çeşitliliği ve kalitede artış ile rekabet avantajı (f.12), turizm bilinci yaratması (f.7), motivasyon ve kendini geliştirme imkanı sağlaması (f.4) olmak üzere 5 koddan oluşmaktadır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

T5: Pazarlama faaliyeti olarak masrafsız reklam yapılmış olacaktır.

T6: Tek tek araçların grupta satış yapalım diye beklemelerindense bir anda gelen bir tura yüklü satış yapabilirler. Ürünün satışı ve tanıtımında önemli katkı sağlar.

T19: Girişimcilik kapasitesi artar. İşletmelerin kendini geliştirmeleri için bilinç oluşur.

Z1: İşletmelere gelir sağlar, Ürünün katma değeri ve satışı masrafsız artar.

Z13: Üreticinin ürünü değerli olarak satabilmesi, para kazanabilmesi dolayısıyla motive olarak toprağına sahip çıkması için kaliteli üretime önem vermesi ve dökme ürün satmak yerine markalı ürün satışına yönlendirilmesi, sağlık açısından zararlı olan plastik ambalajın bırakılması gerekmektedir. Tüm bunlara öncülük edecektir.

**Çizelge 35 Uzmanlaşmanın Katkılarına Yönelik Tema ve Kodlar**

Tema	Kodlar	f.	%
Destinasyona	Kapasite sorunu doğar	3	391
	Ekonomik katkı	17	
	Markalaşma	23	
	Yöresel değer ve ürünlerin tanıtımı gerçekleşir.	5	
	Yerel halk ile turist arasında kültürel iletişim sağlanır	3	
	Tur programlarına dahil edilir.	5	
	Sürdürülebilirlik bilinci gelişir	9	
Turizme	Yeni rota, güzergahlar ve çeşitlilik artar	17	
	Turizm türleri çeşitlilik kazanır	6	
	Talep ve gelir artışı sağlanır	22	
	Sezon uzar (Çalışma süresi ve konaklama süresi artar)	4	
	Uzmanlık alan kazanımı sağlar	17	
İşletmeye	Ekonomik katkı (Reklam, satış, pazarlama, büyüme etkisi yaratır)	40	
	Tanımlılık ve bilinçli tüketiciye ulaşım sağlar	15	
	Ürün çeşitliliği ve kalitede artış ile rekabet avantajı sağlar	12	
	Motivasyon ve kendini geliştirme katkısı sağlar	4	
	Turizm bilinci yaratır	7	
Yerel Halka	Ekonomik katkı sağlar (Masrafsız, yerinde aracısız satış)	29	
	Sosyo-Kültürel katkı sağlar (Kültürler arası iletişim ve sosyalleşme imkanı )	12	
	Sürdürülebilirlik önem kazanır. (Tarım ve kırsal hayatın devamlılığı sağlanır)	9	
	Turizm bilinci yaratır	5	
	Ürün kalitesi, çeşitlilik ve modern yöntemlerin kullanımı artar	12	
	Alan dışı yerel ürünlerin satış imkanı doğar.	9	
	Motivasyon sağlar	29	
Turiste	Doğru ve detaylı bilgi kaynağı sağlar	26	
	Ürüne ve işletmeye karşı güven duyulmasını sağlar	14	
	Deneyim imkanı sağlar.(Arazi ziyareti, hasat vb.)	17	
	Farkındalık kazandırır. (Ürüne, doğaya, tarıma ve turizme karşı)	7	
	Yerel halk ile daha yakından iletişim kurma imkanı sağlar.	5	
Turist Rehberine	Mesleki gelişim ve farkındalık sağlar.(Tanınırlığı artar)	8	

Zeytin tarımı ve zeytinyağı alanında uzmanlaşmanın katkıları kategorisi ile *turiste* sağladığı katkılar teması 5 koddan oluşmaktadır. Bu kodlar; *doğru ve detaylı bilgi kaynağı* (f.26), *deneyim imkanı* (f.17), *ürüne ve işletmeye karşı güven duyulmasını sağlama* (f.14), *farkındalık kazandırması* (f.7) ve *yerel halk ile daha*

*yakından iletişim kurma imkanı sağlaması (f.5) şeklinde tanımlanmıştır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;*

*T3: Kısa sürede doğru bilgiyi edinme imkanı sağlar, bilgiye ulaşım kaynağı olarak rehber sayesinde merak ettiklerini öğrenebilir.*

*T7: Detaylı bilgi ve doğru ürün için yol gösterici olur.*

*T23: Bu alanda uzmanlaşacak olan turist rehberinin deneyimlere olan etkisi ile birlikte işletmelere hem ekonomik hem de büyüme anlamında önemli bir katkısı olacağı söylenebilir.*

*T15: Günlük hayatta sık kullanılan bir ürün olan zeytin ve zeytinyağı bilinçli tüketilmeye başlanacak. Özellikle zeytin türleri ve zeytinyağları arasındaki farklar (sızma ile riviera gibi) öğrenileceği için turist daha seçici olacak.*

*Z16: Zeytin ve turizmin bir arada olacağı etkinlikler bence hem insanların doğaya karşı farkındalığını arttırmak için çok önemli.*

*Z17: Görmek ve öğrenmek için imkan sahibi olur.*

*Z7: Doğru ve sağlıklı bilgi, deneyim sağlar.*

*Z2: Turist merak ettiği konuda doğru bilinçlendirilmesine katkı sağlar*

*Z4: Deneyim elde ederek ürünün ne koşullarda üretildiğini görür ve ürüne güvenerek tüketir. Ne yediğini bilen bilinçli tüketici kütlesi olur. Böylece sadece fiyat düşük diye kötü ürünü alan kitleye de bilgi aktarabilir.*

Alanda uzmanlaşmanın *destinasyona sağladığı* katkılar 6 kod ile ifade edilmiştir. Bu temada yer alan kodlar; *markalaşma (f.23), ekonomik katkı (f.17), sürdürülebilirlik bilincinin gelişmesi (f.9), destinasyonun tur programlarına dahil edilmesi (f.5), yöresel değer ve ürünlerin tanıtımının gerçekleşmesi (f.5)* olarak tanımlanmıştır. Ayrıca destinasyonda yaşanacak *kapasite sorunu (f.3)* olumsuz katkı olarak değerlendirilmiştir. Turizme sağladığı katkılar teması ise 4 kod ile ifade edilmiştir. Bu kodlar tekrar ediliş sıklığına göre; *talep ve gelir artışı sağlanır (f.22), yeni rota ve güzergâhlar artar (f.17), uzmanlık alan kazanımı sağlanır (f.17), turizm türleri çeşitlilik kazanır (f.6) ve sezon uzar (f.17)* olarak tanımlanmıştır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerinden bazı örnekler aşağıdaki gibidir;

T6: Destinayonda ticari hareketlilik olur. Turizm de ise bölgede 2,5 ay olan turizm sezonu uzar ve yaklaşık 6 ay boyunca turizm faaliyeti gerçekleştirilir.

T9: Destinasyonun marka olmasını sağlar.

T13: Farklı sahaların turizme açılmasını sağlar, destinasyon marka haline gelir. Destinasyonun tanınırlığı artar.

Z4: Destinayona en önemli katkısı turizm sezonunun uzaması ve tüketici olan turist yerine üretici turist kavramı doğar. Yani üretime katılan çeşitli aşamalarda emeği olan insanlar bu ürüne ve sektöre daha çok sahip çıkarlar. Deniz kum güneş için gelen turist bir sonraki sezonda orayı gördüm diyerek farklı bir destinasyona gidebilir fakat zeytin hasadı tadımı gibi etkinliklere katılanlar sonraki yıl yine bu dönemi bekleyip bu etkinliklere katılacaktır. Giderek artan bir talep doğacaktır. Yani sadece zeytinde değil turizmde de bilinçli bir turist kitlesi oluşacaktır.

Z19: Yaz döneminde çok kalabalık oluyor bu bölgede yaşayanlar için sıkıntı, bu tüm yıla yayılırsa bölge kaldırmaz.

T3: Turizm konusunda farklı bir uzmanlık alanı kazanımı olacaktır. Kalkınma ve reklam imkanı sağlar.

T6: Destinayonda ticari hareketlilik olur. Turizm de ise bölgede 2,5 ay olan turizm sezonu uzar ve yaklaşık 6 ay boyunca turizm faaliyeti gerçekleştirilir.

Z4: Turizmde eko turizm agroturizm ifadeleri ile tanımladığımız turizm türlerinin bölgede giderek artması bölgede hem tarımda hem de turizmde sürdürülebilir etkinliklerin gelişmesini sağlar.

T22: İnsanlarda turizm bilinci gelişir yaz aylarında sadece ikinci konut turist oluyor onlarda çok turizm bilinci ile hareket etmiyor daha çok deniz ve yeme içme iş yapıyor. Müzelerin gezilmesi alışveriş turları, milli park ziyareti çok yoğun olmuyor bu anlamda gelişme olur.

Z8: Turizmde farklı etkinlikler ile çeşitlilik artar. Bölgenin sezonu uzar. Yaz turizmi deniz kum güneş dışında talep oluşur.

Alanda uzmanlaşmanın turist rehberine (f.8) sağlayacağı katkı, mesleki gelişim ve farkındalık (tanınırlığı artar) kodu ile tanımlanmıştır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

T12: Gelir düzeyi üst noktada olan misafirlere özel hizmet vermiş oluyorsunuz konu uzmanlı olan rehber ile amatör değil profesyonelden bilgi aldıklarını bildiklerinden memnuniyet artar ve tavsiye edilme ile bu alanda tanınırlık kazanılır.

T23: Turist rehberleri turizmde kritik bir role sahiptir. Uzman rehberler aracılığıyla tur memnuniyet düzeyleri ve hizmet kalitesi artarak stratejik bölgesel kalkınma planlarına önemli düzeyde katkı sağlar aynı zamanda rehberinde mesleki gelişimi artar.

**Çizelge 36 Uzmanlaşma Programının Detaylarına Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	Kodlar	f.	%	
Uzmanlaşma Programının Detayları	Program konu içerikleri	16	93	381	38,76
	Programı verecek kişi ve kurumlar	13	88		
	Programa katılan rehberin hedef kitlesi	6	53		
	Programın yeri	2	43		
	Program türü	2	43		
	Program içeriği	2	43		
	Programın zamanı	3	18		

Çizelge 36'da zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberleri uzmanlaşma programının *uzmanlaşma programının detayları* kategorisine yönelik bulgular yer almaktadır. Uzmanlaşma programının detayları kategorisi kapsamında yer alan temalar, kodların tekrar edilme sırasıyla program konu içerikleri (f.93), programı verecek kişi ve kurumlar (f.88), uzman rehberin hedef kitlesi (f.53), programın yeri (f.43), program türü (f.43), program içeriği (f.43) ve programın zamanı (f.43) şeklinde belirlenmiştir.

Çizelge 37 Uzmanlaşma Programının Detaylarına Yönelik Tema ve Kodlar

Tema	Kodlar	f.	%	
Program Türü	Akademik Program	3	381	38,76
	Sertifika Programı	40		
Programı Verecek Kişi ve Kurumlar	Komasyon (KTB,TÜRSAB, TUREB, GMKA, Rehberlik Odaları, İşletmeler, Çiftçiler, Akademisyenler, Zeytincilik Enstitüsü)	48		
	Rehberlik Meslek Odası	9		
	İl-İlçe Tarım Müdürlükleri	3		
	Zeytincilik Enstitüsü	6		
	Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi	3		
	Üniversiteler	2		
	Meslek Birlik ve Odaları (TARİŞ, Marmara Birlik, Ticaret Odaları)	4		
	STK'lar (Zeytin Dostu Derneği, Butik Zeytin ve Zeytinyağı Üreticileri Derneği)	2		
	Akademisyenler	6		
	Zeytin ve Zeytinyağı İşletmeleri	1		
	Çiftçiler	2		
	Gastronomi Şefleri	2		
	Turizm sezonu dışında	3		
Programın Zamanı	Uygulama zamanlarında (Zeytin dikim, Budama ve Hasat zamanı)	12		
	Hafta içi-gündüz	3		
Programın Yeri	Sahada olmalıdır.(Zeytinlik alanlar, Zeytinyağı Fabrikaları, Müzeler	40		
	Online	3		
Program İçeriği	Teorik ve uygulama	39		
	Sadece uygulama	4		
Program Konu İçerikleri	Zeytin ve zeytinyağının tarihi	9		
	Zeytin ve zeytinyağı çeşitleri	14		
	Zeytin ve zeytinyağı kalitesi	3		
	Dünya'da ve Türkiye'de zeytin dağılımı	2		
	Zeytin ağacı (yapısı, bakımı, hastalıkları, dikimi, budama ve hasadı)	15		
	Sofralık ürünler ve yapılışı	5		
	Zeytinyağı sıkımı	10		
	Tüketim şekilleri	1		
	Üretim teknolojileri	5		
	Zeytin ağacı gen bankası	4		
	Zeytin hukuku	1		
	Zeytin ve inanç	4		
	Zeytin ve sağlık	3		
	Zeytin rotası ve müzeler	2		
	Duyusal analiz	14		
	Çiftçiler ile iletişim	1		
Uzman Rehberin Turist Kitlesi	Her turist kitlesine uygundur.	5		
	Özel alana ilgisi olan turist	16		
	Sağlıklı ve doğal beslenmeye önem veren kişiler	9		
	Doğaya ve tarıma meraklı	10		
	Gastronomi deneyimi arayışı	3		
	Farklı deneyim arayışı olan kişiler (Kırsal, geleneksel, sakinlik)	10		



Çizelge 37’de uzmanlaşma programı detaylarına yönelik tema ve kodlar yer almaktadır. Uzmanlaşma programı konu içeriğine yönelik verilerin analizi sonucu zeytin ağacı (f.15), zeytin ve zeytinyağı çeşitleri (f.14), duyuşsal analiz (f.14), zeytinyağı sıkımı (f.10), zeytin ve zeytinyağının tarihi (f.9), üretim teknolojileri (f.5), sofralık ürünler ve yapılışı (f.5), zeytin ağacı gen bankası (f.4), zeytin ve inanç (f.4), zeytin ve zeytinyağı kalitesi (f.3), zeytin ve sağılık (f.3), Dünya’da ve Türkiye’de zeytin dağılımı (f.2), zeytin rotası ve müzeler (f.2) kodları belirlenmiştir. Konu içeriğı temasında yer alan diğler kodlar ise çiftçiler ile iletişim, tüketim şekilleri ve zeytin hukukudur. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşığıdaki gibidir;

*T2: Uzmanlaşma eğitiminde pratik uygulamalar verilmeli ve zeytin ağaçlarının bulunduğı yerler ve zeytinyağının çıkarılma aşamasını gösteren bir zeytinyağı müzesi gezilmelidir.*

*T11: Zeytinin Mitolojisi, tarihi, ürünün çeşitleri, yağ elde etme yöntemleri ve duyuşsal özelliklerini içerek eğitim programı olup, uygulamalı olarak eğitim verilmelidir.*

*T17: Zeytinin Mitolojisi, tarihi, ürünün çeşitleri, yağ elde etme yöntemleri ve duyuşsal özelliklerini içerek eğitim programı olup, uygulamalı olarak eğitim verilmelidir.*

*T23: Üniversitede turizm rehberliğı bölümünde haftada 2 ders saati bir yarı dönem zeytinin tarihçesinden tutun gastronomi olarak taşıdığı değere kadar oluşturulacak içerik doğrultusunda bir planlama yapılabilir.*

*Z3: Ürünün çeşitleri, yağ elde etme yöntemleri ve duyuşsal özelliklerini içerekli eğitim programı olup, uygulamalı olarak eğitim verilmelidir.*

*Z6: İnanç, mitoloji ve tarihi boyutunu bir bütün halinde vermeli*

*Z16: Zeytinin tarihi, ağacının yetiştirilmesi, meyve elde edene kadar geçen süreç ve bakımı teorik, zeytinyağı elde etme aşamaları ve zeytinyağının duyuşsal özellikleri uygulamalı verilmelidir.*

İlgili çizelgede uzmanlaşma programını verecek kişı ve kurumlar incelendiğinde Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB, TUREB, GMKA, rehberlik odaları, işletmeler, çiftçiler, akademisyenler ve Zeytincilik Enstitüsü’nün dahil olacağı bir komisyon (f.48) oluşturulması en fazla tekrar eden kod olmuştur. Rehberlik meslek odaları (f.9), Zeytincilik Enstitüsü (f.6), akademisyenler (f.6), meslek birlik ve odaları (f.4 ), İl-İlçe Tarım Müdürlükleri (f.3), Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi (f.3),

üniversiteler (f.2), STK'lar (f.2), çiftçiler (f.2), gastronomi şefleri (f.2) zeytin ve zeytinyağı işletmeleri (f.1) uzmanlık rogramı verecek kişi ve kurumlar olarak belirlenmiştir. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

T1: Çaro' nün da paydaşı olacağı bir program hazırlanmalı.

T5: Akademisyenler tarafından verilmelidir.

T6: Tüm temsilci birimlerden bir komite kurulabilir. Çiftçi, işletmeci, akademisyen, rehber odaları, zeytincilik enstitüsü konu hakkında uzmanların oluşturduğu bir komisyon vermeli eğitimi.

T16: Tarım müdürlükleri ve Marmara birlik gibi kurumlar.

T23: Öncelikle bu alanda uzman kişiler, üniversite gibi eğitim kurumları, KTB ve İl Müdürlükleri, TUREB, PTR Meslek Odaları, TÜRSAB ve Kalkınma Ajansları ortak paydada bir uzmanlık eğitim programı oluşturulabilir.

Z1: Sadece akademisyenlerin olduğu bir program olmalıdır.

Z5: Zeytincilik enstitüsü, Akademisyenler ve çiftçilerden bir komite oluşturulabilir.

Z18: Zeytincilik Enstitüsü.

Uzman rehberin hizmet vereceği turist kitlesi kapsamında; alana özel ilgisi olan (f.16), doğaya ve tarıma meraklı (f.10), farklı deneyim arayışı içinde (f.10), sağlıklı ve doğal beslenmeye önem veren (f.9), ve gastronomi deneyimi arayışı olan kişiler (f.3) yer almaktadır. Ayrıca her turist kitlesine uygun (f.1) bulunduğu da veriler arasındadır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

Z2: Zeytin ve zeytinyağına ilgi duyan, merak eden kesim.

Z10: Sağlık ve gastronomi turisti.

Z16: Deneyim arayan, doğayı seven ve sağlıkla ilgili kişiler.

Z15: Meraklı özel ilgisi olan.

T3: Her turist kitlesi uyar, bu alanda sınırlandırmak imkânsızdır.

T9: Büyükşehirlerde yaşayan aileler farklı deneyim ve kırsalı arıyor.

T13: Özel ilgi turisti, sakinlik isteyen, doğayı seven turist.

*Program içeriği* teması kapsamında *teorik ve uygulama* (f.39) ile *sadece uygulama* (f.4) olmak üzere 2 kod belirlenmiştir. *Programın yeri* teması *sahada* (f.40) ve *online* (f.3) kodlarını içermektedir. *Program türü* teması kapsamında yer alan 2 kod, *sertifika programı* (f.40) ve *akademik program* (f.3) kodlarıdır. *Programın zamanı* kapsamında yer alan verilerin analizi sonucu ortaya çıkan kod sayısı 3'dür. Uzmanlaşma programının *uygulama zamanlarında* (f.12), *hafta içi-gündüz* (f.3) ve *turizm sezonu dışında* (f.3) temanın içerdiği kodlardır. İlgili temaya ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

Z6: *En az bir dönem gibi okulda akademide yapılmalı.*

T1: *Çaro'nun da paydaşı olacağı Akademik bir program hazırlanmalı.*

Z1: *Hafta içi gündüz olabilir.*

T2: *Hem pratik hem de teorik olarak verilmelidir. Zeytin ağaçlarının bulunduğu ve zeytinyağının çıkarılma aşamasını gösteren bir zeytinyağı müzesi gezilmelidir.*

T6: *Hem teorik eğitim hem de uygulama mutlaka olmalıdır.*

T20: *Teorik her türlü öğrenilebilir ama asıl önemli olan uygulama aşamalarıdır.*

T23: *Haftada 2 ders saati bir yarı dönem zeytinin tarihçesinden tutun gastronomi açısından taşıdığı değere kadar oluşturulacak içerik doğrultusunda akademik eğitim olmalıdır.*

**Çizelge 38 Uzmanlaşmanın Niteliklerine Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	f.		%
Uzmanlaşmanın Nitelikleri	Kişisel Nitelikler	40	123	12,51
	Akademik Nitelikler	63		
	Uygulama Nitelikleri	20		

Çizelge 38'de zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberleri uzmanlaşma programının *uzmanlaşmanın nitelikleri* kategorisine yönelik bulgular yer almaktadır. *Uzmanlaşmanın nitelikleri* kategorisi altında yer alan temalar incelendiğinde birinci sırada *akademik nitelikler* gelmekte ve kod tekrar sayısı 63'dür. İkinci sırada yer alan tema ise *kişisel nitelikler* olarak belirlenmiştir. Bu temada yer alan kod tekrar sayısı 40'dır. Üçüncü sırada ise *uygulama nitelikleri* teması yer almaktadır ve bu temanın kod tekrar sayısı 20'dir.

**Çizelge 39 Uzmanlaşmanın Nitelikleri Kategorisinde Tema ve Kodlar**

Temalar	Kodlar	f.	%	
Kişisel Nitelikler	Alana özel ilgisi olmalı (arazi, doğa ve yöreyi sevmeli)	15	123	12.51
	Farklı arazi ve hava koşullarında çalışabilmeli (Doğayı sevmeli)	7		
	İyi organize olmalı	3		
	İletişim becerisi iyi olmalı	3		
	Alerjisi olmamalı ve tat-koku alabilmeli	4		
	Kar amacı gütmekten doğru bilgi kaynağı olmalı	8		
Akademik Nitelikler	En az bir yabancı dilde yeterliliği olmalı	3		
	Coğrafya alanında bilgi sahibi olmalı (Bitki çeşitleri, arazi koşulları, diğer tarım ürünleri)	4		
	Özel alan bilgisine sahip olmalı	49		
	Turizm türleri ve kültür rotalarına hakim olmalı	5		
	Alan ile ilgili hukuk bilgisi olmalı	2		
Uygulama Nitelikleri	Tüm işlemleri deneyimlemek	17		
	İşlemlere el yatkınlığı olmalı	3		

Çizelge 39’da *uzmanlaşmanın nitelikleri* kategorisinde yer alan temalar, kodlar, kodların tekrar sıklığı ve yüzdelik dilimi yer almaktadır. Temalar arasında birinci sırada yer alan *akademik nitelikler* temasının kod sayısı 5’dir. Kodlar arasında en fazla tekrar edilen kod *özel alan bilgisine sahip olmalı* (f.49) olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer kodlar sırasıyla; *turizm türleri ve kültür rotalarına hakim olmak* (f.5), *coğrafya alanında bilgi sahibi olmak* (f.4), *en az bir yabancı dilde yeterlilik* (f.3) ve *alan ile ilgili hukuk bilgisi olmalı* (f.2) şeklinde tanımlanmıştır. İkinci sırada yer alan *kişisel nitelikler* teması 6 koddan oluşmaktadır. En fazla tekrar edilen kod *alana özel ilgisi olmasıdır* (f.15). Diğer kodlar sırasıyla; *kar amacı gütmekten doğru bilgi kaynağı olmak* (f.8), *farklı arazi ve hava koşullarında çalışabilmek* (f.7), *alerjisi olmaması ve tat-koku alabilmesi* (f.4), *iyi organize olması* (f.3) ve *iletişim becerisinde iyi olmasıdır* (f.3). *Uygulama nitelikleri* teması kapsamına 2 farklı kod tanımlanmıştır. *Tüm işlemleri deneyimlemek* (f.17) ve *işlemlere el yatkınlığı olmalı* (f.3) rehberlerin uygulama alanında sahip olunması gereken nitelikler olarak belirlenmiş kodlardır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

*T2: Alana karşı ilgi duyması ve meraklı olması yeterlidir.*

*T19: Kültürel yönü iyi bilinmeli vurgulanmalı, zeytin rotasına ve rotadaki tarihi ve doğal alana hakim olmalı tarih ile zeytin kültürünü birleştirebilmeli. Çok yönlü düşünmeli ve tarım alanı ve çiftçide girdiği için işe iyi organizasyon edici olmalı. Pek*

*çok turizm dalı eko turizm, sağlık turizmi, etkinlik turizmi, kültür turizmi, agroturizm işin içine giriyor hepsi ile sentezleyebilmeli.*

*T20: Bilgi olarak zeytini her yönü ile bilmeli beceri olarak çiftçi gibi hasatta el yatkınlığı olması lazım birde arazide çalışmaya uygun sağlıklı olması lazım.*

*T14: Zeytin ve zeytinyağı çeşitleri, zeytinyağı sıkım teknikleri, bölgeler arası ve diğer ağaçlardan farkları, zeytin hukuku, dünya zeytin ekim alanları, zeytin yetiştirme koşulları.*

*Z1: Doğayı sevmek, doğal olana ilgi duymak, Bitki örtüsü ve rüzgar yönü gibi belli başlı iklim bilgilerine sahip olmalıdır. Arazi şartlarını bilmelidir.*

*Z11: Yabancı dil, duyuşal özellikleri bilmeli ve nasıl yapıldığını öğrenmesi, konuyu sevmesi ve gönül vermesi önemli.*

*Z12: Önce yaşamalı, deneyim olmadan bilmesi mümkün değil.*

*Z14: Zeytin hasat ve zeytinyağı üretim sürecini hakkında bilgi vererek yapılışına da hakim olmalıdır.*

*Ç1: Rehberin özellikle iyi bir tadımcı olması gerekir. Yeterli bilgi(zeytinin bütün aşamaları, bitki haline meye halinde ve zeytinyağı elde edilmesinde, yetiştirme koşulları, tarihi geçmişi) doğayı sevmesi gerekir. Her türlü hava koşulunda çalışabilmeli. Uygulayıcı olmalı zeytinyağı tadımı, zeytin toplama çizme kırma gibi pratik bilgileri deneyimleyerek öğrenmelidir.*

*Ç2: Zeytinin tarihi, ağacının özellikleri, bakımı, çeşitleri, meyve olarak değerlendirilmesi, zeytinyağının elde edilişi, tadım özellikleri gibi tüm detayları bilmesi gerekir.*

*Ç4: Bu işi yapmış yaşamış olması gerekir.*

*Ç5: Zeytin tarımını iyi bilmeli, zeytini sevmesi gerekir*

**Çizelge 40 Uzmanlık Sorumluluklarına Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	Kod Sayıları	f.	%	
Uzmanlık Sorumlulukları	Doğaya karşı	3	33	88	8,95
	Rehberlik mesleğine karşı	3	13		
	İşletme ve çiftçilere karşı	3	13		
	Turiste karşı	3	11		
	Yerel halka karşı	2	8		
	Organizasyona karşı	2	7		
	Ülkesine karşı	1	3		

Çizelge 40’da *uzmanlık sorumlulukları* kategorisine yönelik bulgular yer almaktadır. *Uzmanlık sorumlulukları* kategorisinde 7 tema ve 17 kod belirlenmiştir. Bu kategoride yer alan kodların tekrar sayısı 88’dir ve toplam kod tekrar sayısının %8,95’i oranına sahiptir. İlgili kategorisi altında yer alan temalar incelendiğinde birinci sırada *doğaya karşı sorumlulukları* gelmekte ve kod tekrar sayısı 33’dür. İkinci sırada yer alan temalar ise eşit oranda (f.13) *rehberlik mesleğine ve işletme-çiftçilere karşı sorumluluklar* olarak belirlenmiştir. Diğer temalar tekrar sırasıyla *turiste karşı* (f.11), *yerel halka karşı* (f.8), *organizasyona karşı* (f.7) ve *ülkesine karşı* (f.3) sorumluluklar olarak belirlenmiştir.

**Çizelge 41 Uzmanlaşmanın Sorumlulukları Yönelik Tema ve Kodlar**

Temalar	Kodlar	f.	%	
Rehberlik Mesleğine	Eğitim (öğrenmeye açık olmalı)	4	88	8,95
	Sebep-sonuç ilişkisi içinde doğru bilgi vermeli	7		
	Etik değerlere sahip olmalı	2		
Ülkesine	Ülke tanıtımında üstelendiği rolün farkında olmalı	3		
Turiste	Ekonomik çıkar gütmemeli	5		
	Doğa ve koruma bilincinde örnek teşkil etmeli	4		
	Doğru alan bilgisi ile doğru yönlendirmeli	2		
İşletme ve Çiftçilere	Alanını aşmamalı (işletmeciler ve çiftçiler ile ortak hareket etmeli)	8		
	Emeğe saygı duymalı	3		
	İşini doğru yapan yerleri ayırt edebilmeli	2		
Yerel halka	Halkın geçim kaynağı olduğunu bilmeli	5		
	Turizm bilinci yaratmada örnek olmalı	3		
Doğaya	Sürdürülebilirlik bilinci olmalı	13		
	Doğal kaynakları, ağacı, korumalı ve bu yönde örnek olmalı	17		
	Kaynak yönetimi	3		
Organizasyona	Tüm paydaşları kontrol edebilmeli	4		
	Grubunu araziye uygun şekilde hazırlamalı	3		

Çizelge 41’de uzmanlaşmanın sorumlulukları kategorisinde yer alan temalar, kodlar, kodların tekrar sıklığı ve yüzdelik dilimi yer almaktadır. İlgili çizelgede yer alan temalar incelendiğinde *doğaya karşı* sorumluluklar temasının kod sayısı 3’dür. Bu kodlar; *doğal kaynakları, ağacı korumalı ve bu yönde örnek olmalı* (f.17), *sürdürülebilirlik bilinci olmalı* (f.13) ve *kaynak yönetimi* (f.3) şeklinde tanımlanmıştır. *İşletme ve çiftçilere karşı* sorumlulukları belirleyen temanın kod sayısı 3’dür. Sırasıyla *alanını aşmamak* (f.8), *emeğe saygı duymak* (f.3) ve *işini doğru yapan yerleri ayırt edebilmek* (f.2) tekrar eden kodlar olmuştur. *Rehberlik mesleğine karşı* sorumluluklar temasının kod sayısı 3’dür. İlgili temada *sebep-sonuç ilişkisi içinde doğru bilgi vermeli* (f.7), *eğitim* (f.4), *etik değerlere sahip olmalı* (f.2) kodları yer almaktadır. *Turiste karşı* sorumluluklar; *ekonomik çıkar gütmemeli* (f.5), *doğa ve koruma bilincinde örnek teşkil etmeli* (f.4) ve *doğru alan bilgisi ile doğru yönlendirmeli* (f.2) kodları olarak belirlenmiştir. *Yerel halka karşı* sorumluluklar teması; *halkın geçim kaynağı olduğunu bilmeli* (f.5) ve *turizm bilinci yaratmada örnek olmalı* (f.3) şeklinde 2 kod olarak karşımıza çıkmaktadır. *Organizasyona karşı* sorumlulukları, *tüm paydaşları kontrol edebilmeli* (f.4), *grubunu araziye uygun şekilde hazırlamalı* (f.3) şeklinde 2 kod ile belirlenmiştir. Uzmanlaşmanın sorumlulukları kategorisinde son olarak *ülkesine karşı* teması kapsamında, *ülke tanıtımında üstelendiği rolün farkında olmalı* (f.3) kodu ile tanımlanmıştır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

*T11: İşini iyi yapmalı, doğru bilgi vermeli, arazi koşulları için grubunu koşullara göre hazırlamalı, Türkiye’nin ve çalıştığı bölgenin zeytin envanterini bilmeli, zeytin ağacının korunması yönünde sorumlu olup bulunduğu ortamlarda fikir verebilmeli.*

*T15: Zeytin tarımının gelir-geçer bir aktivite olmadığına, özellikle uzun yıllar içerisinde birikecek tecrübeye dayandığının farkında olması gereklidir. Dolayısıyla konu üzerinde uzmanlaşmak isteyen turist rehberinin gerekirse boş zamanlarından taviz vererek gerek tarlada, gerek uluslararası eğitim aktivitelerinde aktif olarak yer alması gereklidir.*

*T23: Doğa ve çevre bilinci, özellikle koruma farkındalığında kaynak yönetimi rolü çok önemli bir rehber için.*

*Z1: Zeytin ağacına karşı sorumluluk duygusu olmalı. Değer olarak zeytin ağacını diğer tüm bitkilerden ayırmalıdır.*

Z3: Alana faydalı olmak için doğru bilgi vermede sorumluluk sahibi olmalıdır.

Z9: Koruma bilinci olmalı, sürdürülebilirliğe önem vermeli.

Z11: Araştırmacı, istekli, doğru bilgi edinme ve doğruyu aktarmalı. Ülkenin tanıtımı doğru olması için etik değerlere sahip, ülkesini seven ve turiste karşı her davranışının ülkesine geri döneceğini bilmeli, o nedenle doğru bilgi aktarmalı çıkar için farklı yollara başvurmamalıdır, örnek olan bireyler olmalı.

Ç1: Doğaya ve çevreye saygılı olmalı ve bu yönüyle gruplara örnek teşkil etmelidir. Faaliyetlerin yapıldığı alanın özel mülk olduğunu unutmadan grubu doğru yönlendirmelidir. Aynı zamanda zeytin çiftçisi ve çalışanlara karşı saygılı olunması gerektiği unutulmamalıdır. Doğru bilgi ve edinilmiş tecrübe ile doğru yönlendirme yapılmalıdır.

Ç3: Doğaya saygılı, çiftçiye saygılı, ağacı e yeşili seven koruyan, insan emeğine saygı duyan kişiler olmalıdır.

Ç5: Çevreye ve ağaca zarar vermeden sunumu yapmalı, bahçe sahibi ve tayfayı da işe katmalıdır etkinliği birlikte planlamalıdır.

Katılımcılara ‘Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma’ konusunda yöneltilen 9 soru ile elde edilen verilerin analizi sonucu belirlenen; uzmanlaşma programı detayları (program konu içerikleri, programı verecek kişi ve kurumlar, programa katılan rehberin hedef kitlesi programın zamanı, yeri, içeriği ve türü), uzmanlaşmanın katkıları (destinasyona, turizme, işletmeye, yerel halka, turiste ve turist rehberine karşı), uzmanlık sorumlulukları (doğaya karşı, rehberlik mesleğine karşı, işletme ve çiftçilere karşı, turiste karşı, yerel halka karşı, organizasyona karşı, ülkesine karşı) ve uzmanlık niteliklerine (kişisel, akademik ve uygulama nitelikleri) yönelik bulgular açıklanmıştır.



Bulguların bu bölümünde, paydaşların zeytin rotasına ilişkin ifadelerinin içerik analizine yönelik bulgular yer almaktadır. Verilere ulaşmak amacıyla aşağıda yer alan 3 soru toplam 43 kişiden oluşan birinci ve ikinci çalışma gruplarına yöneltilmiştir.

1. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin sunacağı hizmet ile turizmde hangi alanlarda gelişme görülmesi mümkündür?
2. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine oluşturulacak tur programlarında öne çıkacak destinasyon veya rota örneği verebilir misiniz?
3. 'Zeytin Rotası' oluşturulması sonucunda turistlerin ilgilerinin nasıl olacağıyla ilgili düşünceleriniz nelerdir?

**Çizelge 42 Paydaşların Zeytin Rotasına İlişkin İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Tema Sayısı	Kod Sayısı	f.	%
Turizmde Beklenen Gelişmeler	2	4	134	51,94
Rota Bilgileri	2	7	121	46,90
Öneriler	1	2	3	1,16
<b>TOPLAM</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>258</b>	<b>100</b>

Çizelge 42'de paydaşların zeytin rotası yönelik verilerin analiz edilmesi ile oluşturulan kategoriler, tema ve kod sayıları ile yüzdeler dağılımları yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda tekrar sayıları 258 olan toplam 13 kod belirlenmiştir. Kategoriler arasında %51,94 lik oran ile birinci sırada yer alan *turizmde beklenen gelişmeler* kategorisi 2 tema ve 4 kod olarak belirlenmiştir. Kodların tekrar sayısı 134'dür. İkinci sırada yer alan *rota bilgilerinin* yüzdeler dağılımı 46,90 ve kod tekrar sayısı 121'dir. Bu kategoride 2 tema ve 7 kod olarak tanımlanmıştır. Üçüncü sırada *öneriler* kategorisinin yüzdeler dağılımı %1,16 ve kod tekrar sayısı 3'dür.

Çizelge 43 Zeytin Rotasına Yönelik Tema ve Kodlar

Temalar	Kodlar	f.	%	
Rota Önerisi	Ülkesel ( tüm yetiştirme alanları, tüm kıyı bölgelerimiz)	8	92	46,90
	Marmara (Çanakkale, Bursa, Balıkesir, İznik)	14		
	Güney Marmara (Gemlik, Mudanya, Trilye, Erdek)	18		
	Ege (İzmir, Manisa, Aydın)	20		
	Kuzey Ege(Ayvacık, Erdek, Ayvalık, Burhaniye, Gömeç)	22		
	Akdeniz (Doğu Akdeniz, Hatay, Mersin)	5		
	Güneydoğu Anadolu Bölgesi (Şanlıurfa, Mardin, Şırnak)	5		
Rota İçeriği	Zeytinyağı müzesi	9	29	
	Zeytin ve zeytinyağı satış noktaları	6		
	Zeytin ve zeytinyağı yapım atölyeleri	6		
	Zeytinyağı tadım atölyeleri	8		
Turizm Türleri	Doğa temalı turizm etkinlikleri	31	86	51,94
	Kültür turları	5		
	Sağlık turizmi	2		
	Özel ilgi turizmi	15		
	İnanç turizmi	4		
	Etkinlik –festival turları	8		
	Gastronomi turları	21		
Turist İlgisi	Merak uyandırır ve turistlere yeni bakış açısı kazandırır	17	48	
	Alana ilgili ve bilinçli turist kitlesi çeker	20		
	Hasat ve etkinliğe katılım artar	6		
	Turdan memnun ayrılma sağlar	5		
Öncelik	Reklam ve tanıtım (rehberlere ve paydaşlara tanıtım)	2	3	1,16
	Uygulanabilirlik(gastronomi,kültür turları ile birleştirilmeli)	1		
<b>TOPLAM</b>		<b>258</b>		<b>100</b>

Çizelge 43’de paydaşların zeytin rotasına yönelik verilerin analiz edilmesi ile oluşturulan. Temalar kodlar ve kod tekrar sayıları ile yüzdeler dilimleri yer almaktadır. Kodların tekrar ormaları incelediğinde temaların rota önerisi (f.92), turizm türleri (f.86), turist ilgisi (f.48), rota içeriği (f.29) ve öncelikler (f.3) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Rota içeriği teması kapsamında Kuzey Ege Havzası (f.39) Ege Bölgesi (f.4), Güney Marmara Bölgesi (f.3), Marmara Bölgesi (f.3), ülkesel (f.3), Akdeniz Bölgesi (f.3) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi (f.3) olmak üzere 7 kod belirlenmiştir. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

Z7: Tüm kıyı bölgelerimiz.

Z11: Güney Marmara’dan Urfa’ya kadar tüm sahil şeridi.

Z5: Kuzey Ege, Ayvalık.

Z1: Ege ve Akdeniz Bölgesi’nin tüm kıyı şeridi. Mardin, Tarsus, Mersin, Urla, İzmir, Kuzey Ege ve Güney Marmara, Bursa, Gemlik ve Mudanya.

T6: Kuzey Ege, Manisa, İzmir ve Çanakkale.

*T10: Batı Ege kıyıları, Edremit Körfezi ve Akhisar.*

*T15: Toplam zeytin üretimi payı olarak bakıldığı takdirde Ege Bölgesi, en popüler destinasyon olacaktır. Ancak özellikle Hatay başta olmak üzere Akdeniz Bölgesi'nde de var olan zeytin üretimi dolayısıyla, kalıpların dışına çıkarak Doğu Akdeniz'de bu önemli destinasyonlar arasında düşünülebilir.*

*T17: Akdeniz Bölgesi, Kuzey Ege, Bursa, İznik ve Kapıdağ Yarımadası.*

*T23: Ülkemizin turizm stratejilerinde yer verilen Güney Marmara zeytin koridorunda bulunan bölgelerden itibaren Akdeniz Bölgesi'ni kapsayacak şekilde zeytin üretiminin en yoğun olduğu destinasyonların bu kapsamda değerlendirilebileceği söylenebilir. Ege Bölgesi'nin bu anlamda stratejik olarak daha uygun olduğu da değerlendirilebilir.*

*Turizm Türleri temasında 8 kod belirlenmiştir ve kodların tekrar sayısı 86'dır. Birinci sırada yer alan kod doğa temalı turizm etkinlikleridir (f.31). Gastronomi turları (f.21), özel ilgi turizmi etkinlik –festival turları (f.15), kültür turları (f.5) inanç turizmi (f.4) ve sağlık turizmi (f.2) temada yer alan diğer kodlardır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;*

*Z4: Etkinlik turizmi, agroturizm, ekoturizm, gastronomi turizmi.*

*Z5: Agroturizm, sürdürülebilir turizm ve gastronomi turizmi.*

*Z7: Agroturizm ve gastroturizm.*

*T19: İnanç turizmi, eko turizm, gastronomi, sağlık turizmi, etkinlik turizmi*

*T21: Etkinlik festival turları.*

*T23: Ekoturizm, sürdürülebilir turizm, tarım turizmi, alternatif turizm gibi turizm türlerine katkı sağlanabilir.*

*Turist İlgisi teması kapsamında yer alan verilerin analizi sonucu ortaya çıkan kod sayısı 4'dür. Alana ilgili ve bilinçli turist kitlesi çeker (f.20), merak uyandırır ve turistlere yeni bakış açısı kazandırır (f.17), hasat ve etkinliğe katılım artar (f.6) ve turdan memnun ayrılır (f.5) temanın içerdiği diğer kodlardır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir.*

*Z10: Talep artacaktır ve daha bilinçli turist gelir.*

*T6: Yeni bir oluşum turizmde her zaman merak uyandırır, bölgeye hareketlilik katacaktır.*

*Z16: Zeytin tarımı turizme farklılık getireceği gibi turizm de zeytinyağı sektörüne farklılık getirecektir. Hem üretici hem de tüketici ayağında memnuniyet*

yaratılmasıdır. Turizmin sezon dışında da yoğun yaşanabilmesini bu bölgede zeytin sayesinde gerçekleştirecektir. Zeytin turizmi hasat, sıkım, tadım deneyimlerini sürdürülebilirlik ölçüsünde sunacağı için bilinçli tüketici için kaliteli turizm faaliyeti yaratacaktır.

Dördüncü sırada yer alan rota içeriği (f.29) teması dört kod ile belirlenmiştir. Zeytinyağı müzesi (f.9), zeytinyağı tadım atölyeleri (f.8) zeytin ve zeytinyağı satış noktaları (f.6) ve zeytin ve zeytinyağı yapım atölyeleri (f.6) temada yer alan kodlardır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

Z4: Ülkemizde bulunan müzelerin gezilmesi tura değer katar. Kuşadası-Oleatrium, Urla- Klazomenai, Urla-Köstem Zeytinyağı Müzesi, Küçükkuşu-Adatepe Zeytinyağı Müzesi gibi.

Z13: Zeytinlerin bahçelerden toplanıp, sıkılmasına, tadımına kadarki süreci birlikte deneyimleyen turlar yapılmalı, tadım ve yapım işlemleri için atölyeler düzenlenmelidir.

Öncelikler teması kapsamında yer alan verilerin analizi sonucu ortaya çıkan kod sayısı 2'dir. Reklam ve tanıtım (rehberlere ve paydaşlara tanıtım), (f.2), uygulanabilirlik (gastronomi ve kültür turları ile birleştirilmeli (f.1) temanın içerdiği kodlardır. İlgili temalara ilişkin katılımcıların ifadelerine örnekler aşağıdaki gibidir;

T2: Zeytin rotasına yönelik çok daha fazla reklam ve tanıtım faaliyetleri yapılması gerekmektedir.

T10: Önce rehber adayları ve paydaşlara tanıtım sonrasında uygulanabilirliği sağlamak gerekir.

T15: "Zeytin Rotası" tek başına uygulandığı takdirde tekdüze olabilecek, sezonu kısa bir rota fikri uyandırıyor. Ancak bu rota, kültür ya da gastronomi turu ile birleştirildiği takdirde son derece ilgi çekici ve devamlı olacaktır.

Bulguların bu bölümünde turist rehberlerinin turlarda alan ile ilgili karşılaştıkları sorulara dair ifadelerinin içerik analizine yönelik bulgular yer almaktadır. Verilere ulaşmak için birinci çalışma grubunda yer alan 10 turist rehberine ‘*Turlarınızda, turistlerin zeytin ve zeytinyağına ilgileri nasıl veya bu anlamda soruları oluyor mu, örnek verebilir misiniz?*’ sorusu yöneltilmiştir.

**Çizelge 44 Turist Rehberlerinin Turlarda Alan İle İlgili Karşılaştıkları Sorulara Dair İfadelerinin İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Temalar	Kodlar	f.		%
Alışveriş	En kaliteli zeytin/zeytinyağı nereden alınır?	7	8	40
	En uygun fiyatlı zeytin/zeytinyağı nereden alınır?	1		
Gezi Talebi	Müzelerde geleneksel yöntemler görülmek isteniyor.	1	1	5
Ürün	Zeytinlik alanlar özel mülk mü devlet arazisi mi?	1	11	55
	Korunması için neler yapılıyor?	1		
	Yetiştigi bölgeler nereler?	2		
	Kullanım alanları nelerdir?	1		
	Saklama koşulu var mı?	1		
	Zeytinyağı sıkım teknikleri neler?	2		
	Kalitesi nasıl anlaşılır?	2		
	Yağlık ve sofralık ürün çeşitleri hangileri?	1		
<b>TOPLAM</b>		<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Çizelge 44’de turist rehberlerinin turlarında zeytin tarımı ve zeytinyağı hakkında karşılaştıkları sorulara ilişkin temalar, kodlar, kod sayıları ve yüzdelik dilimleri görülmektedir. Yapılan analiz sonucu kodların tekrar sayısının 20 olduğu belirlenmiş olup, belirlenen kodlar anlam ve içerik açısından 3 temada sınıflandırılmıştır. İlgili çizelgeye göre %55 lik oran ile rehberlerin en fazla karşılaştıkları sorular *ürüne* yöneliktir. *Ürün* teması altında 8 kod belirlenmiştir. *Ürün* hakkında en çok merak edilen konular *kalitesi* (f.2) *zeytinyağı sıkım teknikleri* (f.2) ve *yetiştigi bölgelerdir* (f.2). ‘*Zeytinlik alanlar özel mülk mü devlet arazisi mi?*’, ‘*Korunması için neler yapılıyor?*’, ‘*Kullanım alanları nelerdir?*’, ‘*Saklama koşulu var mı?*’ ve ‘*Yağlık ve sofralık ürün çeşitleri hangileridir?*’ diğer kodlardır. Temalar arasında %40 oran ile ikinci sırada *alışveriş* teması yer almaktadır. ‘*En kaliteli zeytin/zeytinyağı nereden alınır?*’(f.7) ve ‘*En uygun fiyatlı zeytin/zeytinyağı nereden alınır?*’ (f.1) alışveriş temasında tekrar eden kodlardır. *Gezi talebi* teması %5 lik oran ile 1 koddan oluşmaktadır. *Müzelerde geleneksel yöntemler görülmek isteniyor* (f.) kodu ilgili temada yer almaktadır.

T1: İlgileri var ve gelmişken en iyi zeytinyağını nereden alacaklarını soruyorlar.

T5: Kalitesini nasıl anlayacaklarını, nereden alış veriş yapacaklarını soruyorlar.

T6: Ağaçlar devletin mi özel mülk mü? Ağaçlar devlet korumasında mı? Hasat zamanı ne zaman? Hangi bölge yağlık hangi bölge sofralık?

Bulguların bu bölümünde araştırma kapsamında üçüncü çalışma grubunda yer alan 5 çiftçiye; arazilerinde planlanacak etkinliklere yönelik tutumlarını öğrenmek için aşağıda yer alan 3 soru yöneltilmiştir. Verilerin analizi ile ulaşılan bulgular Çizelge 45’de yer almaktadır.

- 1.Zeytin arazinizi turizm faaliyetlerine açmak ister misiniz?
- 2.Zeytin ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberi ile arazinizde turizm faaliyetleri gerçekleştirir misiniz?(Hasat, tadım, tanıtım ve satış)
- 3.Arazinizde planlanacak turizm etkinliklerinin olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirir misiniz?

**Çizelge 45 Çiftçilerin Arazilerinde Planlanacak Turizm Etkinliklerine Karşı Tutumlarının İçerik Analizine Yönelik Bulgular**

Kategoriler	Temalar	Kodlar	f.	%	
Olumlu	Ekonomik	Satış-tanıtım imkanı sağlar	5	12	48
	Tanıtım	Etkinlikler masrafsız tanıtım yapar.	2		
	Doğru bilgi	Rehber ürüne güven sağlar	2		
	Sürdürülebilirlik	Tarımda devamlılık sağlar.	2		
	Tüketiciye ulaşım	Doğrudan satış imkanı sağlar.	1		
Olumsuz	Zaman kaybı	İşleyişi engelleyebilir.	2	7	28
	Zarar verme	Zeytin ağacına zarar verir.	3		
		Çevreye zarar verir.	1		
	Denge politikası	Fiyat artışı yaratır sadece büyük işletmelere uygundur.	1		
Öneri	Organizasyon	Belediye-vakıf arazisinde olabilir.	1	6	24
		Koruma bilinci ile planlanmalıdır.	1		
		Özel mülke, zeytin çiftçisi ve tayfaya saygı çerçevesinde olmalıdır.	3		
		Çiftçi- tayfa ile ortaklaşa planlanmalıdır.	1		
<b>TOPLAM</b>			<b>25</b>		<b>100</b>

Çizelge 45’de çiftçilerin arazilerinde planlanacak turizm etkinliklerine karşı tutumlarının içerik analizine ilişkin bulgular yer almaktadır. Katılımcılardan elde edilen veriler analiz edildiğinde toplam 25 kod sayısına (tekrar sayısı) ulaşılmıştır. Bu kodlar anlam ve içerik bakımından incelendiğinde 9 tema belirlenmiş ve temaların

birbiri ile ilişkilerine bakılarak 3 kategoride sınıflandırma yapılmıştır. Katılımcıların %48'i arazilerinde planlanacak turizm etkinliklerine *olumlu* bakmaktadır. *Olumlu* kategorisi 5 tema içermektedir. *Ekonomik* açıdan ele alınan ilk temada *satış-tanıtım imkanı doğar* (f.7) en fazla tekrar eden kod olmuştur. *Tanıtım* teması ile *etkinlikler masrafsız tanıtım yapar* (f.7), *doğru bilgi* teması ile *rehber ürüne güven sağlar* (f.7), *sürdürülebilirlik* teması ile *tarımda devamlılık sağlar* (f.7) ve *tüketicie ulaşım* teması ile *doğrudan satış imkanı sağlar* (f.7) kodları çiftçilerin turizm etkinliklerine olumlu bakış nedenlerini göstermektedir.

*Ç5: Ürünümü pazarlama imkanı doğar.*

*Ç3: Hem tanıtım için hem de doğrudan tüketici çiftçinin ayağına gelmiş olacak buda çiftçiyi birçok masraftan kurtarır.*

*Ç1: Biz hasat zamanında çok yoğunuz bizler işlerimizi yaparken güvendiğimiz bir rehber tarafından tanıtım hatta satış için destek olunması bizim için önemli bir avantaj olur.*

İkinci sırada yer alan kategori %28'lik oran ile olumsuz kategorisidir. Bu kategori 3 tema ve 5 kod içermektedir. *Zarar verme* teması altında zeytin ağacına *zarar verir* (f.3) ve *çevreye zarar verir* (f.1) kodları belirlenmiştir. *Zaman kaybı* teması ile *işleyişi engelleyebilir* (f.2), *denge politikası* ile *fiyat artışı yaratır sadece büyük işletmelere uygundur* (f.1) kodları çiftçilerin turizm etkinliklerine olumsuz bakış nedenlerini göstermektedir.

*Ç5: Ağaçlara zarar verebilirler, bilinçli olmaları lazım.*

*Ç4: Burada zeytin alanında turizm yapılırken küçük zeytin çiftçisi buna katılma imkanı bulamaz daha çok turisti ağırlama gücü olan yapabilir ve küçük çiftçi ürünü talep görmeyecek daha zor satacak hatta belki arazisini satacak ve büyükşehirlerden buraya arsa tarla almaya gelenler var, git gide bu işler onlar tarafından yapılır hale geliyor.*

Üçüncü kategori olarak *öneri* kategorisi %24'lük oran ile belirlenmiştir. Bu kategoride yer alan *organizasyon* teması altında 4 kod olarak yer almaktadır. İlk sırada yer alan kod *özel mülke, zeytin çiftçisi ve tayfaya saygı çerçevesinde olmalıdır* (f.3) şeklinde kodlanmıştır. *Belediye-vakıf arazisinde olabilir, koruma bilinci ile planlanmalıdır ve çiftçi- tayfa ile ortaklaşa planlanmalıdır* kodları ile çiftçilerin arazilerinde yapılacak etkinlikler için sundukları öneriler görülmektedir.

*Ç5: Çevreye ve ağaca zarar vermeden sunumu yapmalı, bahçe sahibi ve tayfayı da işe katmalıdır etkinliği birlikte planlamalıdır.*

*Ç4: Ben arazimde istemem, belediye vakıf zeytinlikleri var oralarda yapılabilir.*





## 5.SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1. Sonuçlar

Bu araştırma turizm rehberliği alan uzmanlığında zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşma önerisi getirmek amacıyla yapılmıştır. Zeytin ve zeytinyağının öneminden ve turist rehberlerinin öneminden yola çıkarak bu alanın turist rehberliğinde uzmanlaşma eğitim programlarında yer alması hedeflenmektedir. Çalışmaya turist rehberliği mesleği, turist rehberliğinde uzmanlaşma ve zeytin-zeytinyağı ile ilgili alanyazın incelenerek başlanmıştır. Araştırmanın örneklemini konuya farklı yönlerden de bakış açısı kazandırabilmek adına üç farklı görüşme grubundan oluşmaktadır. Birinci grupta; turizm paydaşları yer almaktadır. Turizm paydaşlarını; turizm akademisyenleri, turist rehberleri, konaklama ve seyahat işletmelerinin yetkilileri ve kamu kurumunda turizm alanında yetkili kişiler oluşturmaktadır. İkinci grupta ise zeytin-zeytinyağı paydaşları bulunmaktadır. Zeytin-zeytinyağı paydaşları arasında Türkiye’de alanında tek kurum olan UZZK üyeleri, akademisyenler, STK üyeleri, ticaret odası temsilcileri, zeytin-zeytinyağı işletmecileri ve yerel halk bulunmaktadır. Son olarak üçüncü grupta çiftçiler görüşme yapılan kişiler arasındadır.

Görüşmeye katılan paydaşların ifadeleri kelime bulutu ve nitel veri analizleri ile incelenmiş ve yorumlanmıştır. Çok yönlü yapılan görüşmeler ve analizler doğrultusunda çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar; örnek eğitim programı, zeytin rotasına dahil edilebilecek müzeler, örnek tur programları, rehberler için kaynak önerisi, zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşmak isteyen turist rehberinin sahip olması gereken bilgi ve beceriler, zeytinyağı konusunda uzmanlaşmak isteyen turist rehberinin sahip olması gereken sorumluluklar şeklinde derlenmiştir.

- ***Turist rehberleri zeytin ve zeytinyağını sevmeli ve alan ilgi duymalıdır.***

Rehberler; zeytini ve zeytinyağını sevmeli, zeytin yemeli ve zeytinyağı içebilir olmalıdır. Bu alanda çalışacak bir rehber zeytini ve zeytinyağını tüketmiyor ve sevmiyor ise bu ürünü benimseyerek anlatması ve zeytin kültürünü grubuna aktarabilmesi mümkün değildir. Alana karşı ilgi duymalı ve meraklı olmalıdırlar. Her geçen gün alanda hem teknolojik gelişmeler meydana gelmekte hem de yeni zeytin cinsleri tescil almaktadır. Güncel gelişmeleri takip etmeli alan hakkında yeniliklerden haberdar olmalıdır.

- ***Turist rehberleri zeytin ve zeytinyağı hakkında bilgi sahibi olmalıdır.***

Rehberler sadece çalıştığı bölgenin değil aynı zamanda Türkiye'nin zeytin envanterini bilmeli ve spesifik bilgi ile donanımlı olmalıdır. Zeytin hakkında yöneltilebilecek sorulara doğru cevap verebilecek nitelikte bilgi ve uygulamada beceri sahibi olmalıdır.

Zeytinin; tarihi, mitolojisi, inançlardaki yeri, çeşitleri, tarımını, sofralık ürün çeşitleri ve yapımı, zeytin ağacının; dikimi, ağacın özellikleri, bakımı, nasıl ve hangi koşullarda yetiştiği, hasat zamanı, zeytinyağının; sıkımı, sıkım teknikleri, çeşitleri, tadım özellikleri, saklama koşulları kalitesi, kaliteli zeytinyağının özellikleri bilinmelidir.

Zeytin ve zeytinyağı konusunda; devlet destekleri, zeytin hukuku, Dünyada ve Türkiye'de Zeytin dikili alanları, bölgeler arası zeytin ve zeytinyağı farklılıkları ve nedenlerini bilinmelidir. Rehberler sağlığa faydalı dediğinde nedenlerini bilmeli, kutsal dediğinde kutsallığın nerden geldiğini bilmeli zeytini sebep sonuç ilişkisi ile özümseyerek anlatabilmelidir.

Aynı zamanda rehberler zeytin ve zeytinyağının gastronomideki önemi; zeytinyağlı mezeler, salatalar, zeytinyağlı yemekleri hakkında bilgi sahibi olmalıdır.

- ***Turist rehberleri zeytin ve zeytinyağı alanında iyi bir uygulayıcı olmalıdır.***

Rehberler zeytinyağının duyuşal özellikleri bilmelidir. Bunun için iyi bir zeytinyağı tadımcısı olması gerekmektedir. Zeytinyağının kalitesini anlatabilmeye en önemli faktör zeytinyağını tadım yaparak deneyimlemektir. İyi bir tadımcı olmak için

zeytinyağı tadım eğitimi alınmalı ve sık sık farklı ürünler denenmelidir. Zeytinyağı tadımı, zeytin toplama çizme kırma gibi pratik bilgileri deneyimleyerek öğrenmelidir.

Rehber, bir çiftçi gibi tüm iş ve işlemleri yaparak deneyimlemelidir. Rehberin; sektöründeki iş ve işlemleri deneyimlenmeden aktarması durumunda turist grubuna zeytin kültürünü gerektiği gibi yansıtması mümkün değildir. Bu nedenle rehberin, zeytin tarımı için el yatkınlığı ve öğrenme kabiliyeti olmalıdır. Zeytin ve zeytinyağın kalitesinde tat ve koku oldukça önem taşır. Bu nedenle rehberin duyuları körelmemiş olmalı ve duyularını geliştirmeyi öğrenmelidir.

Her türlü hava koşulunda çalışabilmelidir. Özellikle zeytin hasat zamanında gün içinde farklı hava koşulları ile karşılaşmaktadır. Hem kendisi hem de grubu için farklı hava koşullarına karşı önlem almalıdır.

• ***Turist rehberleri çalıştığı bölge ve doğası hakkında bilgi sahibi olmalıdır.***

Rehberler; doğayı sevmeli, doğal olana ilgi duymalı, bitki örtüsü ve rüzgâr yönü gibi belli başlı iklim bilgilerine sahip olmalıdır. Ayrıca çalışılacak ortamın arazi şartları bilinmelidir. Zeytinlik alanlar farklı yükselti, toprak yapısı ve eğime sahiptir. Rehberler alanı iyi tanımalı, tüm koşullarda kolay hareket edebilir, dinamik ve dikkatli olmalı, grubuna da bu alanlar hakkında ön bilgi vermeli ve gerektiği durumlarda önlem almalıdır. Rehber; arazide olma ve beden gücü ile çalışmaya pozitif bakmalıdır.

Rehber çalıştığı bölgeyi, doğal kaynaklarını ve değerlerini iyi tanımalı ve grubuna aktarabilmelidir. Çalıştığı alanda sadece zeytini değil; aynı zamanda diğer bitki çeşitlerini de bilmeli ve tanıtabilmelidir.

• ***Turist rehberleri mesleklerinde organizasyon becerisine sahip olmalıdır.***

Rehber çok yönlü iletişime ve organizasyon edebilme kabiliyetine sahip olmalıdır. Rehber; zeytin ve zeytinyağını tanımak için bazen bir tarlada tayfa ve çiftçi ile bazen ise bir işletmede çalışanlar ve işletme sahibi ile aynı ortamda bir turist grubunu bir araya getirecektir. Organizasyonun her paydaşı ile doğru iletişim kurmalı ve olası problemlere çözüm getirebilmelidir. Turun iyi organize edilmiş olması tüm paydaşların turdan memnun kalarak ayrılmasında en önemli etkidir.

• ***Turist rehberleri mesleklerinde uzmanlaşmaya önem vermelidir.***

Rehber; alanda uzmanlaşmanın kendisine katkısı olduğunu ve farkındalık yarattığını bilmelidir. Bu alanda uzmanlaşma rehberine spesifik bir konuda bilgi sağlamakla birlikte meslekte ayırt edici özellik kazandırmaktadır

Rehber; bu alanda uzmanlaşmayı çok yönlü düşünmelidir. Zeytin, eko turizm, sağlık turizmi etkinlik turizmi, kültür turizmi, agroturizm gibi turizm çeşitleri, inançlar ve mitolojinin ortak karakteridir. Zeytini tüm bu alanlar ile sentezleyerek anlatmalı ve zeytin kültürünün önemini vurgulayabilmelidir. Türkiye’de oluşturulacak zeytin rotasına ve rotadaki tarihi ve doğal alana hakim olmalı, zeytin kültürünü bölgenin tarihi alanlardaki değerler ile birleştirebilmelidir

Ayrıca en az bir yabancı dili etkin konuşabilmelidir. Zeytin tarımı ve zeytinyağı alanında yapılacak turlarda ilk etapta yerli turist hareketi sağlamanın dışında uzun vadede uluslararası tanınırlık hedeflenmelidir. Rehber yabancı turistlere aynı hizmeti verebilmelidir

• ***Turist rehberleri doğaya ve zeytin ağacına karşı sorumluluk sahibi olmalıdır.***

Bu alanda uzmanlaşmak isteyen bir rehber öncelikle doğayı ve yeşili sevmelidir. Doğada var olan birçok hayvan türü ve bitki örtüsüne karşı koruma bilinci ile yaklaşmalıdır. Çevreyi ve yeşili koruma sorumluluğu ile hem grubuna hem de yerel halka örnek olmalıdır.

Rehberler kaynak yönetimini bilmeli, zeytin ağacının sürdürülebilirliği için zeytin ağacını koruma bilinci ile davranmalı ve örnek olmalıdır. Özellikle eko turizm, agroturizm türlerinde ve doğada gerçekleşen etkinlik turlarında koruma bilinci ile davranmalı, sürdürülebilirliğe önem vermelidir

Zeytin ağacının korunması yönünde sorumlu olup bulunduğu tüm ortamlarda koruma bilinci yaratmak adına fikir verebilmelidir. Rehber tek kanun maddesi olan zeytin ağacına karşı bilinçli olunması gerektiğini savunmalıdır. Bu bağlamda değer olarak zeytin ağacını diğer tüm bitkilerden ayırmalıdır.

Ayrıca rehberler anıt ağaç kavramını bilmeli ve anıt ağaçların hayatta kalabilmesi için koruyarak sahip çıkılması gerektiğini savunmalı, grubuna, yerel halka ve diğer paydaşlara karşı sorumluluk bilinci için örnek olmalıdır.

Rehberler çalışacağı bölgenin fauna- flora bilgisine sahip olmalı, hayvan ve bitki örtüsünün çeşitlerini, adlarını, nesli tükenmekte olan hayvanları ve bölgenin endemik değerlerini biliyor olmalıdır. Örneğin Kuzey Ege Bölgesi'nde çalışan bir rehber zeytin ağacının dışında başta Kazdağı Göknaarı olmak üzere yine sadece bölgede yetişen 21 farklı bitki çeşidini ve Kazdağları ekosistemini anlatımlarına dahil etmelidir. Bu alanda uzmanlaşmış bir rehber zeytini hayatının ve turlarının her aşamasında ön plana çıkarması gerekmektedir.

• ***Turist rehberler doğru bilgi aktarmak ile sorumludurlar.***

Alanda uzmanlaşmak isteyen rehberler; araştırmacı ve istekli olmalıdır. Doğru bilgi edinmeli ve ticari kaygılar gütmeyen öznel ifadelerden kaçınarak doğru bilgi aktarmalıdır. Çiftçiye, işletmeye ve turiste güven verebilmeli ve alana faydalı olmak için doğru bilgi verme konusunda sorumluluk sahibi olmalıdır. Ülke tanıtımının doğru yapılması ve güvenilir ülke imajı için; rehber ülkesini sevmeli, değerlerine sahip çıkmalı, etik değerlere sahip olmalı, doğru davranış sergilemeli ve doğru bilginin kaynağı olduğunu unutmamalıdır.

• ***Turist rehberleri tüm paydaşlara karşı sorumlu olduklarını unutmamalıdır.***

Rehber; gerçekleşmesi planlanan faaliyetlerde çiftçiler, zeytin tayfası ve işletmecilerin etkin olarak katılımını sağlamalı ve tüm paydaşlar ile koordineli hareket etmelidir. Böylelikle olası olumsuzlukların önüne geçmek mümkün olacaktır. Ayrıca paydaşların bu alanda yaptıkları işten mutlu olmaları sağlanırken, bölgede turizm bilinci oluşturma adına topyekün işbirliği gerçekleşecektir. Rehber, çalıştığı bölgedeki esnaf ve yerel halk arasında grubun alışveriş zaman ve yerlerini organize ederek bölge için ekonomik gelirin dağılımını ve dengeyi sağlamalıdır.

Zeytin ağacını sadece bir ağaç türü olarak görmemeli, zeytin ağacına onu yetiştiren bir çiftçi gözüyle bakabilmelidir. Çiftçiler için zeytin ağacı; dedelerinden kalan miras, atalarının emaneti, ailenin kökleri ve gelecek nesillere bırakılacak bir emanettir. Çiftçiler evlerinin bahçelerindeki ve zeytinlik alanlardaki ağaçlarını aynı zamanda bir çocuk gibi görerek, bir çocuğu yetiştirirken nasıl özenli davranıyorlarsa aynı özen ve sevgi duygusu ile ağaca yaklaşmaktadırlar. Zeytin çiftçisi için zeytin ağacı yetiştirmek bir çocuk büyütme gibidir. Rehberde ağaca karşı taşıdığı sorumluluğu bilmeli, gereken özeni göstermeli ve örnek olmalıdır.

İnsan emeğine saygı duymalı, zeytinlik sahibi ve alanda çalışan zeytin tayfasının katkısı örnek davranışlar ile onurlandırılmalı, faaliyete katılan turist grubuna bu anlamda örnek teşkil edilmelidir. Zeytin çiftçisi ve çalışanlara karşı saygılı olunması gerektiği unutulmamalıdır.

Rehber; zeytinin çalıştığı bölge halkının geçim kaynağı olduğunun bilincinde olmalıdır. Üretici ile tüketici, yerel halk ile turist arasında arabulucu rolü olduğunun farkındalığı ile her iki tarafa bilgi ve ticari anlamda güven sağlamalı, turizm bilinci yaratmalıdır. Bölgenin turizm anlamında kalkınması için gerektiğinde eksiklikler ve hatalar konusunda yerel halkı, işletmeleri uyaramalı ve doğruya yönlendirebilmelidir.

• ***Turist rehberlerinin turiste karşı sorumlulukları***

Rehber grubunu arazi koşullarına göre hazırlamalıdır. Grup üyelerinin fiziksel yeterlilikleri hakkında ön bilgi edinmelidir. Arazinin engebeli olması, değişen hava koşulları gibi durumlar için grubunu önceden bilgilendirmeli, sağlık problemi doğabilecek misafirleri için önlem alınmalıdır. Doğada olmanın getirdiği riskleri ( düşme, böcek sokması, bitkilere karşı alerji) göz önünde bulundurarak gerekli ilk yardım bilgisine sahip olmalıdır.

• ***Turist rehberleri yasal sorumlulukları bilmelidir.***

Çalıştığı bölgedeki mevcut yasal sorumluluklar ve prosedürler hakkında bilgi sahibi olmalıdır. Zeytinlik alanlarda ve bu alanda hizmet veren işletmelerde yapılacak etkinliklerin sınırlarını ve alanını çizmelidir. Faaliyetlerin yapıldığı alanın özel mülk olduğunu unutmadan grubunu doğru bilgi ve edinilmiş tecrübe ile uygun şekilde yapabilmelidir.

Çalışmanın verileri değerlendirildiğinde turist rehberliğinde zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlık eğitimi gerekli görülmektedir. Alanda yapılacak uzmanlaşma programı hem teorik bilgi hem de alanın uygulama içermelidir. Bu kapsamda Çizelge 46'da alanda uzman kişiler tarafından verilecek teorik eğitim ve uygulama eğitimi içeriği önerilmiştir. Eğitim programı önerisi katılımcıların verdiği cevaplar temel alınarak oluşturulmuştur. Alanda uzman kişilerin ve turist rehberlerinin mesleklerinde ki iş yoğunlukları nedeniyle teorik eğitimin çevrimiçi yapılması önerilmiştir. Uygulama eğitimi için Kuzey Ege Bölgesi'nde Edremit, Burhaniye,

Gömeç ve Ayvalık'ın dahil edildiği bir rota oluşturulmuş ve üç günlük bir program hazırlanmıştır.

**Çizelge 46 Turist Rehberliğinde Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı üzerine Uzmanlaşma Eğitimi Programı İçerik Örneği**

<b>Turist Rehberliğinde Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Uzmanlık Eğitimi</b>		
<b>Teorik Eğitim İçerik</b>	<b>Uzman</b>	<b>Süre-</b>
Zeytin ve Zeytinyağı tarihçesi	Akademisyen	4 saat online eğitim
Dünya'da ve Türkiye' de Zeytincilik	Akademisyen	3 saat online eğitim
Zeytin Yetiştiriciliği	Akademisyen	4 saat online eğitim
Zeytin Çeşitleri	Akademisyen	3 saat online eğitim
Zeytinyağı Teknolojisi (tarihsel süreç)	Akademisyen	4 saat online eğitim
Zeytinyağı ve Sağlık (Beslenme, Akdeniz Diyeti )	Akademisyen	4 saat online eğitim
Çiftçiler ile Etkileşim	Turist Rehberi ve Çiftçi İşbirliği ile	2 saat online eğitim
Turist Rehberliğinde Organizasyon	Akademisyen	2 saat online eğitim
<b>Toplam Süre: 26 saat online eğitim</b>		
<b>Uygulama Eğitimi İçerik</b>	<b>Uzman</b>	<b>Süre- Yer</b>
Zeytinyağı Sıkımı	Zeytinyağı İşletme Sahibi	4 saat- Edremit
Duyusal Analiz	Zeytinyağı Tadım Uzmanı	8 saat- Edremit
Zeytinyağlı Ürün Atölyeleri	Uzman	2 saat - Burhaniye
Zeytin Hasadı	Akademisyen ve Çiftçi İşbirliği ile	3 saat- Gömeç
Sofralık Zeytin Yapımı	Zeytin ve Zeytinyağı İşletme Sahibi	2 saat- Gömeç
Zeytinyağlı Sabun Yapım Atölyesi	Zeytinyağı Sabun İşletme Sahibi	1 saat- Gömeç
Zeytinyağlı yemekler ve mezeler hakkında tanıtım ve tadım	Gastronomi Uzmanı	4 saat- Ayvalık
<b>Toplam Süre: 24 saat /3 tam gün</b>		

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak turist rehberleri eşliğinde düzenlenecek zeytin temalı turlara örnekler yer almaktadır. Katılımcılar ile yapılan görüşmeler doğrultusunda, turların sadece zeytin alanları olarak ele alındığında daha kısa bir zaman ve kısıtlı bir alanı kapsayacağından bölgenin diğer kültürel değerlerinin de programlarda yer alması gerektiği düşünülmektedir. Bu bağlamda Kuzey Ege Bölgesi ve Güney Marmara Bölgesi için örnek tur programları bölgelerin tarihi, kültürel ve doğal turistik değerleri zeytin hasadı ve zeytinyağı sıkımı gibi etkinlikler ile birleştirilerek oluşturulmuştur. Tur programı örnekleri katılımcıların görüş ve önerileri dikkate alınarak hazırlanmıştır.

## Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örnekleri

### Örnek-1

Çizelge 47 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 1

Tur Programı 1: Kuzey Ege Zeytin Hasat Turu –Bisikletli Tur	
08:00	Sabah Ayvalık Yunus Emre Parkı'nda bisikletlerimiz ile buluşup pedal çevirmeye başlıyoruz. Ayvalık sahilinden Kemerköy'e zeytin tarlaları arasındaki arazi yolunu takip ederek molalar yaklaşık 2 saatlik bir rota sonrasında Gömeç'teki zeytin çiftliğine varıyoruz.
10:00	Zeytin odunu ateşinde semaverde hazırlanmış çaylarımızı yudumladıktan sonra zeytin hasadına başlıyoruz.
12:00	Bizler hasat yaparken odun ateşinde bölgenin otları zeytinyağı ve yumurta ile kavrulmuş öğle yemeği menümüz hazırlanıyor. Öğle yemeğinin ardından yine bisikletlerimiz ile zeytinyağı işleme atölyesine geçiyoruz.
14:00	Hasat ettiğimiz zeytinlerimizi atölyede nasıl zeytinyağı haline geldiğine tanıklık ediyoruz. Herkes kendi topladığı zeytinin yağını elde ettikten sonra zeytinyağı tadımı yapıyoruz. Zeytinyağı çeşitleri ve kalitesi hakkında bilgi alıyoruz.
16:30	Gömeç'te zeytinyağı yapım atölyesini ziyaret edip zeytinyağı sabun çeşitleri ve faydaları hakkında bilgi alarak turumuzu tamamlıyoruz.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

### Örnek-2

Çizelge 48 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 2

Tur Programı 2: Edremit Zeytin Hasat ve Kültür Turu-Günübirlük	
08:00	Sabah Akçay sahilinde alacağımız kahvaltının ardından Kızılköçü Mahallesi'ne doğru yola çıkıyoruz. Uygun bir yerde kıyafet değişimi yaptıktan sonra traktörlere binerek Kızılköçü Mahallesi ile Beyoba arasında kalan zeytinlik arazisine varıyoruz. Çocuklar ile zeytinlik arazide önce bir yürüyüş eşliğinde zeytin ağacını, zeytini tanıtıyor ve faydalarından bahsediyoruz. Çocuklardan her bir ağaca isimlerini koymalarını ve onu arkadaşı olarak görüp sarılmalarını istiyor bizlerde onlar ile birlikte zeytin ağacı ile sarılıyoruz. Ardından ellerimizdeki sepetleri doldurana kadar zeytinlerimizi topluyor ve zeytinlik ile vedalaşılıyor. Topladığımız zeytinlerin sıkım işlemlerini tek tek görüyor ve her işlem hakkında rehberimizden bilgi alıyoruz. Bu arada bahçede bizim için hazırlanan masada kendimiz için ayırdığımız zeytinlerimizi kırarak mutfağımıza katkıda bulunuyoruz.
13:00	Uygun bir noktada yemeğimizi aldıktan sonra Tahtakuşlar Etnografya Müzesi'nde Tahtacı Türkmenlerinin sosyal hayatını sergileyen objeler ve köy kültürü hakkında rehberimizden bilgiler alıyoruz.
15:15	Çocuklarımızda tarih ve kültür farkındalığı oluşturmak adına bir sonraki gezi noktamız olan Antadros Antik Kentinde çocuklarımıza özel bir anlatım ile kazılar ve antik kent hakkında bilgi veriyoruz. Ardından dernek başkanımızın hazırladıkları zeytinlik alan içerisindeki arkeopark alanda çocuklar kendileri için saklanmış objeleri küçük arkeologlar olarak gün yüzüne çıkarıyorlar.
17:00	Antadros' tan ayrılarak Burhaniye'ye yola çıkıyoruz. Burhaniye'de çocuklar için farklı bir deneyim yaşayacakları Bizim Köy Hareketli Etnografya Müzesini ziyaret ederek turumuzu tamamlıyoruz.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.



### Örnek-3

**Çizelge 49 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 3**

<b>Tur Programı 3: Edremit Zeytin Hasat ve Kültür Turu-Günübirlük</b>	
08:00	Sabah Akçay sahilinde alacağımız kahvaltının ardından Kızılköçü Mahallesi'ne doğru yola çıkıyoruz. Uygun bir yerde kıyafet değişimi yaptıktan sonra traktörlere binerek Kızılköçü Mahallesi ile Beyoba arasında kalan zeytinlik arazisinde hasat etkinliğimiz başlıyor. Zeytin ağacı, zeytin tarımı, zeytin çeşitleri hakkında bilgi alarak zeytinlerimizi topluyoruz. Topladığımız zeytinlerden kırma zeytinimizi de hazırlama imkanımız var. Hasat sonrası Zeytinyağı fabrikasında zeytinlerimizin zeytinyağına dönüşüne tanıklık ediyoruz. Zeytinyağı tadımının ardından mahalleden ayrılarak Hasanboğuldu'ya geçiyoruz.
13:00	Sütüven Şelalesi hakkında bilgileri ve Hasanboğuldu efsanesini dinleyerek gezimizi tamamlayıp, öğle yemeğimizi burada alıyoruz.
15:00	Yemekten sonra ilk durağımız olan Çamlıbel' de mahallenin tarihi ve kültürü hakkında bilgi aldıktan sonra sade ve bakımlı köy sokaklarında dolaşarak çınar altındaki köy kahvesinde mola veriyoruz.
16:00	Güre'de bulunan Kazdağı müzesi ziyareti ile Kazdağları Milli Parkı, alanın fauna ve florası bölgenin tarihi ve doğası hakkında bilgi edinerek Altınoluk' a doğru yola çıkıyoruz.
17:00	Sadece bölge için değil Anadolu tarihi için önemli bir nokta olan Antandros Antik Kentinde bölgenin tarihi, mitolojideki yeri ve kazılar hakkında bilgi ediniyoruz.
18:30	Turumuzu yine güzel bir noktada tamamlamak üzere son güzergahımız olan Altınoluk Mahalle merkezinde güzel bir rotada yürüyüşümüzü yapıp serbest zaman sonrası ayrılış için harekete geçiyoruz.
Not:	Bu tur programı bölgede konaklama yapılarak; -Kaz Dağları Milli Parkı, Yeşilyurt Köyü, Adatepe Mahallesi, Narlı Mahallesi, Sebahattin Ali Anı Evi, tarihi Edremit evleri ve Havran tarihi konakların gezisi gerçekleştirilebilir.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

### Örnek-4

**Çizelge 50 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 4**

<b>Tur Programı 4: Ayvalık Zeytin Hasat ve Kültür turu -Günübirlük</b>	
08:00	Turumuza güzel bir kahvaltı ile Ayvalık-Mutlu Mahallesi'nde başlıyoruz.
09:00	Zeytin bahçesi içinde zeytin, zeytinyağı ve zeytin reçelinin de menüde yer aldığı köy kahvaltısının ardından, zeytin hasadı için zeytinliğe geçiyoruz. Zeytin ağacının tarihi, mitolojisi ve bölge kültürü hakkında bilgi alarak hasat etkinliğimizi gerçekleştiriyoruz.
11:00	Topladığımız zeytinleri arzu edenlerin kendi yağını üretebilmesi için sıkım atölyesine geçiyoruz. Zeytinlerimizden yağ elde edip, taze yağ tadımı yaparak zeytinyağının kalitesi ve sağlıktaki önemi hakkında bilgi ediniyoruz.
12:30	Yöresel otlardan hazırlanan zeytinyağlı tabağı, salata çeşitleri ve mevsim balığından oluşan öğle yemeğimiz için Cunda'ya yol alıyoruz. Yemeğimizin ardından Cunda'nın en önemli anıtsal yapılarından biri olan Taksiyarhis (Aya Nikola Kilisesi)Kilisesini bugünkü müze haliyle ziyaret ediyoruz. Kısa bir yürüyüş ile adanın en güzel seyir noktası olan Agios Yannis Kilisesi ile bir yel değirmeninin restore edilmesi ile 2007 den bu yana kütüphane olarak hizmet veren Sevim-Necdet Kent Kitaplığı'nı ziyaret ediyoruz.
16:00	Ayvalık merkezde Tarihsel Zeytin Galerisi'nde tarihsel süreçte zeytinyağı sıkımda kullanılan aletler hakkında bilgi aldıktan sonra Şeytanın kahvesi, Saatli Cami (Agios Yannis), Çınarlı Cami(Agios Yorgis), Hayrettin Paşa Cami (Kato Panagia) ve Faneromeni Ayazması gezisinin ardından Ayvalık'tan ayrılıyoruz.
18:30	Gömeç'te zeytinyağı yapım atölyesini ziyaret edip zeytinyağlı sabun çeşitleri ve faydaları hakkında bilgi alarak turumuzu sonlandırıyoruz.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

## Örnek-5

**Cizelge 51 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 5**

<b>Tur Programı 5: Kuzey Ege Zeytin Hasat ve Kültür Turu -Günübirlük</b>	
08:00	Turumuza güzel bir gün için güzel bir kahvaltı ile Ayvalık-Mutluköy' de başlıyoruz.
09:00	Zeytin bahçesi içinde zeytin, zeytinyağı ve zeytin reçelinin de menüde olduğu köy kahvaltısının ardından, zeytin hasatına başlıyoruz. Zeytin ağacının tarihi, mitolojisi ve bölge kültürü hakkında bilgi alarak hasat etkinliğimiz sonlandırıyoruz.
11:00	Topladığımız zeytinleri arzu edenlerin kendi yağını üretebilmesi için sıkım atölyesine geçiyoruz. Zeytinlerimizden yağ elde edip, taze yağ tadımı yaparak zeytinyağının kalitesi hakkında bilgi alıyoruz.
12:30	Yöresel otlardan hazırlanan zeytinyağlı tabağı, salata çeşitleri ve mevsim balığından oluşan öğle yemeğimiz için Cunda'ya yol alıyoruz. Yemeğimizin ardından Cunda'nın en önemli anıtsal yapılarından biri olan Taksiyarhis (Aya Nikola Kilisesi)Kilisesini bugünkü müze haliyle ziyaret ediyoruz. Kısa bir yürüyüş ile adanın en güzel seyir noktası olan Agios Yannis Kilisesi ile bir yel değirmeninin restore edilmesi ile 2007 den bu yana kütüphane olarak hizmet veren Sevim-Necdet Kent Kitaplığı'nı ziyaret ediyoruz
15:15	Edremit' de 4 kuşaktır zeytin ile uğraşan ailenin özel çabası ile oluşturulan Evren Ertür Zeytinyağı Müzesi'ni gezerak geleneksel zeytinyağı sıkım aletleri hakkında bilgi alıyoruz.
16:00	Kızılkeçili köyünde aracımızı bırakarak köy ziyaretimizi yürüyüş ve Kazdağları ve bölgenin kültürü hakkında bilgi alarak tamamlıyoruz. Yürüyüşümüzün sonunda dinlenmek için bir yandan çaylarımızı yudumlarak isteyenler aynı zamanda yeşil zeytin satın alarak kendileri için hazırlanan tezgahlarda Emine Teyze' nin de yardımı ile zeytinlerini 'kırmalık' olarak hazırlayarak turumuzu tamamlıyoruz.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

## Örnek-6

**Cizelge 52 Kuzey Ege Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübirlük Tur Örneği 6**

<b>Tur Programı 6: Kuzey Ege Zeytin Hasat ve Kültür turu-1 Gece Konaklamalı</b>	
1.Gün 08:00	Sabah Haran'da aldığımız Kahvaltı sonrası Burhaniye'ye bağlı Kırtık Mahallesi' ne doğru yola çıkıyoruz. 'Kırtık Mahallesi Organik Tarım ve Turizmi Geliştirme Derneği' nin eşliğinde zeytin hasadı gerçekleştirirken bir yandan da zeytin ağacı, zeytin çeşitleri, sağlık için faydaları ve Türkiye için zeytinin öneminden bahsediyor olacağız. Hasat sonunda zeytinyağı fabrikasında zeytinyağı sıkımını görüyor ve zeytinyağı çeşitleri, zeytinyağının kalitesi hakkında bilgi edinerek sıkım yaptığımız yağlardan tadım yapıyoruz. Ardından topladığımız zeytinlerden kahvaltılarının vazgeçilmezi kırma zeytin hazırlıyoruz.
13.00	Kırtık Mahallesi Organik Pazarı'nda alışveriş molasının ardından köyden ayrılıyor. 150 yıllık bir tarihi ile Bulgar ustalar tarafından yapılmış görmeye alışık olduğumuz hat sanatı yerine freskler ile süslenmiş Şahinler Mahallesi Camini ziyaret ediyoruz
14:30	Gömeç'te zeytin ağaçları arasında öğle yemeğimizi aldıktan sonra, zeytinyağı sabunu yapım atölyesini ziyaret edip bilgi alıyoruz.
16:00	Cunda'nın en önemli anıtsal yapılarından biri olan Taksiyarhis (Aya Nikola Kilisesi)Kilisesini ve Sevim-Necdet Kent Kitaplığı'nı geziyoruz. Ayvalık' a tekne ile geçip bizi bekleyen aracımızdaki yerlerimiz aldıktan sonra Küçükköy mahallesiye doğru yola çıkıyoruz. Boşnak kültürü ve yemekleri hakkında bilgi alıp, güneşin batışını seyretmek için bir sonraki güzergahımız Şeytan Sofrası. Ardından dinlenmek üzere otelimize varıyoruz.
2. Gün 08:30	Kahvaltımızın ardından Ayvalık merkezde yer alan; Saatli Cami (Agios Yannis), Çınarlı Cami (Agios Yorgis), Hayrettin Paşa Cami (Kato Panagia) ve Faneromeni Ayazması gezisinin ardından Ayvalık'tan ayrılıyor
12:00	Edremit-Zeytinlide Kazdağları Milli Parkı Tanıtım Merkezi'ni ziyaret edip Milli Park ve Kazdağları' nın endemik bitkileri hakkında bilgi aldıktan sonra Hasanboğuldu ve Sütüven Şelalesi'ni görmek üzere yolumuza devam ediyoruz. Hasanboğuldu' nun öyküsü, Sebahattin Ali ve Şair Mustafa Seyit'ten bahsettikten sonra öğle yemeğimizi alıyoruz.
14:30	Yemek sonrası ilk güzergahımız Kızılkeçili Mahallesi. Kısa bir gezi sonrası bölgeyi tanımamızda birçok eser ile katkı sağlayan, bir kültür mirası Kazdağı Müzesini geziyoruz.

### Çizelge 52 Devamı

16:00	Bir sonraki durağımız yine Edremit Körfezinin en güzel köylerinden biri olan Çamlıbel Mahallesi, mahallenin tarihi ve kültürü hakkında bilgi aldıktan sonra sade ve bakımlı köy sokaklarında dolaşarak gezimizi tamamlıyor ve Tahtakuşlar' a doğru yola çıkıyoruz. Tahtakuşlar Etnografya Müzesinde 'Tahtacı Türkmenleri' ne ait birçok kültür ögesini görebileceğimiz bu müzeden sonra Küçükkuyu'ya varmak üzere yola çıkıyoruz.
18:30	Günümüzün ve turun son güzergahı bir zeytinyağı müzesi olan Adatepe Müzesi. Tarih içinde zeytinyağı sıkım ve sabun yapımı için kullanılan aletler hakkında bilgi aldıktan sonra Turumuzu tamamlıyoruz.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

## Güney Marmara Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübürlük Tur Örneği

### Çizelge 53 Güney Marmara Bölgesi Zeytin-Zeytinyağı Temalı Günübürlük Tur Örneği

<b>Tur Programı 1: Erdek, Bandırma Zeytin Hasat ve Kültür Turu</b>	
08:00	Sabah kahvaltısının ardından turumuz ilk olarak Edincik 'de bölgeye özgü olan Edincik Su Zeytini toplayarak başlıyoruz. Zeytin hasadı eşliğinde Edincik zeytinini diğer zeytinlerden ayıran özelliklerini öğreniyor ve siyah zeytinin işleme aşamaları hakkında bilgi alıyoruz.
11:00	Osmanlı geleneksel konut mimarisinin en güzel örneklerini görebileceğimiz Edincik sokaklarında bölge hakkında bilgi alıyor ardından Erdek'e doğru yola çıkıyoruz. Küçük balıkçı kayıkları ile dolu limanda yürüyüş yaparak Zeytinli Ada'yı görüyoruz. Erdek Açık Hava Müzesinde bölgenin tarihi hakkında bilgi alıyor ve öğle yemeğine geçiyoruz ayrılıyor.
14:00	Bölgenin en önemli antik kenti olan ve çok az bir kısmı gün yüzüne çıkmış Kyzikos Antik Kenti, Hadrian Tapınağının olduğu yerleşimi ziyaret ederek bilgi alıyoruz.
15:00	Sonraki güzergahımız Bandırma. Bandırma Ortaokulu Binası, Merkezde Haydar Çavuş Cami ziyaretleri ardında sahilde vereceğimiz serbest zaman sonrası Bandırma Arkeoloji Müzesi'ne hareket ediyoruz. Balıkesir'in birçok noktası, Bandırma ve Erdek kazılarında birçok eserin sergilendiği müzeyi rehberimiz eşliğinde bilgi alarak geziyoruz.
18:00	Turumuzun son durağı ise Manyas Kuş Cenneti. Milli park olan Kuş Cenneti'nin doğal bitki örtüsü ve habitatu hakkında bilgi aldıktan sonra fotoğraf çekimi için serbest zaman veriyor, ardından turumuzu sonlandırarak bölgeden ayrılıyor.

**Kaynak:** Araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Güney Marmara Bölgesi'nde gerçekleşecek zeytin temalı tur programında özellikle bölgeye has bir ürün olan Edincik zeytininin tanıtımı ve bölgenin önemli tarihi değeri olan Zeytinli Ada'nın programa dahil edilmesi bölgenin tanıtımı için önemli katkı sağlayacaktır.

## 5.2. Öneriler

Dünya’da yaşanan birçok gelişme ile birlikte turizmde de talepler değişim göstermektedir. Turizmde talep giderek kitle turizminden alternatif turizm çeşitlerine doğru yönelmektedir. Turistlerin en önemli seyahat motivasyonları ve beklentileri arasında, daha önce görmedikleri yerleri ziyaret etmek ve farklı kültürleri tanımının yanında, farklı kültürlerle ait lezzetleri deneyimlemek, yeni tecrübeler yaşamak isteği de yer almaktadır. Turistler destinasyonlarda doğal bir ortamda turizm aktivitelerine katılmak, doğadan öğrenmek, yerinde deneyim kazanmak, üretime katılmak, yerel lezzetleri keşfetmek, entelektüel bilgi sahibi olmak, nasıl pişirileceğini öğrenmek, aracı ve komisyoncu olmadan güvenli gıdaya ulaşmak istemektedir.

Günümüzde büyük kentlerde yaşayan kitlelerin kırsalda yetişen geleneksel üretimlerine merakı ve deneme eğilimlerini turizme kazandırarak önemli bir potansiyele ulaşmak mümkündür. Destinasyonlarda sunulan zeytin ve zeytinyağı temalı deneyimler, bu kültürü faaliyete dönüştürerek sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik eden önemli etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Zeytin tarımı ve zeytinyağı işçiliği tarım faaliyeti olarak insanı doğa ile buluştururken, elde edilen ürünler de sağlık açısından önem arz etmektedir. Turistlerin zeytinin yetişmesi, zeytinin besin değerleri, sofradaki ve sağlıktaki önemi, zeytinyağının üretimi, üretimdeki farklılıklar ve iyi zeytinyağı seçimi konusunda bilgi ve deneyim ihtiyacının karşılanması gerekmektedir. Zeytinin anavatanının Anadolu olması, zeytin tarımının aynı zamanda turizm bölgelerinde yapıyor olması turist rehberlerine önemli bir sorumluluk yüklemektedir.

Turist rehberleri turlarında zeytin temalı etkinlikler kapsamında turist grupları ile daha aktif iletişim kurabilirler. Tur programına güzergaha uygun yerlerde zeytin ile ilgili etkinlik veya ziyaret noktaları dahil edilebilir. İyi planlanmış bir organizasyon ile hasat etkinliği gruba eşsiz bir deneyim yaşatacak ve turu unutulmaz bir anıya dönüştürecektir. Hasat zamanında yerel halk ile misafirlerin bir araya geleceği ortamlar yaratmak her iki taraf içinde kültürel etkileşim yaratacaktır. Güzergâh üzerinde bulunan zeytinliklerin içerisinde yürüyüş eşliğinde turiste zeytin ve zeytinyağının tarihi, mitolojisi, yerel halk, çiftçiler, işletmeler ve ülke için öneminden, sağlığa faydaları ve kullanım alanları hakkında bilgi verilmesi tur programını

zenginleştirecektir. Ayrıca özel bir konuda bilgi kaynağı olmak hem turist grubu için fayda sağlayacak hemde rehberi değerli kılarak tanınırlığına katkı sağlayacaktır.

Günümüzde, zeytinyağının sağlığa faydaları ortaya kondukça zeytin ve zeytinyağı tüketimine olan ilgi giderek artmaktadır. Türkiye; atalarından miras kalan zeytin kültürü ve zeytin ürünleri ile Dünyada bu konuda önemli merkezler arasındadır. Bu nedenle Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı konusunda sürekli yayın ve güncel bilgi paylaşımı yapan birçok kurum bulunmaktadır. Turist rehberleri konuyla ilgili yayınları ve uzman kurumları takip ederek güncel bilgilere hakim olmalıdır. Uluslararası düzeyde zeytinyağı turizmi konusunda başarılı uygulamalar takip edilmelidir. Zeytin ve zeytinyağının turizme entegre olması için turist rehberleri konuya dikkat çekmelidir. Zeytin turizmi konu olarak gastronomi, agroturizm, kırsal turizm, doğa turizmi, sağlık turizmi ve inanç turizmi gibi farklı turizm türlerini kapsayan geniş bir alandır. Bu nedenle turist rehberlerinin hemen her turda zeytin konusunda bilgi vermesi mümkündür. Böylece rehber anlatımlarında zenginleştirecektir.

Ülkemizde oluşturulmuş bir zeytin-zeytinyağı rotası mevcut olmasa da tüm kıyı bölgelerimizde yetişen zeytin, rehberlerin katıldığı birçok rotada karşısına çıkmaktadır. Bu nedenle rehberlerin konu hakkında bilgi aktarımı yapması zeytin ağacının, zeytinin ve zeytinyağı kültürünün korunması, gelecek nesillere bu kültürün aktarılması, ülkemizin ulusal ve uluslararası tanınırlığının artırılmasına da katkı sağlayacaktır.

Özel ilgi turizmi kapsamında ele alınabilecek olan ‘Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı’ turizm faaliyeti, giderek artan taleple bir turizm çeşidi haline gelecektir. Bu nedenle niş pazar olarak tanımlayabileceğimiz bu alanda turist rehberleri doğru ve yeterli bilgi ile donanımlı olmalıdır. Turist rehberlerinin bu alanda kendilerini yetiştirmeleri önem arz etmektedir. Bu amaçla ‘Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı’ konusunun turist rehberliği uzmanlaşma alanlarında değerlendirilmesi önerilmektedir. Literatürde zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine turist rehberliğinde uzmanlaşma konusunda bir çalışma olmaması bu araştırmanın önemini arttırmaktadır. Bu çalışma bir ön çalışma olarak görülmeli ve çalışmada elde edilen sonuçların farklı çalışmalara örnek olması ve konunun öneminin vurgulanması hedeflenmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ağırbaş, Ö. G. D. S. (2020). Barış sembolü: Zeytin ve sanat tarihindeki izleri. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Kongresi*.
- Ahipaşaoğlu, H. S. (1997). *Seyahat işletmelerinde tur planlaması-yönetimi ve rehberliğin meslek olarak seçilmesinin nedenleri üzerine bir uygulama*. İstanbul: Varol Matbaası.
- Ahipaşaoğlu, H. S. ve Arıkan, İ. (2003). *Seyahat işletmeleri yönetimi ve ulaştırma sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde rehberlik*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ahipaşaoğlu, S. (2006). *Turizmde rehberlik*. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Akçiçek, E. ve Ötleş, S. (2011). Zeytin ağacı ürünleri ve sağlık. *Ulusal Zeytin Kongresi*, 22-25 şubat 2011, Akhisar.
- Akdu, U., Akdu, S., ve Kambertaş, S. (2018). Turizm rehberliği eğitim sürecinde uzmanlaşma: Gastrorehberlik. İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, ve H. U. Yıldırım (Ed.), *Turist rehberliği üzerine güncel araştırmalar* içinde (ss. 222–232). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akın E. ve Lambraki, M. (2004). *Aynı sofrada iki ölke Türk- Yunan mutfağı*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kólter Yayıml.
- Akmehmet, K. ve Ödekan, A. (2006), Historical development of museum education, *İTÜ Magazine Social Sciences*, 3(1): 47-58.
- Akpınar, A. ve Nilgün, A. (2021). Turist Rehberliğinde Uzmanlaşma: Uzman Rehberlere Yönelik Bir Durum Çalışması. *Dokuz Eylöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 755-787.
- Aksoy, U., Tözeli, Y., Altındışli, A., Can, H. Z., Onoğur, E., Anaç, D. ve Özenç, D. B. (2005). Organik (ekolojik, biyolojik) tarım uygulamaları. *Türkiye Ziraat Mühendisleri VI. Teknik Kongresi*, s, 291-314.
- Alonso, A.D. ve J. Northcote, (2010). The development of olive tourism in western Australia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 696–708.
- Ambrose, T. ve Crispin, P. (1993). *Museumı basic*. Londra: Routledge
- Anderson, S., Butterfield, J ve Crozier, J. (2006). *Collins english dictionary*. Lions.
- Ap, J. ve Wong, K.K. (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22(5), 551-563.
- Arslan, A. (2018). Turist rehberliği ve uzmanlık alanları. S. Eser, S. şahin ve C. Çakıcı (Ed.), *Turist rehberliği* içinde (ss. 119–136). Ankara: Detay Yayıncılık
- Arslan, D. ve Ok, S. (2020). Characterization of Turkish olive oils in details. *Food Reviews International*, 36(2), 168-192.
- Arslantürk, Y., Altunöz, Ö., ve Çalık, A. Ö. (2013). Turist rehberliği hizmet kalitesi ölçümü: Servqual yaklaşımı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(27), 107-118.

- Arslantürk, Y., ve Gül, T. (2019). Turist rehberliğinde yeni eğilimler ve turist rehberliğinin geleceği. B. Zengin, G. Erkol Bayram ve O. Batman (Ed.), *Turist rehberliği mesleği (Dünü-bugünü-yarını)*. İçinde (ss. 287–331). Ankara: Detay Yayıncılık
- Asan, Ü. (1992). Doğal ve kültürel miraslarımızdan anıt ağaç ve ormanlarımız. *Yeşil Çerçeve Dergisi*, 6, 22-24.
- Atalay, I., ve Mortan, K. (1997). *Türkiye bölgesel coğrafyası*. İstanbul: İnkılap Kitapevi.
- Báez, A. B., Dominguez, D. C. ve Terceño, J. R. (2020). Integración de la Educación Emocional como Nuevo eje Conformador en el Grado Universitario de Turismo
- Balcı, T. (2019). Yeni tür edebiyatında zeytin. *Yeni Türk Edebiyatı: Hakemli Altı Aylık İnceleme Dergisi*, (20), 67-99.
- Başçı, E. (2017). Günümüzde kültür-sanat değerleri ve etkinliklerinin turizmle etkileşiminin düşündürdükleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11-14.
- Başoğlu, M.İ. (2009), *Antik çağda Kilikya Bölgesi'nde zeytinyağı üretimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Batman, O., Yıldırğan, R. ve Demirtaş, N. (2000). *Turist rehberliği*. Adapazarı: Değişim Yayınları.
- Batur, M. (2013). İzmir'in bazı korunmaya değer ağaçları. *İzmir Kent Sempozyumu*.
- Baysal, A., Keçecioğlu, S., Arslan, P. ve Yücecın, S. (1991). *Besinlerin bileşimleri*. Ankara: Türkiye Diyetisyenler Derneği Yayını.
- Bekar, A., Kocatürk, E. ve Sürücü, Ç. (2017). Gastronomi festivallerinin algılanan destinasyon imajına ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve yöresi kuzugöbeği mantar festivali örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 28-36.
- Buckley, R. (2010). *Conservation tourism*. CABI.
- Büyük, Ö. ve Emel, C. (2020). Zeytinyağı kültürel rotalarının turizm potansiyeli açısından değeri ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(1), 191-210.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, K., Akgün, E., Karadeniz, Ö., Demirel, Ş.F. (2012), *Bilimsel araştırma yöntemleri*, 11. Baskı, Ankara: Pegem Akademi.
- Caruso, G. (1983). *Monografia dell'olivo*. Enciclopedia Agraricola Italiana. UTET., Torino, Italy.
- Carvalho, I., (2018), *The Accessible Tourism in Lisbon, as a Challenge for the "Art" of Tourist Guiding*, *Sociology and Anthropology* 6(1): 48-55.
- Chen, H.J., Hwang, S.N., Lee, C. (2006). Visitors' characteristics of guided interpretation.

- Civelek, M.O., Dalgın, T. ve Çeken, H. 2015. Tarım turizmi uygulamaları ve pazarlamamodelleri: türkiye için bir model önerisi, *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (2): 40-45.
- Coe, (1999). Chart of signatures and ratifications of Treaty 164. *Council of Europe*.
- Cohen, E. (1985). The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role. *Annals of Tourism Research*, 12, 5-29.
- Cömert, M. ve Özkaya, F. D. (2014). Gastronomi turizminde türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.
- Çakmak, T., Çakmak, F. ve Eren, A. (2020). *Turist rehberliği uzmanlaşma eğitimleri ne kadar uzmanlaştırıyor MTCN'20*. İstanbul: Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı Bildiri Kitabı.
- ÇEKÜL Vakfı (2015). *Kültür rotaları planlama rehberi*. Tarihi kentler birliği yayınları. İstanbul: Çekül Vakfı Tarihi Kentler Birliği.
- Çelikbaş, E.Ö. ve Özbek, Ö. (2021). Sanat ve terapi bağlamında müzelerde turist rehberliği ile ilgili kavramsal bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 95-109.
- Çetin, G. ve Kızılırmak, İ. (2012). Türk turizminde kokartlı turist rehberlerin mevcut durumunun analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 307-318.
- Çevrimkaya, M. (2019). *Turist rehberlerinin performansının turistin memnuniyet düzeyine etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çiğdemli Özgen, A. Ö. (2016). *Akdeniz kruvaziyer turizm destinasyonlarının karşılaştırmalı rekabet analizi ve Türkiye destinasyonunun konumu*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çizel, B., Sönmez, N., ve Akıncı, Z. (2012). *Antalya 'da engelli turizminin gelişimi için arz ve talep üzerine bir araştırma*. Ankara: Yiğitler Grup Reklam.
- Çolakoğlu, O. E., Efendi, E. ve Epik, F. (2010). *Seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dashevskaya, I. M. ve Tomkovich, O. I. (2018). Interactive teaching methods and their application in excursion activities. *Bulletin of Taras Shevchenko Luhansk National University*, 4(239), 129-134.
- De Frutos Madrazo, P., Martínez-Peña, F.ve Esteban, S. (2012). Edible wild mushroom tourism as a source of income and employment in rural areas. The case of Castilla y León. *Forest Systems*, 21(1), 81-98.
- Değirmencioğlu, A. Ö. (1998). *Türkiye'de turizm rehberliği eğitime bir yaklaşım*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Değirmencioğlu, Ö. (2001). *Turizm rehberliği temel bilgileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Değirmencioğlu,, Ö. ve Ahipaşaoğlu, S. (2003). *Anadolu'da turizm rehberliği temel bilgileri*. Ankara: Gazi Kitabevi



- Demircan, M. (2007). *Vergi hukuku açısından profesyonel turist rehberliği*. Ankara: Detay Yayıncılık
- Demirci, M. ve Bölükbaşı, B. (2003). Akdeniz beslenme tarzında zeytinyağının önemi. *Türkiye*, 1, 41-48.
- Demirel, T., Muhacir, B., Güneş, Ş. N., ve Akcan, T. (2021). *Gastronomik zeytinyağı rotasının Balıkesir ilinde uygulanabilirliğine ilişkin bir çalışma*. 5. Uluslararası Turizm Kongresi, Balıkesir.
- Demirkent, I. (2011). Haçlı seferleri düşüncesinin doğuşu ve hedefleri. *Turkish Journal of History*, 35, 65-78.
- Derret, R. (2004). Festivals, events and the destination. içinde Yeoman, I., Robertson, M. ve Knight, J.A. (Ed.) *Festival and events management: An international arts and culture perspective*(ss. 32-51). Amsterdam: Elsevier Butterworth Heinemann
- Dinçer, F.İ. ve Kızılırmak, İ. (1997). Türkiye’de turizmin gelişmesinde turist rehberlerinin rolü. *Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Hafta Sonu Semineri IV*, 05-07 Aralık, Nevşehir.
- Dunkley, R., Morgan, N., and Westwood, S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32(4), 860-868.
- Durlu-Özkaya, F. 2009. *Mutfaktaki Zeytinyağı*. La Cucina Italiana, Mart: 2009.
- Durlu-Özkaya, F. ve Özkaya, M.T. (2017). *Türk Mutfağında Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü*. Eds. Susamcı E., Ötleş S. ve Dıraman H., *Sofralık Zeytin ve Zeytinyağı Teknolojisi*. Sf. 395-412. Zeytincilik Araştırma Enstitüsü Yayını. ISBN 978-605-9175-73, 9
- Earls, I. (1987). *Renaissance art: a topical dictionary*. ABC-CLIO.
- Efe, R., Soykan, A. ve ve Sönmez, S.,(2010).*Edremit yöresindeki anıt ve anıtsal zeytin ağaçları*. *Zeytin kitabı*, Edremit: Edremit Belediyesi Yayınları.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. ve Sönmez, S. (2011). *Zeytin ve zeytinyağı*. Balıkesir: Edremit Kültür Yayınları.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ., ve Sönmez, S. (2013). Dünyada, Türkiye’de. *Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin ve Zeytinyağı (2 nd ed)*, Akmat, Balıkesir, 335.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (Eko) turizm-turizm ilkeleri*. Ankara: Erk Yayıncılık.
- Esteban, B. M. ve Solís, D. L. (2015). Aceite de oliva: piedra angular de la dieta Mediterránea. *Olivae: revista oficial del Consejo Oleícola Internacional*, 121, 19-27.
- Ewert, A.W. (1989). *Outdoor adventure pursuits*. Pub. Horizons.
- Ewert, A.W. (1994). Playing the edge: Motivation and risk taking in a high-altitude wilderness like environment. *Environment and Behavior*, 26(1), 3-24.
- Fennell, D. ve Dowling, R. (2003). Ecotourism policy and planning: Stakeholders, management and governance. *Ecotourism Policy and Planning*, 331–344.
- Fogg, W. (1941). The wares of a Moroccan folk-doctor. *Folklore*, 52(4), 273-303.

- Fusté-Forné, F., and Filimon, N. (2021). Using social media to preserve consumers' awareness on food identity in times of crisis: the case of bakeries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6251.
- Gaweł, Ł., Franik, A. ve Mierniczak, P. Guide Services Standards at the Wooden Architecture Route in Małopolska –including objects on the Thetris Route. *Thematic Transnational cbruch Toute development with the Involvement of local Society*. 15/2
- Getz, D. (1997). *Event management and event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Giritlioğlu, İ. (2008). Türk mutfağında zeytinyağı ve zeytinyağının kullanımı. I. *Ulusal Zeytin Öğrenci Kongresi*, 17-18 Aralık 2008.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gökdemir, S. (2017). *Turist rehberlerinde iş doyumunu ve tükenmişlik: Bir alan araştırması*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Guzel, B., & Apaydin, M. (2016). *Gastronomy tourism: Motivations and destinations*. *Global issues and trends in tourism*, 394-404
- Gülhan, D. (2016). *Sürdürülebilir turizm kapsamında tarım endüstrisi ve zeytinyağı turizminin birliği yerleşiminde olabirliği üzerine bir değerlendirme*. *Social Sciences*, 11(2), 116-132.
- Gültekin, S. ve Içigen, E. (2019). A research on professional tour guides emotional intelligence and problem-solving skills. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(2), 230-258.
- Gümüş, N. ve Onurlubaş, E. (2021). Şehir marka deneyiminin şehir memnuniyetine ve şehir marka elçiliği davranış niyetine etkisi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(4), 1830-1846.
- Gündüz, S. (2002). Turist rehberliği eğitimi ve üniversitelerle turizm bakanlığı arasındaki koordinasyona yönelik bir model önerisi. *Turizm Eğitimi Konferans-Workshop* 11–13 Aralık 2002.
- Gürge, M. (2018). *Turist rehberlerinin yaşam kalitesinin Türkiye’de rehberlik mesleğinin çalışma koşulları açısından değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güven, A., Ünal, C. ve Caber, M. (2018). Turist rehberliği uzmanlaşma eğitiminde farkındalık yaratma: Turizm paydaşlarına yönelik bir durum çalışması. İçinde N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, A. Kılıç, ve H. U. Yıldırım (Ed.), *Turist rehberliği üzerine güncel araştırmalar* (ss. 200–232). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Güzel, F. Ö. (2007). *Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolü alman turistler üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzel, K. (2006). *Kruvaziyer turizmin Türkiye’deki geleceği*. Basılmamış Tezsiz Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Deniz Bilimleri ve İşletmeciliği Enstitüsü.

- Hacıoğlu, N. (2000). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Bursa: Vipaş Yayınları.
- Hacıoğlu, N. (2006). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Hacıoğlu, N., Köroğlu, A. ve Köroğlu, Ö. (2007). Profesyonel turist rehberlerinin meslekte uzmanlaşma eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Ulusal Türkiye Turizm Kongresi*, 07-08.
- Hall, C.M. (1992) *Adventure, sport and health tourism, in special interest tourism*(edited by B. Weiler and C. M. Hall), Belhaven, London, pp. 141–158
- Hall, M. ve Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne (Eds.), *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann
- Hepsağ, F. ve Ruken, K.A. (2018). Natürel zeytinyağı üretim aşamalarının aroma bileşenleri üzerine etkileri. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 8(1/2), 47-58.
- Holloway, J.C. (1981). The guided tour a sociological approach. *Annals of Tourism Research*, 8(3), 377-402.
- Holovashenko, O.V. (2002). *Tourism as a form of human social activity: A sociophilosophical analysis: Thesis of candidate of philosophical sciences*. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University
- Işık, S., Karagöz, A., Karaman, Ş., ve Nergiz, C. (2012). Proliferative and apoptotic effects of olive extracts on cell lines and healthy human cells. *Food chemistry*, 134(1), 29-36.
- İçöz, O. (2000). *Seyahat acentaları ve tur yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. (2003). *Seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü yönetimi*. Ankara: Anatolia Yayıncılık
- İlban, M. O. ve Kömür, T. (2019). Destinasyon markalaşmasında festival turizminin rolü: Ayvalık uluslararası zeytin hasat günleri örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 16(2), 274-295.
- İrigüler, F., ve Güler, M. E. (2015). Türkiye'deki profesyonel turist rehberlerinin gastronomi turizmine bakışı.1. *In International Gastronomic Tourism Congress*(pp. 10-12).
- İrtem, E., ve Karaman, E. (2010). Edremit Küçükkuyu arasındaki turizm faaliyetlerinin kıyı alanlarına etkisi ve önerilen yönetim programı. *İTÜDERGİSİ/d*, 3(1).
- Jelica J.M.ve Marko, D. P. (2014).Tourismos: An international multidisciplinary. *Journal Of Tourism*,9(1), 113-125.
- Jensen, Ø. (2010). Social meditation in remote developing world tourism locations – the significance of social ties between local guides and host communities in sustainable tourism development. *Journal of Sustainable Tourism*,18(5), 615-633.

- Kahyaoğlu, M. (2011). Barışın ve devamlılığın sembolü zeytin. *Metro Gastro*, 63, 92-94
- Kane, M. J. ve Zink, R. (2004). Package adventure tours: Markers in serious leisure careers. *Leisure Studies*, 23(4), 329-345.
- Kaplan, M. ve Arıhan, S.K. (2012). Antikçağdan günümüze bir şifa kaynağı: Zeytin ve zeytinyağının halk tıbbında kullanımı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 52(2), 41-56.
- Karakaş, B. (2018). *Turist rehberlerinin mesleki sorunları ve çözüm önerileri: İstanbul örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, S.(2022). *Örgün turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık,.
- Karaman, S., Demirkol, Ş. ,Şahin, S. (2008).*Turistik ürün çeşitlendirmesi*(Edi. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt) . İstanbul: Nobel Yayınevi
- Karataş, E. (2015). *Kültür rotaları: Planlama rehberi*. İstanbul: Çekül Vakfı Tarihi Kentler Birliği Yayınları.
- Karen Hughes (1991) Tourist satisfaction: A guided “cultural” tour in north queensland, *Australian Psychologist*, 26(3), 166-171
- Kasapçopur, A., Çakır, M., Akgül, K., Tunçer, M., Kiraz, M., Norşenli. F. ve Halay, D. (2010). *Türk milli eğitim sistemi içerisinde ortaöğretim kademesi*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı.
- Kayahan, M. ve Tekin, A. (2006). *Zeytinyağı üretim teknolojisi*. Ankara: TMMOB Gıda Mühendisleri Odası Yayınları.
- Kemboi, T. H. ve Jairus, K. N. (2018). Tour guiding performance attributes and tourist satisfaction: evidence from north rift tourist region. *Journal of Hotel Management and Tourism Research*, 3(1), 8-23.
- Kılıç, E. (1983). *Cumhuriyet döneminde eğitim; Yaygın eğitim*. Ankara: MEB Yayınları.
- Kiritsakis, A. K. (1998). Flavor components of olive oil-A review. *Journal of the American Oil Chemists' Society*, 75(6), 673-681
- Kiritsakis, A.K. (1998). *Olive oil: From the tree to the table*. Food & Nutrition Press: Portland.
- Koepfel, J. ve Feifer, D. I. (1986). *Student workbook for cooperative education preparation*. A Required Course for LaGuardia Students Prior to Their First Internship.
- Kovalenko, O. V., Yepyk, L. I., Yeromenko, A. Y., Kashynska, O. Y. ve Bezruchenkov, Y. V. (2021). Training of the future tourist guides for intercultural communicative interaction within professional activity. *Linguistics and Culture Review*, 5(S4), 729-746.
- Kozak A.M. ve Bahçe, A.S. (2009). *Özel ilgi turizmi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Köroğlu, A., ve Güzel, Ö. (2007). Türkiye imajının geliştirilmesinde profesyonel turist rehberlerinin rolünü belirlemeye yönelik Alman turistler üzerinde bir araştırma. *Ulusal Türkiye Turizm Kongresi*, 07-08.

- Köroğlu, Ö. (2007). Değişen tüketici eğilimleri çerçevesinde özel ilgi turizminin geliştirilmesi ve profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşmanın önemi. *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu*, 226–238.
- Köroğlu, Ö. (2008). Profesyonel turist rehberliği mesleğinde uzmanlaşma: Meslekte uzmanlaşma amacıyla gerçekleştirilen eğitim programlarının incelenmesi. *III. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu*, 206–272.
- Köroğlu, Ö. (2009). İstanbul 2010 Avrupa kültür başkenti uygulamaları kapsamında turist rehberliği eğitim programları. 10. *Ulusal Turizm Kongresi, Mersin*, 1335-1345.
- Köroğlu, Ö. (2011). *İş doyumu ve motivasyon düzeylerini etkileyen faktörlerin performansla ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Köroğlu, Ö. ve Ulusoy Yıldırım, H. (2019). *Turist rehberliğinde uzmanlaşma*. Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Editörler), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma- özel ilgi turlarından özel konulara içinde* (s. 149-198).Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık
- Köroğlu, Ö., Dumanlı, Ş., Şalk, S., İnanır, İ., Gürsoy, H., Bahar, A. K. ve Özgöller, G. (2017). Müzelere yönelik olumsuz kullanıcı güdümlü içerik çözümlemesi: Tripadvisor.com örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(3), 29-48.
- Köroğlu, Ö., Köroğlu, A., ve Alper, B. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*,(1), 131-139.
- Köroğlu, Ö., ve GÜDÜ D. Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma. İçinde İ. S. Ö. Güzel, V. A., (Ed.), *Turist rehberliği araştırmaları: Öngörüler ve uygulamalar* (1. baskı, ss. 49–76). Detay Yayıncılık. Ankara
- Köroğlu, Ö., ve GÜDÜ Demirbulat, Ö. (2017). Rehberlikte sertifikasyon kalifikasyon ve uzmanlaşma. İçinde İ. S. Ö. Güzel, V. Altıntaş (Ed.), *Turist rehberliği araştırmaları: Öngörüler ve uygulamalar içinde*(ss. 49–76). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükkömürler, S. ve Ekmen, Z. (2008). *Barişın simgesi zeytin ve Anadolu kültürü*. Ankara: ICANAS-38Bildiri Kitabı.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye turizm stratejisi2023*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Lodge, O. (1935). Džamutra, or the bridegroom; some marriage customs in the villages around tetovo in serbian macedonia or southern serbia. *Folklore*, 46(4), 306-330.
- López-Guzmán, T., Cañero M. P. M., Moral C. S. ve Orgaz-Agüera, F. (2016). An exploratory study of olive tourism consumers. *Tourism and Hospitality Management*, 22(1), 57-68.
- Lozano-Sánchez, J., Cerretani, L., Bendini, A., Segura-Carretero, A. ve Fernández-Gutiérrez, A. (2010). Filtration process of extra virgin olive oil: effect on minor

components, oxidative stability and sensorial and physicochemical characteristics. *Trends in food Science & Technology*, 21(4), 201-211.

- Mahmood, M. R., and Matin, M. A. (2020). Enabling Technologies for Internet of Everything. In *Enabling Technologies for Next Generation Wireless Communications* (pp. 33-43). CRC Press.
- Manisa, K., Yerlihyurt, B. ve Gül, H. 2013. Turizm Sektöründeki Yeni Eğilimler Perspektifinde Ege Bölgesindeki Zeytincilik ve Zeytinyağı Üretiminin Alternatif Turizm Türleri Üzerinden Değerlendirilmesi, Ayvacık Örneği. Mehmet Kemal Dedeman Araştırma ve Geliştirme Proje Yarışması Birincilik Ödülü.://www.dedeman.com.tr/oduller/turizm/2013/mkd\_2013turizm\_birincilik\_odulu.pdf. (Erişim tarihi: 20.03.2022)
- Mansouri, F., Moumen, A.B., Richard, G., Fauconnier, M.L., Sindic, M., Caid, H.S. ve Elamrani, A. (2017). Flavor profiles of monovarietal virgin olive oils produced in the Oriental region of Morocco. *Oil seeds and Fats Crops and Lipids*, 24 (5), A50
- McGee, D.(2003), *ABD’de perakende zeytinyağı sektöründe pazarlama ve türkiye’nin pazar payının artırılmasına yönelik görüşler*. İzmir: Türkiye 1.Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri, 2-3 Ekim 2003.
- Meier, J.F. (1978). Is the risk: Worth taking?. *Journal of Physical Education and Recreation*, 49(4), 31-33.
- Millan, G., A.J. Manuel ve L.A. Hidalgo, (2014). A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain.*Agricultural Sciences*, 5(3), 179-185.
- Millán, G., María, P.R. ve Javier, S.R. (2018), Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the south of Spain (Andalusia), *Sustainability*, 10(101), 1-19.
- Moon, K., Kim, M., Ko, Y., Connaughton, D. ve Lee, J. (2011). The influence of consumer’s event quality perception on destination image. *Managing Service Quality*, 21 (3), 287-303.
- Murgado, E.M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: Olive oil tourism. *Options Mediterranéennes*, 106, 97-109.
- Armenteros, E. M. M., Ruíz, F. J. T., Rosa, M. P., & Zamora, M. V. (2011). El aceite de oliva como elemento nuclear para el desarrollo del turismo. In *Turismo Gastronómico: Estrategias de marketing y experiencias de éxito* (ss. 191-220).
- Nychkalo, N. H. (2000). Research of problems of pedagogy and psychology and tourism as a component of the theory and methods of vocational education. In: *Tourism on the Threshold of the 21st Century: Education, Culture, Ecology: Conference Proceeding 18-20 October 1999* (pp. 257-261). Kyiv: KITEP.
- Ocakoglu, D., Tokatli, F., Ozen, B. ve Korel, F. (2009). Distribution of simple phenols, phenolic acids and flavonoids in Turkish monovarietal extra virgin olive oils for two harvest years. *Food Chemistry*, 113(2), 401-410.
- Oduncuoğlu, F. ve Efendi, M. (2020). Engelli turizmde turist rehberliği uygulamaları üzerine niteliksel bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 15(60), 708-727.

- Oğuzbalan, G. ve Kızılırmak, İ. (2017). Türkiye'nin kruvaziyer gemilerle seyahat eden ziyaretçi yorumlarının analizi: Cruise critic.com (Kuşadası örneği). *Journal of International Social Research*, 10(50).
- Ozcatalbas, O. (2019). Turizm'in sosyal politika işlevi ve kırsal turizm: Türkiye örneği. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)*, 3(1), 35-37.
- Özata, E., ve Cömert, M. (2016). Zeytinyağı ve sağlıklı yaşam. *Zeytin Bilimi*, 6(2), 105-110.
- Özbek, Ö. (2022). Turist rehberlerinin sanat temalı turlarda yarattığı değer algısı. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 9(1), 115-131.
- Özgen Çiğdemli, A. Ö. (2016). *Akdeniz kruvaziyer turizm destinasyonlarının karşılaştırmalı rekabet analizi ve Türkiye destinasyonunun konumu*. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Özkaya, D., Özkaya, F. ve Bayar, R. ve Tunalıoğlu, E.(2018). Anadolu'da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 263-274.
- Özkaya, M.T. (2003), Türkiye'de zeytin fidancılığının durumu ve sorunları. *Türkiye 1. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu Bildirileri*, 2/3 Ekim, İzmir, s. 24-31.
- Öztürk, C., Alkan, S. ve Kaşık, G. (2018). Anadolu'da mantar kültürü. *II. International Congress on Cultural Heritage and Tourism, Proceedings*, 340-347.
- Pedersen, L. B. (2012). *Creativity in gastronomy: Exploring the connection between art and craft*. Copenhagen Business School Master Thesis.
- Philip L. P. (1984). Tourist-guide interaction., *Annals of Tourism Research*, 11(1), 129-146
- Pırnar, İ., İçöz, O., ve Çulha, O. (2011). *Uluslararası turizm işletmeciliği*. İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Pilz, D. ve Molina, R. (2002). Commercial harvests of edible mushrooms from the forests of the Pacific Northwest United States: issues, management, and monitoring for sustainability. *Forest Ecology and Management*, 155(1-3), 3-16.
- Polat, R.ve Satıl, F. (2010). Burhaniye ve Havran yörelerinde zeytin ve zeytin ürünlerinin kullanım alanları. *Zeytin Bilimi*, 1(1), 23-29.
- Polat, T. (2001). *Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Pond, K.L. (1993). *The professional guide: Dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold
- Prakash, M., Chowdhary, N., and Sunayana, K. (2011). Tour guiding: Interpreting the challenges. *Tourismos*, 6(2), 65-81
- Progen, J. (1979). Man, nature, and sport. In E. Gerber and M. Nillian (Eds.) *Sports and the body: A Philosophical Symposium*. 237-242. Philadelphia: *Lea Febiger*

- Romagnoli, M.,(2018) Mycological tourism in Soria (Spain). Mediterranean diet emblematic community. *Food, Gastronomy and Tourism Social and Cultural Perspectives*, 69-83.
- Sakun, L. W. (2004). *Theory and practice of training specialists in the field of tourism in developed countries*. Kyiv: Interregional Academy of Personnel Management
- Saltık, I. A. ve Yıldız, M. (2019). Kültür turizminin yeni meyvesi: zeytinyağı müzeleri üzerine bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(2), 147-160.
- Saltık, İ. A., ve Çeken, H. (2017). Agroturizmde yeni eğilimler: zeytinyağı turizmi. *Journal of Life Economics*, 4(4), 89-102.
- Sarıbaş, Ö. ve Öter, Z. (2019). Kültür-sanat rehberliği alanında uzmanlaşma. *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara* içinde (ss. 37–64).Ankara: Nobel Yayınları.
- Saruhan, Ş. C. (1989). *Tercüman rehberlik mesleği ders notları*. İstanbul: TÜRSAB Yayınları
- Saxena, G. and B. Ilbery, (2010). Developing integrated rural tourism: actor practices in the english/welsh border. *Journal of Rural Studies*, 26, 260–271.
- Schmidt, C.J. (1979) The guided tour: insulated adventure. *Urban Life*, 7(4), 441–67.
- Schuchat. M.G. (1983). Comforts of group tours. *Annals of Tourism Research*, 10,465-471.
- Seçer, Ş. (2009). Profesyonel mesleklere ve profesyonel bireylere güven. *Kamu İş*, 10(4), 247–277.
- Smith. V. (1978). *The anthropology of tourism*. Oxford: Blackwell.
- Songur, F. (2017). Şehir tarihi ve turizm: Bursa örneği. *International Journal of Social Inquiry*.
- Soykan, F. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 21-33.
- Stausberg, M. (2012). *Religion and tourism: Crossroads, destinations and encounters*. Routledge.
- Sung, H. H. (1996). *Definition of adventure travel: Conceptual framework for empirical application*. Unpublished Master's Thesis, Purdue University, West Lafayette, IN.
- Sung, H. H., Morrison, A. M., and O'Leary, J. T. (1996). Definition of adventure travel: Conceptual framework for empirical application from the providers' perspective. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2), 47-67.
- Şamlı, M., Bayraktar, O. ve Korel, F. (22-25 Şubat 2011), *Zeytinyağının termal kararlılığının piyasadaki diğer yağlarla karşılaştırılması*. Ulusal Zeytin Kongresi, Akhisar.



- Şekerci, S. (2018). *Tarım turizmi (TaTuTa) projesi kapsamında faaliyet gösteren ekolojik çiftliklerde bir araştırma: İzmir ili örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- Taft, R. (1977) Coping with Unfamiliar Cultures. In *Studies in Cross Cultural Psychologic*. Volume I. N. Warren. ed. London: Academic Press.
- Tanoğlu, A. (1968). *Ziraat hayatı*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Taymaz, H. (1978). *Hizmet içi eğitim: Kavramlar, ilkeler, yöntemler*. Ankara: Gül Yayınevi
- Tetik, N. (2006). *Türkiye'de profesyonel turist rehberliği ve müşterilerin turist rehberlerinden beklentilerinin analizi (Kuşadası örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tetik, N. (2012). *Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterlilikleri: doğu karadeniz örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tezcan, M. (2000). *Türk yemek antropolojisi yazıları*. İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Thomé-Ortiz, H. (2020). Social construction of mycological culinary heritage as a tourist resource and its dimensions of sustainability. *Folia Turistica*, 45.
- Timothy, D.J. ve Daniel H. O. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. London, New York: Routledge.
- Toker, A. (2011). *Kültür turizminin sürdürülebilirliğinde profesyonel turist rehberlerinin rolü Ankara örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tolga F.Ç. ve Ayşe E. (2020). *Turist rehberliği uzmanlaşma eğitimleri ne kadar uzmanlaştırıyor?* Mtcon'20 Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı Bildiriler Kitabı.
- Tolga, Ö., Korkmaz, H. ve Atay, L. (2015). Lisans düzeyindeki turist rehberliği öğrencilerinin mesleki tutumlarına yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 12(2), 26-41.
- TOPSAKAL, Y. (2021). Lisansüstü düzeyde turist/turizm rehberliği eğitimi veren programların müfredatlarının incelenmesi ve öneriler. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(1), 99-115.
- Tunalıoğlu, R. (2010). Türkiye zeytinciliğinde tarihsel ve ekonomik gelişmeler. *Zeytin Bilimi*, 1(1), 15-22.
- Tunalıoğlu, R., Tiryaki, G.Y., Tan, S., ve Taşkaya, B. (2003). Dünya zeytinyağı tüketimindeki gelişmeler; bu gelişmeyi destekleyen çalışmalar ve Türkiye zeytinyağı tüketimindeki değişimler. *Türkiye I. Zeytinyağı ve Sofralık Zeytin Sempozyumu*, İzmir.
- Turist Rehberliği Meslek Kanunu (2014), T.C. Resmi Gazete, 29217, 26 Aralık 2014
- Türker, A., Güzel, F. Ö., ve Türker, G. Ö. (2012). Turizm aktörü olarak profesyonel turist rehberlerinin Türkiye'deki rehberlik eğitim sistemine bakış açılarını

belirlemeye yönelik bir odak grup çalışması. *Turizm Eğitimi Konferansı Tebliğler*, 336–351

- Uğuz, U. (2011). Sürdürülebilir turizm kapsamında Burhaniye'nin alternatif turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 332-353.
- Uzdil, Z. ve Saka, M. (2020). Yağ asitlerinin inflamasyonla ilişkili süreçlere etkisinin değerlendirilmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 48(2), 68-74.
- Ünal, G. Ş., (2019). *Gastronomi turizmi kapsamında zeytin ve zeytinyağı festivallerine yönelik bir araştırma: ayvalık hasat günleri örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi İzmir:Katip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ünar, Ş. (2019). Hitit dönemi Anadolu'sunda meyve ağaçları. *Anasay*, 9, 11-30
- Ünsal, A. (2006). *Ölmez ağacın peşinde. Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı*.(5. Basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ünsal, A. (2007). *Ölmez ağacın peşinde. Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı*.(6. Basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Ünsal, A. (2011). *Ölmez ağacın peşinde. Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı*.(8. Basım). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Vinha, A.F., Ferreres, F., Silva, B. M., Valentao, P., Gonçaves, A., Pereira, J. A. ve Andrade, P.B. (2005). Phenolic profiles of Portuguese olive fruits (*Olea europaea* L.): Influences of cultivar and geographical origin. *Food chemistry*, 89(4), 561-568.
- Vukonic', B. (1996). *Tourism and Religion*. Oxford, New York, Tokyo: Pergamon.2002. "Religion, tourism and economics: A convenient symbiosis. *Tourism Recreation Research*,27: 59–64.
- Vukonic', B. (1996). *Tourism and religion. Tourism Recreation Research*.27: 59–64
- Weiler, B.ve Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91-98.
- Weiler, B. ve Davis, D. (1993). An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader. *Tourism Management*, 14(2), 91-98.
- Wong, C. S. ve Law, K.S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *Leadership Quarterly*, 13, 243-274
- Yaksa, N.W. (2006). *Theoretical bases of professional and pedagogical preparation of future teachers for interaction of subjects of educational process in the conditions of multiculturalism of the Crimean region*. Zhytomyr: Publishing of Zhytomyr Ivan Franko State University.
- Yenipınar, U. ve Yılmaz, L. (2019). Turist rehberliğinde uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel & Ö. Köroğlu (Ed.), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara*. Ankara: Nobel
- Yenipınar, U., Çınar, B., Bak, E. (2017). *Turist rehberliği eğitimi ve mesleğin güncel sorunları ve çözüm önerileri*. 3. Turizm Şurası, 656-666.

- Yenipınar, U., ve Yılmaz, L. (2019). Turist rehberliğinde uzmanlaşma. İçinde Ö. Güzel ve Ö. Köroğlu (Ed.), *Turist rehberliğinde uzmanlaşma özel ilgi turlarından özel konulara*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yenipınar, Uysal, Bak, E., Çapar, G. (2014). Turist rehberliği meslek kanununun, meslek örgütleri ve öğretim elemanlarının bakış açısı ile değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 86-114.
- Yılankırkan, N. ve Doğan, H. (2020). Türkiye'nin enerji görünümü ve 2023 yılı birincil enerji arz projeksiyonu. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 10(2), 77-92.
- Yıldırım, A., Toksöz Gün, F. ve Hamamcı, A. (2017). Turizmin önemli bileşenlerinden biri kültür sanat turizmi göller bölgesi. *Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 56, 45-48
- Yıldız, Z., Yıldız, S. ve Karaçayır, E. (2017). Dünya'da ve Türkiye'de engelli turizmi pazarının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (2): 61-80.
- Yılmaz, N. ve Erdem, R. (2016). Uzmanlaşma ve tıpta bütüncül yaklaşım üzerine bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(16), 35-47.
- Zahari, M.S.M., Jalis, M.H., Zulfify, M.I., Rodzi, S.M. ve Othman, Z. (2009). Gastronomy: an opportunity for malaysian culinary educators. *International Education Studies*, 2 (2); 66-71
- Zengin, B., Batman, O. ve Yıldırım, R. (2004). Seyahat acentalarının turist rehberlerinden beklentilerine yönelik bir araştırma. *I. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi Bildirileri 15-16 Nisan 2004*, 366-376.
- Zhang HQ, Chow I, (2004) Application of Importance-Performance Model in Tour Guides' Performance: Evidence From Mainland Chinese Outbound Visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25: 81-91.
- http-1:**www.myk.gov.tr, (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-2:**www.wftga.org/tourist-guiding/whattourist-guide (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-3:**www. caro.org.tr. (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-4:**www.etymonline.com, (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-5:**www.antiktarih.com, (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-6:**www.osym.gov.tr/TR,21247/2021-yuksekogretim-kurumlari-sinavi-yks-yuksekokretim-programlari-ve-kontenjanlari-kilavuzu.html/28.03.2022 (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-7:**https, s://www.etymonline.com, (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-8:**https, s://sozluk.gov.tr, (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-9:**https, s://www.olives.com/early-california/world.html (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-10:**https, s://www.fao.org/2019 (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http11:**https://ticaret.gov.tr/data/5d41e59913b87639ac9e02e8/3acedb62acea083bd15a9f1dfa551bcc.pdf

- http-12:**[https, //arastirma.tarimorman.gov.tr/izmirzae](https://arastirma.tarimorman.gov.tr/izmirzae) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-13:**[https, //www.mevzuat.gov.tr/](https://www.mevzuat.gov.tr/) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-14:**[https, //www.anitagaclar.gov.tr/detail/zeytin-oleae-europaea/83](https://www.anitagaclar.gov.tr/detail/zeytin-oleae-europaea/83) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-15:**[www.ayvalikhasatgunleri.com](http://www.ayvalikhasatgunleri.com) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-16:**[https, s.//ci.turkpatent.gov.tr](https://ci.turkpatent.gov.tr) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-17:**[https, www.ozemleyasam.com/](https://www.ozemleyasam.com/)[https, s.//www.nerminhanim.com/zeytinyagi](https://www.nerminhanim.com/zeytinyagi) (Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-18:**<http://www.tureb.org.tr/>(Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-19:**<https://www.adatepe.com/StaticPages/adatepe-zeytinyagi-muzesi/145/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-20:**<https://www.sabitertur.com.tr/evren-ertur-zeytinyagi-galerisi/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-21:**<http://etkinlik.balikesir.bel.tr/turizm.php?page=65/>(Erişim tarihi: 22.03.2022).
- http-22:**<https://www.egea.com.tr/MUZE,DP-7.html/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-23:**<https://kzmurla.com/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-24:**<https://www.oleatrium.com/tr/>(Erişim tarihi: 17.10..2022).
- http-25:**<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210592/klazomenai-urla.html/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-26:**<http://www.altinozu.gov.tr/turkiyenin-ilk-zeytin-muzesi-tokacli/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-27:**<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-194266/urla-ilcemizde-kostem-zeytinyagi-muzesi-acildi.html/>(Erişim tarihi: 17.10.2022).
- http-28:**<https://www.kkb.com.tr/urunler/ciftci-kayit-sistemi> (Erişim tarihi:01.09.2022)
- http-29:**<https://balikesir.ktb.gov.tr/#> (Erişim tarihi:01.09.2022)
- http-30:**<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-331098/istatistikler-ve-veriler.html> (Erişim tarihi:01.09.2022)
- http-31:**<https://manisa.ktb.gov.tr/> (Erişim tarihi:01.09.2022)
- http-32:**<https://canakkale.ktb.gov.tr/>(Erişim tarihi:01.09.2022)

## EKLER

### Ek-1:Görüşme Formu 1

#### Değerli katılımcı;

Bu görüşme Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalında ‘**Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: ‘Zeytin Tarımı Ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği’** başlıklı yüksek lisans tez çalışması için veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Araştırma kapsamında turizm paydaşları ile bire bir görüşme yapılması planlanmıştır. Görüşme sonucu ifadeleriniz araştırmaya katılımcı kodu ile aktarılacağını ve sadece bilimsel amaçla kullanılacağını taahhüt ederim.

#### **1.Grup (Akademisyenler, Seyahat Acentaları, Konaklama İşletmeleri ve Turist Rehberleri)**

1. Zeytin, zeytin ağacı ve zeytinyağı sizin için ne ifade etmektedir?
2. Her turist rehberleri kendi çabasıyla zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşabilir mi yoksa uzmanlaşmaları için özel bir eğitim programına dahil olmaları gerekli midir, Neden?
3. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşma programı kimler ve hangi kurumlar tarafından verilmelidir?
4. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak turist rehberleri için nasıl bir program önerirsiniz? (içerik, gün, ders saati vb.)
5. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak bir turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler (bilgi ve beceriler) nelerdir?
6. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşmayı planlayan/isteyen bir turist rehberinin hangi sorumluluklara sahip olması gerekmektedir?
7. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin hizmet sunacağı turist kitlesinin özellikleri nelerdir?
8. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin bu alandaki işletmelere sağlayacağı katkılar nelerdir?

9. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin zeytin turistine sağlayacağı katkılar nelerdir?
10. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin yerel halka sağlayacağı katkılar nelerdir?
11. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak turist rehberinin destinasyona ve turizme katkısını değerlendirir misiniz?
12. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin sunacağı hizmet ile turizmde hangi alanlarda gelişme görülmesi mümkündür?
13. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine oluşturulacak tur programlarında öne çıkacak destinasyon veya rota örneği verebilir misiniz?
14. ‘Zeytin Rotası’ oluşturulması sonucunda turistlerin ilgilerinin nasıl olacağıyla ilgili düşünceleriniz nelerdir?
15. Turlarınızda, turistlerin zeytin ve zeytinyağına ilgileri nasıl veya bu anlamda soruları oluyor mu, örnek verebilir misiniz?

## Ek-2: Görüşme Formu 2

### Değerli katılımcı;

Bu görüşme Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalında ‘Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: ‘Zeytin Tarımı Ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği’ başlıklı yüksek lisans tez çalışması için veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Araştırma kapsamında zeytin ve zeytinyağı uzmanları ve paydaşları ile bire bir görüşme yapılması planlanmıştır. Görüşme sonucu ifadeleriniz araştırmaya katılımcı kodu ile aktarılacağını ve sadece bilimsel amaçla kullanılacağını taahhüt ederim.

### 2. Çalışma Grubu (Zeytin ve Zeytinyağı Uzmanları ve Paydaşları )

1. Zeytin, zeytin ağacı ve zeytinyağı sizin için ne ifade etmektedir?(ortak)
2. Her turist rehberleri kendi çabasıyla zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşabilir mi yoksa uzmanlaşmaları için özel bir eğitim programına dahil olmaları gerekli midir, Neden?
3. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşma programı kimler ve hangi kurumlar tarafından verilmelidir?
4. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak turist rehberleri için nasıl bir program önerirsiniz? (içerik, gün, ders saati vb.)
5. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak bir turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler (bilgi ve beceriler) nelerdir?
6. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşmayı planlayan/isteyen bir turist rehberinin hangi sorumluluklara sahip olması gerekmektedir?
7. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin hizmet sunacağı turist kitlesinin özellikleri nelerdir?
8. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin bu alandaki işletmelere sağlayacağı katkılar nelerdir?
9. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin zeytin turistine sağlayacağı katkılar nelerdir?

10. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin yerel halka sağlayacağı katkılar nelerdir?
11. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak turist rehberinin destinasyona ve turizme katkısını değerlendirir misiniz?
12. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin sunacağı hizmet ile turizmde hangi alanlarda gelişme görülmesi mümkündür?
13. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine oluşturulacak tur programlarında öne çıkacak destinasyon veya rota örneği verebilir misiniz?
14. ‘Zeytin Rotası’ oluşturulması sonucunda turistlerin ilgilerinin nasıl olacağıyla ilgili düşünceleriniz nelerdir?



### **Ek-3: Görüşme Formu 3**

#### **Değerli katılımcı;**

Bu görüşme Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Anabilim Dalında ‘Turizm Rehberliğinde Alan Uzmanlığı Önerisi: ‘Zeytin Tarımı ve Zeytinyağı Üzerine Turist Rehberliği’ başlıklı yüksek lisans tez çalışması için veri toplamak amacıyla yapılmaktadır. Araştırma kapsamında zeytin çiftçileri ile bire bir görüşme yapılması planlanmıştır. Görüşme sonucu ifadeleriniz araştırmaya katılımcı kodu ile aktarılacağını ve sadece bilimsel amaçla kullanılacağını taahhüt ederim.

#### **3. Çalışma Grubu (Çiftçiler )**

1. Zeytin, zeytin ağacı ve zeytinyağı sizin için ne ifade etmektedir?
2. Zeytin arazinizi turizm faaliyetlerine açmak ister misiniz?
3. Zeytin ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberi ile arazinizde turizm faaliyetleri gerçekleştirir misiniz?(Hasat, tadım, tanıtım ve satış)
4. Arazinizde planlanacak turizm etkinliklerinin olumlu ve olumsuz yönlerini değerlendirir misiniz?
5. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak bir turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler (bilgi ve beceriler) nelerdir?
6. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşmayı planlayan/isteyen bir turist rehberinin hangi sorumluluklara sahip olması gerekmektedir?

## Ek-4: Görüşme Örneği

### ÖN BİLGİ

1. Katılımcı: T15
2. Yaş: 42
3. Cinsiyet: Kadın
3. Öğrenim Durumu: Lisans
4. Meslek: Turist Rehberi

### GÖRÜŞME SORULARI VE KATILIMCININ CEVAPLARI

1. Zeytin, zeytin ağacı ve zeytinyağı sizin için ne ifade etmektedir?

T15: Zeytin ve zeytinyağı, binlerce yıldır insan hayatında önemli bir yer edinmiş, sağlığın en önemli temel taşlarından birisi. Sadece yağından değil, aynı zamanda meyvesinden ve güçlü ahşabından da faydalanılan ender ağaçlardan birisi olduğu için son derece önemli, doğanın mucizevi bir ürünüdür.

2. Türkiye’de zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda turist rehberlerinin özel bir eğitim alması ya da uzmanlaşması gerektiğini düşünüyor musunuz? Neden?

T15: Türkiye’de bulunan illerin neredeyse yarısında zeytin üretimi yapıldığı için turist rehberlerinin ülkenin önemli tarım ürünlerini anlatırken zeytinden bahsetmesi mutlaka gereklidir. Ayrıca Anadolu coğrafyasında ve tarihinde zeytinin yeri “sadece meyve/ yağ” olamayacak kadar köklüdür. Dolayısıyla her turist rehberinin zeytin ile ilgili yeterli donanıma sahip olması (Bilgi) mutlaka gereklidir

Günümüz teknolojisinde yeterli kaynaklara ulaşıldığı takdirde turist rehberleri zeytin üzerine bireysel olarak ulaşabilirler. Ancak öğrenecekleri hiç bir bilgi, bir uzmanın aktardığı ya da yapacakları birebir uygulamaların yerini tutmayacaktır

3. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşma programı kimler ve hangi kurumlar tarafından verilmelidir?

T15: Uzmanlaşma eğitimi, uluslararası çalışmalar yapmış, Türkiye’deki zeytin / zeytinyağı ile konu hakkında çalışma ve üretim yapan diğer ülkeler arasında

karşılaştırma yapabilecek yeterliliğe sahip kişiler (Akademisyenler) tarafından verilmelidir

4. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak turist rehberleri için nasıl bir program önerirsiniz? (içerik, gün, ders saati vb.)

T15: İlk etapta teorik olacak derslerin bir süre sonra pratiğe dökülmesi ile uzmanlık eğitiminde başarı sağlanabilir. Eğitimi alan rehberin sadece eğitmeni dinleyerek ya da kaynakları okuyarak değil, aynı zamanda bir zeytin dalının bakımına, hastalıkların iyileştirilmesinden zeytinin / zeytinyağının sofraya sunulmasına, tüketim şekillerine (Uygulama) kadar her alanında bilgi ve beceri sahibi olacağı tarzda bir eğitim sonunda ancak uzman olması mümkün olabilir

5. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak bir turist rehberinin sahip olması gereken nitelikler (bilgi ve beceriler) nelerdir?

T15: Sık sık zeytinlikleri gezip zeytin ağacının bakımı, dönemsel gelişimleri ve hasat zamanıyla (Dikim-Hasat) alakalı detaylı bilgiye sahip olması gereklidir. Yalnızca olumlu değil, aynı zamanda olumsuzluklar karşısında da ne yapılması gerektiğini ve bu olumsuzlukların soframıza ulaşan ürünlere yaptığı etkileri de bilmesi gereklidir. Bunun yanı sıra farklı coğrafyalarda yetişen zeytin ağaçları arasındaki farkları (Zeytin-zeytinyağı) iyi bilmeli, özellikle de zeytinyağı konusunda uzmanlaşacaksa, zeytinyağı tadımı yapabilecek tat ve koku (Uygulama) duyusuna sahip olmalıdır

6. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşmayı planlayan/isteyen bir turist rehberinin hangi sorumluluklara sahip olması gerekmektedir?

T15: Zeytin tarımının gelir-geçer bir aktivite olmadığı, özellikle uzun yıllar içerisinde birikecek tecrübeye dayandığının farkında olması gereklidir. Dolayısıyla konu üzerinde uzmanlaşmak isteyen turist rehberinin gerekirse boş zamanlarından taviz vererek gerek tarlada, gerek uluslararası eğitim aktivitelerinde aktif olarak yer (Kendini geliştirme) alması gereklidir.

7. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin hizmet sunacağı turist kitlesinin özellikleri nelerdir?

T15: Hizmeti alacak olan grup özel ilgi alanı (Alana özel ilgi )dolayısıyla bahsi geçen tur programına katılacaktır. Dolayısıyla uzman rehberden detaylı ve yüzeysellikten

uzak bilgiler talep edecektir. Bu tarz turlarda aynı zamanda programdan ve rehberden uygulamalı aktiviteler de beklenecektir (hasat, tadım, sıkım, farklı zeytin çeşitlerinin üretim aşamaları vs).

8. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin bu alandaki işletmelere sağlayacağı katkılar nelerdir?

T15: Özellikle tur rotası üzerinde bulunan küçük ölçekli işletmelerin önünden gelip geçmek yerine, bilinçli bir şekilde zeytinin, dolayısıyla da zeytin/zeytinyağı üreticisinin tanıtımına ve turist grubu tarafından tanınmasına (Marka olmak )katkıda bulunacaktır. Olumlu rekabete sebebiyet verecek ve işletmelerin ürünlerinin ve verdikleri servisin kalitesinin gün geçtikçe artmasını (Kalite) sağlayacaktır

9. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin zeytin turistine sağlayacağı katkılar nelerdir?

T15: Günlük hayatta sık kullanılan bir ürün olan zeytin ve zeytinyağı bilinçli tüketilmeye başlanacak. Özellikle zeytin türleri ve zeytinyağları arasındaki farklar (sızma ile riviera gibi) öğrenileceği için turist daha seçici olacak (Bilinçli alışveriş ve tüketim)

10. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin yerel halka sağlayacağı katkılar nelerdir?

T15: Uzman rehberin güvencesi ile düzenlenecek, özellikle zeytin tarımı yapan çiftçiler için “zeytin hasadı”, “zeytinyağı sıkımı” vb aktiviteler altında ilave gelir sağlamaları (Ekonomik katkı) mümkün olacaktır. Bunun haricinde zeytin ile ilgili yeni bilgiler edinen turistin, daha önce ilgisinin çekmemiş dahi olsa bölgede satılan ürünlere duyacağı ilgi ve bölgeye tekrar gelerek/tavsiye ederek (Sürdürülebilirlik) sirkülasyon oluşturması ile de ekonomik kalkınma sağlayacaktır

11. Zeytin tarımı ve zeytinyağı konusunda uzmanlaşacak turist rehberinin destinasyona ve turizme katkısını değerlendirir misiniz?

T15:Zeytin bölgelerinde gerçekleştirilecek alternatif tur rotaları ile yeni ziyaretçilerin (Tanınırlık )yanı sıra daha önce bölgeyi ziyaret etmiş turistlerin dahil bölgeye yeniden gelmeleri (Sürdürülebilirlik) için bir sebep oluşturacaktır. Ayrıca bilinçli gezen turist

kaynaklı pozitif rekabet oluşacak, bölgedeki ürünlerin ve hizmetin giderek iyileştirilmesi (Kalkınma) sağlanacaktır.

12. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine uzmanlaşacak bir turist rehberinin sunacağı hizmet ile turizmde hangi alanlarda gelişme görülmesi mümkündür?

T15: Özellikle gastronomi turları ya da zeytin hasadı, zeytinyağı üretme ya da zeytin ağacı bakımı gibi, son dönemde gittikçe popülerleşen ekoturizm (Çevre dostu turizm türleri) ya da “tecrübe turları” gibi butik sayılabilecek turlar ön plana çıkartılabilir.

13. Zeytin tarımı ve zeytinyağı üzerine oluşturulacak tur programlarında öne çıkacak destinasyonlar nereleridir?

T15: Toplam zeytin üretimi payı olarak bakıldığı takdirde Ege Bölgesi, en popüler destinasyon olacaktır. Ancak özellikle Hatay başta olmak üzere Akdeniz Bölgesi’nde de da var olan zeytin üretimi dolayısıyla, kalıpların dışına çıkarak Doğu Akdeniz de bu önemli destinasyonlar arasında düşünülebilir

14. ‘Zeytin Rotası’ oluşturulması sonucunda turistlerin ilgilerinin nasıl olacağıyla ilgili düşünceleriniz nelerdir?

T15: “Zeytin Rotası” tek başına uygulandığı takdirde tekdüze olabilecek, sezonu kısa bir rota fikri uyandırıyor. Ancak bu rota, antik dünya ya da gastronomi turu (Turizm türleri ile etkileşim) ile birleştirildiği takdirde son derece ilgi çekici ve devamlı olacaktır.

15. Turlarınızda, turistlerin zeytin ve zeytinyağına ilgileri nasıl veya bu anlamda soruları oluyor mu, örnek verebilir misiniz?

T15: Zeytinyağı konusu, özellikle Kuzey Ege turlarında yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekiyor. Özellikle zeytinyağının kullanım alanları (Ürünü tanıma) ile ilgili doğru bildikleri yanlışları düzeltmek (zeytinyağı çabuk yanar ve kızartma yapmak için kullanılmaz yanlış bilgisinin düzeltilmesi, rivieranın sağlıklı olmadığı vb) ya da zeytinyağını karanlıkta saklamaları (Ürünü tanıma) gerektiği gibi yeni bilgiler turistlerin aktiviteden memnun ayrılmalarını sağlıyor.

## **Ek-5: Zeytin Rotasına Dahil Edilebilecek Zeytin Temalı Müzeler**

Zeytin temalı turlarda zeytin işçiliğinin tarih boyunca geçirdiği evreleri anlamanız ve aktarabilmemiz için geçmişten günümüze zeytin ve zeytinyağı işleme teknolojileri, kullanılan sistemler ve çeşitli kapların sergilendiği müzelerin ziyaret edilmesi önemli katkı sağlayacaktır. Bu nedenle Türkiye’de bulunduğu bölgelere ve konuya önem katan zeytin temalı müzeler hakkında bilgiler derlenmiştir.

### **Kuzey Ege Turlarında Zeytin Temalı Müzeler**

#### **Adatepe Müzesi**

Çanakkale-İzmir karayolu üzerinde Küçükkuşu kasabasının girişinde yer alır. Türkiye'nin zeytinyağı temalı ilk müzesi olan ‘Adatepe Zeytinyağı Müzesi’ 2001 yılında açılmıştır. Özel girişim ile 5 kişi tarafından yapımı üstelenen müzenin kurucuları; Müfit ERKARAKAŞ, Mahmut BOYNUDELİK, Erhan ŞENGEL, Haluk YURTKURAN ve Mustafa ÇAKILCIOĞLU’dur. Tarihi sabunhane binası restorasyon ile müze haline getirilerek turizme kazandırılmıştır. Binada günümüzde halen kuru baskı tarzında zeytinyağı üretimine devam edilmekte ve civar köylerden toplanmış zeytin, zeytinyağı ve sabun üretimine ilişkin eski zeytinyağı presleri, zeytin toplama aletleri, taşıma ve saklama kapları, çeşitli folklorik objeler sergilenmektedir.

Adatepe Müzesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen özel müze statüsüne sahip olup, Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri listesinde yer almaktadır([http-19](http://19))

#### **Edremit Özel Ertür Zeytinyağı Müzesi**

Edremit mekezde Kuruçay mevkiinde yer alan müze 2005 yılında ziyarete açılmıştır. Daha önceden yıkılmış 100 yıllık bir binanın tuğlalarından inşa edilen binanın müze halini alması 7 yıllık bir çalışma sonucu gerçekleşmiştir. Müze içerisinde zeytinyağı küpleri, zeytinyağı elde etmede kullanılan ekipmanlar eski çağlardan günümüze kadar tarihsel bir süreç ile düzenlenmiştir. Müzede yer alan zeytin sıkma için kullanılan ahşap kaldıraçlar, ahşap mengenerler, sulu baskılı dönemde kullanılan madeni mengenerler ve milattan öncesinden başlayarak, buharın icat edildiği yıllara kadar kullanılan aletleri, zeytin ve zeytinyağı yapım süreçlerini gözlerinizde canlanmasını mümkün kılıyor. Müzenin hemen yanında günümüz teknolojisi ile faaliyet gösteren zeytinyağı sıkma tesisinde ziyaretçilerini kabul etmektedir ( [http-20](http://20)).

## **Ayvalık Zeytin Galerisi**

Zeytin Galerisi; Ayvalık merkezde, Ali Çetinkaya mahallesi Vakıflar yolu üzerinde bulunmaktadır. Ayvalık Belediyesi tarafından 2012 yılında Vakıflar Zeytinyağı fabrikasının restore edilmesiyle ziyaretçilerine açılmıştır. Müzede zeytinyağı ve sabun yapımında kullanılan mekanizmalar, araçlar, gereçler, antik çağlarda zeytinyağı üretimini betimleyen görseller, Ayvalık hakkında bilgilendirmelerin olduğu alanlar ve tarihi Ayvalık fotoğrafları sergilenmektedir ([http-21](http://21)).

## **Ege bölgesi Turları için Zeytin Temalı Müzeler ve Tarihi İşlikler**

### **Egea Zeytin Müzesi**

Müze ;Manisa'nın Akhisar ilçesinde Mustafa Abut caddesinde yer almaktadır. Bulgar ustalar tarafından 1900 lü yıllarda kasaphane olarak inşa edilen bina, 1980'li yıllarda terk edilmiştir. 2011 yılında Akhisar Belediyesi tarafından restorasyonu gerçekleştirilen bina 2013 yılında özel bir işletmeci tarafından 'Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi, Restoran ve Shop' adı ile ziyarete açılmıştır. Tarihi 300 yıl öncesinden başlayarak günümüze kadar kullanılan zeytin ve zeytinyağı işleme aletlerinin sergilendiği müzenin kafesi, zeytin ve zeytinyağı alışveriş alanı bulunmaktadır. Müze; Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri listesinde yer almaktadır ([http-22](http://22)).

### **Köstem Zeytinyağı Müzesi**

Köstem Zeytinyağı Müzesi, İzmir'in Urla ilçesinde, Uzunkuyu Köyü'nde bulunmaktadır. 2002 yılında yapımı başlanan müzenin sürdürülebilir olması için 'Köstem Kültür, Eğitim ve Müzecilik Vakfı' kurulmuştur. 2017'de ziyarete açılan müze 20.000 metrekare toplam alan içinde 5.650 metrekare kapalı Alana sahiptir. Müze bahçesinin peyzajı düzenlenirken bir arberatum oluşturma mantığı içinde bölgede yetişen tüm ağaç türlerinden 500 ağaç müze bahçesine dikilmiştir. Müzenin bir enstitü gibi çalışması planlanırken, çevresine, içinde bulunduğu yerel halka ve köylere nasıl fayda sağlanır düşüncesi de planlama döneminde ortaya konulmuş bu amaca yönelik tanıtım faaliyetleri de yürütmektedir. Bu amaç ile Barbaros, Birgi, Germiyan, Kadiovacık, Nohutalan, Uzunkuyu, Zeytineli ve Zeytinler köylerinin de tanıtımı yapılmaktadır ([http-23](http://23)).

Müzenin kuruluşu ülkemizde bugüne kadar kurulmuş bulunan tüm zeytinyağı ezme sistemlerinin 1/1 ölçekte müze içinde yer almasını sağlamak ve yurt dışındaki çok gezilen zeytinyağı müzeleri içinde neredeyse hiç konu olmayan ülkemiz, Ege ve Urla zeytinciliğini ve kültürünü yansıtmayı amaçlamaktadır. Köstem Zeytinyağı Müzesi Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri listesinde yer almaktadır (<http-27>).

### **Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi**

Yapımına 2009 yılında; malzemelerin sürdürülebilirliğini ve orijinalliklerini korumak ve devam ettirmek amacıyla yerel ve orijinal çıkma/söküm ürünler (harman tuğla-taş-ahşap vb.) kullanılarak başlanan müze, 2011 yılında “Oleatrium Sergi Salonu” adıyla açılmış, 2012 yılında Özel Müze statüsü almıştır. Toplamda 11 adet salondan oluşan müzenin 10 salonunda yer alan sergilemede, antik dönemden günümüze kadar olan süreçte (MÖ 2 binden itibaren) tarihsel sıralama ile zeytinyağı üretiminde geliştirilen teknolojiler ve zeytinyağının farklı kullanım alanları; eserler ile görselleştirilerek anlatılmaktadır.

Müze, zeytinyağı işçiliğini Arkaik, Geçiş, Roma, Erken Bizans, Geç Bizans, elektrik gücü, ve erken sanayi dönemleri olmak üzere ayrı ayrı ele almıştır. Ayrıca mahzen bölümünde zeytinyağının saklandığı anforalar, aydınlatma bölümünde kandiller, farklı dönem preslerinin sergilediği toplu sunum bölümü, roma hamamı ve şaraphane müzenin diğer bölümlerini oluşturmaktadır. Oleatrium, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen ‘Özel Müze’ statüsüne sahiptir (<http-24>).

### **Klazomenai Tarihi Zeytin İşliği**

Klazomenai antik kentinin önemi tarihi M.Ö. 6. yüzyıla uzana bir zeytinyağı işliğinin bulunmasıdır. Klazomenai’de arkeolojik kazılar esnasında büyük ölçekli üretime yönelik zeytinyağı işliği bulunmuştur. Buluntular kayaya oyulmuş, farklı işlevlere sahip 15 çukur bulunan bir işliği işaret etmektedir. Klazomenai’de kazısı tamamlanan zeytinyağı işliği dünyada bugün de kullanılan teknolojinin 2600 yıl önce ilk defa bu bölgede geliştirildiğini kanıtlamaktadır.



Çalışmalar sonucunda Klazomenai'nin;

1. Evrede üretimin kentin ve yakın çevresinin gereksinimini karşılamaya yönelik,

2. Evrede ise ihracata yönelik üretim yapıldığını göstermektedir.

Kazılarda bulunan Klazomenai'a özgü kuşak bezemeli amphoralar zeytinyağı ve şarap depolanmasında ve taşınmasında kullanılmıştı, bu da M.Ö. 6.yy'da kentin dış ticaretinin gelişmiş olduğunun kanıtıdır. Kazılarda ayrıca M.Ö. 2.600 dönemine ait Klazomenai şehrinin zeytinyağı depoları tespit edilmiştir (http-23).

### **Güney Adadolu Bölgesi Turları için Zeytin Temalı Müzeler**

#### **Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi**

Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi; Hatay'ın Altınözü ilçesi, Tokaçlı Mahallesi'nde bölgenin ilk zeytin müzesi olma özelliği taşımaktadır. Belediye tarafından tarihi 300 yılı aşkın olan zeytinyağı sıkma atölyesi, 10 ay süren restorasyon çalışmaları sonrası 2017 yılında zeytinyağı müzesi olarak hizmete açılmıştır. Zeytin ağacının tarihi, zeytin ve zeytinyağı üretim aşamaları görsel ve yazılı olarak ziyaretçilere sunulmaktadır (http-26).

## Ek-6: Türkiye’de Örgün Turizm Eğitimi

Ön Lisans Eğitimi	Lisans Eğitimi	Lisansüstü Eğitim
Akdeniz Üniversitesi	Adıyaman Üniversitesi	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Ankara Üniversitesi	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Akdeniz Üniversitesi
Antalya Akev Üniversitesi	Akdeniz Üniversitesi	Ankara Hacı Bayram Üniversitesi
Bingöl Üniversitesi	Aksaray Üniversitesi	Balıkesir Üniversitesi
Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi	Anadolu Üniversitesi	Batman Üniversitesi
Bursa Uludağ Üniversitesi	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi	Çanakkale 18 Mart Üniversitesi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Atatürk Üniversitesi	Ege Üniversitesi
Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Balıkesir Üniversitesi	Gelişim Üniversitesi
İstanbul Arel Üniversitesi	Batman Üniversitesi	Giresun Üniversitesi
İstanbul Aydın Üniversitesi	Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
İstanbul Ayvansaray Üniversitesi	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Kapadokya Üniversitesi
İstanbul Gelişim Üniversitesi	Çankırı Karatekin Üniversitesi	Kırklareli Üniversitesi
Karabük Üniversitesi	Ege Üniversitesi	Mardin Artuklu Üniversitesi
Kapadokya Üniversitesi	Erciyes Üniversitesi	Mersin Üniversitesi
Kıbrıs İlim Üniversitesi	Gümüşhane Üniversitesi	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Kocaeli Üniversitesi	Harran Üniversitesi	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Malatya Turgut Özal Üniversitesi	İskenderun Teknik Üniversitesi	Pamukkale Üniversitesi
Marmara Üniversitesi	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	Karabük Üniversitesi	Selçuk Üniversitesi
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	Kastamonu Üniversitesi	Şırnak Üniversitesi
Selçuk Üniversitesi	Kırklareli Üniversitesi	
Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	Mardin Artuklu Üniversitesi	
Lefke Avrupa Üniversitesi	Mersin Üniversitesi	
	Necmettin Erbakan Üniversitesi	
	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	
	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	
	Pamukkale Üniversitesi	
	Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi	
	Selçuk Üniversitesi	
	Sinop Üniversitesi	
	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	
	İstanbul Gelişim Üniversitesi	
	Niğantaşı Üniversitesi	
	Yaşar Üniversitesi	

**Kaynak:** Karaman, S.(2022). *Örgün turizm eğitimi*. Ankara: Detay Yayıncılık