

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

MADRA DAĞI'NIN ZEYTİN KÜLTÜRÜ İLE ZEYTİN TERAPİ
TURİZMİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: BAHADINLI
KÖYÜ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BATUHAN BERBEROĞLU

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KONAKLAMA İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

MADRA DAĞI'NIN ZEYTİN KÜLTÜRÜ İLE ZEYTİN TERAPİ
TURİZMİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: BAHADINLI
KÖYÜ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

BATUHAN BERBEROĞLU

TEZ DANIŞMANI

DOÇ. DR. SABRİYE ÇELİK UĞUZ

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 202012569009 numaralı Batuhan Berberoğlu'nun hazırladığı ‘ ‘ Madra Dağı'nın Zeytin Kültürü ile Zeytin Terapi Turizmine Yönelik Nitel Bir Çalışma: Bahadınkı Köyü Örneği ‘ ‘ konulu YÜKSEKLİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 05.07.2023 tarihinde yapılmış, sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/OY ÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan) Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

İmza

Üye (Danışman) Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

İmza

Üye Doç. Dr. Muammer BEZİRGAN

İmza

.../.../...
Enstitü Onayı

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na 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.

05/07/2023

İmza

Batuhan BERBEROĞLU

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca hiçbir zaman sabrını, desteğini ve bilgisini benden esirgemeyen danışman hocam Sayın Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ' a teşekkürü borç bilirim.

Tezimin saha araştırmasında yardımlarını esirgemeyen Bahadınlı köyü muhtarı Sezgin GÖKDEMİR'e, başta Derya ÖNCEL ve Samet SARINGİL olmak üzere tüm Adalıfe/Adalıdefne ailesine, Adadağı işletmesi ortağı Ünsal ÇALIŞKAN'a, diğer işletme sahiplerine ve yüksek lisans arkadaşım Merve KARAKAŞ'a teşekkür ederim.

Hayatım boyunca benden desteğini esirgemeyen, her koşul ve şartta bana güvenen ve beni destekleyen aileme sonsuz şükranlarımla....

BALIKESİR, 2023

BATUHAN BERBEROĞLU

ÖZET

MADRA DAĞI'NIN ZEYTİN KÜLTÜRÜ İLE ZEYTİN TERAPİ TURİZMİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA: BAHADINLI KÖYÜ ÖRNEĞİ

BERBEROĞLU, Batuhan

Yüksek Lisans, Konaklama İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

2023, 97 Sayfa

Günümüzde değişen tüketici davranışları bireyleri kitle turizminden alternatif turizm ve özel ilgi turizmi türlerine yönlendirmektedir. Bu noktada kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetleri önem arz ederek gelişim göstermektedir. Zeytincilik faaliyeti gerçekleştirilen kırsal alanlarda yeni bir turizm türü olarak zeytin ve zeytinyağı turizmi 2010 yılından itibaren bilimsel literatürde araştırılmaya başlanmıştır. Zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetlerde zeytinyağının sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımına yer verilmemektedir. Buradan hareketle hem zeytin ve zeytinyağı turizmi faaliyetlerini hem de zeytinyağının sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımını kapsayan zeytin terapi turizmi (ZTT) kavramı geliştirilerek bilimsel literatüre kazandırılması amaçlanmıştır. ZTT kavramı zeytin bakım, onarım, hasat ve işleme, zeytin ve zeytinyağı tadımı, oleoteca ziyaretleri, zeytin ve zeytinyağı müze gezileri, zeytinlik manzaralar, zeytin bahçeciliği, zeytin ve zeytinyağı banyosu, zeytin rotaları, zeytin anıt ağaç ziyareti gibi zeytin ve zeytinyağı ile gerçekleştirilen bütün turistik ve sağlık ve sağlıklı yaşam için faaliyetleri kapsamaktadır.

Araştırma sahası olarak hem zeytincilik geçmişi ve kültürüne sahip hem de zeytin varlığı ve üretilen zeytinyağının kalitesi nedeniyle Balıkesir ili Burhaniye ilçesine bağlı Bahadınlı Köyü (Balıkesir'in büyükşehir olması sonucunda mahalle statüsüne geçen Bahadınlı, kırsal alan özellikleri taşıması nedeniyle bu çalışmada köy olarak ifade edilmektedir) seçilmiştir. Araştırmanın örneklemini Bahadınlı köyü muhtarı ve köyde faaliyet gösteren zeytinyağı işletmeleri sahipleri oluşturmaktadır.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme kullanılarak Bahadınlı köyü muhtarı ve zeytinyağı işletmesi sahiplerinin zeytin terapi turizmine bakış açısı, sağlayacakları katkılar ve bölgede gerçekleştirilebilecek zeytin terapi turizmi faaliyetleri belirlenerek Bahadınlı köyünün ZTT potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda Bahadınlı köyünde zeytin terapi turizmi kapsamında gerçekleştirilebilecek faaliyetler belirlenmiş olup, işletme sahipleri ve köy muhtarının bölgede turizmi geliştirmek istedikleri ve zeytin terapi turizmine kapsamında düzenlenecek gezi, hasat, şenlik, festival gibi turistik etkinliklere katkı sağlanacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Zeytin turizmi, Zeytinyağı turizmi, Zeytin terapi turizmi, Edremit Körfezi, Madra Dağı

ABSTRACT

A QUALITATIVE STUDY ON OLIVE CULTURE AND OLIVE THERAPY TOURISM OF MADRA MOUNTAIN: THE CASE OF BAHADINLI VILLAGE

BERBEROĞLU, Batuhan

Master Thesis, Department of Hospitality Management

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ

2023, 97 pages

Today, changing consumer behaviours direct individuals from mass tourism to alternative tourism and special interest tourism types. At this point, tourism activities carried out in rural areas that are important and developing. Olive and olive oil tourism as a new type of tourism in rural areas where olive cultivation activities are carried out has started to be researched in the scientific literature since 2010. In the activities carried out within the scope of olive and olive oil tourism, the use of olive oil for health and healthy life is not included. From this perspective, the concept of olive therapy tourism (ZTT), which covers both olive and olive oil tourism activities and the use of olive oil for health and wellness, was developed and introduced to the scientific literature. The concept of ZTT includes all touristic and health and wellness activities carried out with olives and olive oil such as olive care, repair, harvesting and processing, olive and olive oil tasting, oleoteca visits, olive and olive oil museum visits, olive grove landscapes, olive gardening, olive and olive oil bathing, olive routes and olive monument tree visits.

Bahadınlı Village of Burhaniye district of Balıkesir province (Bahadınlı, which became a neighbourhood as a result of the metropolitanisation of Balıkesir, is referred to as a village in this study due to its rural area characteristics) was selected as the research area due to its olive farming history and culture as well as the presence of olives and the quality of olive oil produced. The sample of the research consists of the headman of Bahadınlı village and the owners of olive oil businesses operating in the village. In the research, it was aimed to reveal the olive therapy tourism potential of Bahadınlı village by determining the perspective of Bahadınlı village headman and

olive oil business owners on olive therapy tourism, The contributions they will provide and the ZTT activities that can be carried out in the region by using in-depth interviews from qualitative research methods. As a result of the research, the activities that can be carried out within the scope of olive therapy tourism in Bahadınlı village have been determined and it has been concluded that the business owners and the village headman want to develop tourism in the region and will contribute to touristic activities such as trips, harvests, festivals and festivals to be organised within the scope of olive therapy tourism.

Keywords: Olive Tourism, Olive oil Tourism, Olive Therapy Tourism, Gulf of Edremit, Madra Mountain

Değerli Aileme...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi (Konusu).....	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Araştırmanın Varsayımları	4
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	5
1.6. Tanımlar	5
2. İLGİLİ ALANYAZIN	6
2.1. Kuramsal Çerçeve	6
2.1.1. Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü ile Turizm	6
2.1.1.1. Yeni Bir Pazar Segmenti Olarak Zeytinyağı Turizmi.....	8
2.1.1.2. Zeytinyağı Turizmi/Oleoturizm	9
2.1.1.3. Zeytin ve Zeytinyağı Turisti / Oleoturist	11
2.1.1.4. Zeytin ve Zeytinyağı Turisti Motivasyonu/Oleoturist Motivasyonu	12
2.1.1.5. Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi Pazarlaması	13
2.1.1.6. Zeytinyağı Turizminin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi.....	14
2.1.1.7. Zeytin ve Zeytinyağı Turizminin Arz ve Talebi	15
2.1.1.8. Dünyada Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi	16
2.1.1.8.1. İspanya’da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi.....	17
2.1.1.8.2. İtalya’da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi	18
2.1.1.8.3. Hırvatistan’da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi	19
2.1.1.8.4. Portekiz’de Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi.....	20
2.1.1.9. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi.....	20

2.1.1.9.1. Balıkesir	23
2.1.1.9.2. Burhaniye	24
2.1.2. Zeytin Terapi Turizmi (ZTT) Kavramı	25
2.1.3. Zeytin Terapi Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi.....	28
2.1.3.1. Sağlık ve Sağlıklı Yaşam Turizmi ile Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi	30
2.1.3.2. Kırsal Turizm ile Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	31
2.1.3.3. Tarım Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	32
2.1.3.4. Gastronomi Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	32
2.1.3.5. Doğa Temelli Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi	34
2.1.3.6. Eko-Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	34
2.1.3.7. Kültür Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	35
2.1.3.8. Etkinlik ve Festival Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi	35
2.1.3.9. Yaratıcı Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi.....	36
2.1.3.10. Kamp ve Karavan Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi	37
2.1.3.11. Glamping Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi	37
2.1.4. Zeytin Terapi Turizmi (ZTT) Faaliyetleri.....	38
2.1.4.1. Zeytin ve Zeytinyağı Rotaları	39
2.1.4.2. Zeytin ve Zeytinyağı Müzeleri.....	40
2.1.4.3. Fabrika Ziyareti	41
2.1.4.5. Zeytin ve Zeytinyağı Tadım Etkinliği.....	42
2.1.4.6. Zeytinlik Manzaraları.....	43
2.1.4.7. Diğer Zeytin Terapi Turizmi Faaliyetleri.....	44
2.1.5. Bahadınlı Köyünün ZTT Potansiyeli	46
2.2. İlgili Araştırmalar	47
3. YÖNTEM.....	51
3.1. Araştırmanın Deseni.....	51
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	52
3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri	52
3.4. Verilerin Toplanma Süreci	53
3.5. Verilerin Çözümlemesi	53
4. BULGULAR VE YORUMLAR	54
4.1. Bahadınlı Köy Muhtarı ile Gerçekleştirilen Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Sonuçları	54

4.2. Bahadınlı Köyünde bulunan Zeytinyağı İşletme Sahipleri ile Gerçekleştirilen Yarı-yapılandırılmış Görüşme Sonuçları	63
4.3. Bulguların Yorumlanması	71
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	76
5.1. Sonuçlar.....	76
5.2. Tartışma.....	77
5.3. Öneriler.....	78
KAYNAKÇA	81
EKLER.....	88
EK 1: İşletme Görüşme Soruları	88
EK 2: Köy Muhtarı Görüşme Soruları	90

ÇİZELGELER LİSTESİ

<u>Cizelge 1.</u> Dünya Zeytinyağı Üretimi (Milyon Ton).....	16
<u>Cizelge 2.</u> Türkiye Yağlık Zeytin Üretiminde Önemli İller (2022).....	21
<u>Cizelge 3.</u> 2021-2022 Yılı İllere Göre Zeytin Verileri	22
<u>Cizelge 4.</u> Yıllara Göre Balıkesir İli Zeytin Verileri	24
<u>Cizelge 5.</u> Balıkesir, Edremit Körfezi ve Burhaniye’de Zeytin Ağacı Sayısı ve Zeytinyağı Üretimi	25
<u>Cizelge 6.</u> Bahadınlı Köyünün Zeytin Terapi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi	46
<u>Cizelge 7.</u> Burhaniye İlçesinde Bulunan Zeytinyağı Üretim İşletmeleri.....	52
<u>Cizelge 8.</u> Bahadınlı Köyü Hakkında Genel Bilgiler.....	55
<u>Cizelge 9.</u> Bahadınlı Köyünde bulunan Doğal, Kültürel, Tarihi Değerler ve Yapılar	56
<u>Cizelge 10.</u> Bahadınlı Köyü ile İlgili Sorunlar / Eksiklikler.....	57
<u>Cizelge 11.</u> Katılımcıların demografik bilgileri.....	64
<u>Cizelge 12.</u> İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler	65
<u>Cizelge 13.</u> İşletmelerde İstihdam Edilen Personel Sayısı.....	66

ŞEKİLLER LİSTESİ

- Sekil 1.** Türkiyede Zeytin Üretiminin Bölgelere Göre Dağılımı 21
- Sekil 2.** Zeytin Terapi Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi..... 29

KISALTMALAR LİSTESİ

BTO	: Burhaniye Ticaret Odası
TDK	: Türk Dil Kurumu
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNWTO	: Dünya Turizm Örgütü
ZTT	: Zeytin Terapi Turizmi

1. GİRİŞ

Turistik tüketici davranışlarındaki değişimlerle birlikte bireyler kitle turizmi yerine, doğa ile iç içe vakit geçirebilecekleri ve otantik bir tatil deneyimi yaşayacakları turizm türlerini tercih etmeye başlamışlardır. Bu noktada özel ilgi turizm türleri önem arz etmektedir. Özel ilgi turizmi; bireylerin sahip oldukları ilgileri tatmin etmek amacıyla, belirli bir özelliğe sahip destinasyonlara gerçekleştirdikleri seyahat ya da seyahat biçimleridir (Kaya, 2006, s. 43).

Kırsal alanlara seyahat eden turistler, turizm deneyimlerinde otantikliğe, kültürel mirasa ve yöresel ürünlere önem vermektedir, bu da kırsal bölgelerin turistlere, özgün deneyimler ve yeni alternatifler sunması gerektiğini göstermektedir (Campon-Cerro, Folgado-Fernandez ve Hernandez-Mogollon, 2017, s.1625). Bu bağlamda Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu [UNESCO], tarafından ‘İnsanlığın Somut Olmayan Mirası’ ilan edilen zeytin ve zeytinyağı, yeni bir turizm türü olarak turistlere özgün ve otantik deneyimler yaşatabilmektedir. Zeytinyağı turizmi veya oleoturizm, bilimsel literatürde 2010 yılında araştırılmaya başlanan ve hala üzerinde çalışılan yeni bir temadır (Almeida ve Silveira, 2021, s. 154). Bilimsel literatür taraması sonucunda, zeytinyağı turizminin akademisyenler ve uygulayıcılar tarafından çok az ilgi gördüğü tespit edilmiştir (Campon-Cerro, Folgado-Fernandez ve Hernandez-Mogollon, 2017, s. 1626). Bu durum zeytinyağı turizminin araştırılması ve geliştirilmesi gereken bir turizm türü olduğunu göstermektedir.

Zeytinyağı turizmi, zeytin yetiştirme alanlarıyla bağlantılı maddi ve maddi olmayan varlıkların korunmasını desteklediği için önemli bir çevresel ve kültürel değere sahiptir (Alonso ve Krajsic, 2013’den aktaran Hernández-Mogollón vd., 2019, s. 3). Zeytin ve zeytinyağı turizmi kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler kırsal alanların gelişimine, ekonomik kalkınmasına ve imajına katkı sağlayarak turistik ürün çeşitlendirmesi için önem arz etmektedir. Günümüzde tıbbi tedaviye olan güvenin azalması ve tıbbi tedavi fiyatlarının artması nedeniyle bireyler ilaçsız tedaviye yönelerek sağlığı hayatın merkezine alan ilgilere yönelmiştir (Çelik Uğuz, 2021, s. 627). Bu durumda zeytinyağının geçmişte daha çok sağlık, güzellik ve kozmetik

amaçlı kullanımı göz önüne alındığında, günümüzde unutulmaya yüz tutmuş zeytinyağı ile gerçekleştirilen sağlık uygulamalarının turizm amaçlı kullanılabileceğini göstermektedir. Buradan hareketle zeytin ve zeytinyağı turizminde, zeytinyağının sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımının eksik olduğu belirlenmiş olup literatüre yeni bir kavram olarak zeytin terapi turizmi kavramı kazandırılmıştır. ZTT'nin, zeytinyağı turizmi faaliyetlerine ek olarak zeytinyağının halk hekimliği ve geleneksel tıptaki kullanım yöntemlerini turizm ile birleştirilerek ZTT uygulamaları ile zeytin ve zeytinyağı üretimi gerçekleştirilen bölgelerin hem ekonomik kalkınmasına hem de kültürel değerlerinin yaşatılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın konusu olan zeytin terapi turizmi kavramı ile zeytincilik faaliyeti gerçekleştirilen bölgelerde geçmişten günümüze biriken zeytin ve zeytinyağı kültürü, mirası ile zeytinyağının sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımları belirlenmiş olup zeytincilik faaliyetinin asırlar öncesine dayandığı Bahadınlı köyünün mevcut potansiyeli ortaya çıkartılarak, zeytin terapi turizminin uygulanabilirliği incelenmiş ve zeytin terapi turizmi ile ilgili birçok faaliyet önerilmiştir. ZTT kavramının bilimsel literatüre kazandırılmış olması araştırmanın özgünlüğünü ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmanın, literatürdeki boşluğu doldurarak gelecekteki çalışmalara kaynak olma ve zeytincilik faaliyeti gerçekleştirilen bölgelerin paydaşları ve karar vericileri için yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

1.1. Araştırmanın Problemi (Konusu)

Zeytinyağının Akdeniz Diyeti ve UNESCO tarafından 'İnsanlığın Somut Olmayan Mirası' ilan edilmesi ile beraber tüm dünyada popülaritesi artmıştır. Zeytinyağının bilinen hiçbir olumsuz etkisi bulunmamakla birlikte sağlığa faydaları tüm dünyada kabul edilmektedir. Günümüzde değişen turistik tüketici davranışları ile beraber bireylerin seyahat tercihlerinin kırsal alanlara ve özel ilgilere kayması göz önüne alındığında kutsal kitaplarda yer alan ve tüm dünya tarafından kabul gören bir değer olarak zeytin ve zeytinyağının turizm amaçlı kullanımı ile zeytincilik faaliyeti gerçekleştirilen kırsal alanlarda yeni bir turizm türü olarak 2010 yılından itibaren zeytin ve zeytinyağı turizmi bilimsel literatürde araştırılmaya başlanmış ve dünya

genelinde zeytincilik yapılan bölgelerde bu kapsamda faaliyetler gerçekleştirilmektedir.

Eski Mısır'da yemek pişirmekten çok farmakolojik ve kozmetik amaçlı kullanılan, halk hekimliğinde tarihi bir mirasa sahip olan zeytin ve zeytinyağının, (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 2) zeytinyağı turizmi üzerine yapılan araştırmalarda ve gerçekleştirilen faaliyetlerde sağlık amaçlı kullanımlarına ve faaliyetlerine yer verilmemesi zeytin ve zeytinyağının sağlık, farmakolojik, güzellik ve kozmetik amaçlı kullanımlarının unutulmaya yüz tuttuğunu göstermektedir.

Araştırmanın konusu, zeytin ve zeytinyağının sağlık, kozmetik, farmakoloji, güzellik ve terapötik amaçlı kullanımlarının araştırılarak bu kapsamda faaliyetler belirlenmesi ile zeytin ve zeytinyağı turizmi faaliyetlerini de içerisine alan bütüncül bir yaklaşıma sahip ZTT kavramı geliştirilip, bilimsel literatüre örnek bir uygulamayla kazandırılması hedeflenmektedir. ZTT kavramı ile zeytin ve zeytinyağının günümüzde unutulmaya yüz tutmuş değerlerinin turizm ile geri kazanılarak zeytincilik faaliyetlerinin önündeki en büyük belirsizlik olan yıllık verimin hesaplanamaması ve mevsimsellik sorununa zeytin terapi turizmi faaliyetleri ile bölgenin yılın on iki ayı turist çekmesi sağlanarak bölge ekonomisine fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın iki temel amacı vardır. Birinci temel amacı ZTT kavramının bilimsel literatüre kazandırılarak, zeytin ve zeytinyağının, sağlık ve turizm ile beraber zeytincilik faaliyeti gerçekleştirilen bölgelerin kalkınmasına fayda sağlamasıdır. İkinci temel amacı ise zeytincilik faaliyetleri ile köklü bir geçmişe dayanan Bahadınlı köyünün zeytin terapi turizmi kavramı ile var olan turizm ve zeytinyağı potansiyelinin ortaya çıkarılarak bölgenin ZTT faaliyetlerini uygulayan ilk bölge olmasıdır. Bu amaçlar doğrultusunda, araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır;

1-) Bahadınlı köyünün ZTT potansiyeli (güçlü ve zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler) nedir?

2-) Araştırmaya katılan işletmelerin zeytin ve zeytinyağı ve turizm kapsamında gerçekleştirdikleri mevcut faaliyetleri nelerdir?

3-) ZTT'nin sosyo-kültürel, toplumsal ve ekonomik açıdan olumlu ve olumsuz etkileri neler olabilir?

4-) ZTT kavramı ve uygulamaları için paydaşların düşünceleri nelerdir?

5-) Bölgede ZTT kapsamında gerçekleştirilebilecek faaliyetler nelerdir?

1.3. Araştırmanın Önemi

Bu araştırmada zeytin ve zeytinyağının turizm ve sağlık amaçlı kullanımı araştırılarak bilimsel literatüre zeytin terapi turizmi kavramının kazandırılması amaçlanmıştır. Bilimsel literatürde 2010 yılından itibaren araştırılmaya başlanan ve dünyada zeytincilik bölgelerinde çeşitli uygulamaları gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi kavramının ve faaliyetlerinin, zeytinyağının sağlık, güzellik ve kozmetik amaçlı kullanımına yer vermediği görülmüştür. Buradan hareketle zeytin ve zeytinyağının güzellik, kozmetik, sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımlarına da yer veren yeni bir kavram olarak ZTT kavramının bilimsel literatüre kazandırılması amaçlanmıştır.

ZTT kavramının uygulanması aşamasında merkezi yönetim temsilcilerinin ve zeytinyağı işletmelerinin zeytin terapi turizmine bakış açısı ve katkıları ile bölgenin zeytin terapi turizmi potansiyeli önem arz etmektedir. Bu bağlamda araştırmada Bahadınlı köyü muhtarı ve zeytinyağı işletme sahiplerinin zeytin terapi turizmine bakış açıları, sağlayabilecekleri katkılar ve beklentileri ile bölgenin potansiyeli incelenerek, araştırmanın zeytin terapi turizminin uygulanması ve geliştirilmesi aşamasında paydaşlara ve uygulayıcılara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Derinlemesine görüşme sorularının çalışmanın amacına uygun bir şekilde hazırlandığı varsayılmaktadır. Katılımcıların görüşme sorularına tarafsız ve gerçekçi cevaplar verdiği varsayılmaktadır.

Bahadınlı köyünde zeytin ve zeytinyağı üretimi ve ticaretinin asırlar öncesine dayanması çalışmanın örnekleme olarak seçilmesinin nedenlerinden birisidir. Bu bağlamda Bahadınlı köyünün turizm gelişimine açık olduğu, zeytin ve zeytinyağı kültürü ile ZTT potansiyeline sahip olduğu varsayılmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın ulaşım, maliyet gibi kısıtlamalardan dolayı Bahadınlı mahallesi (küyü) ile sınırlandırılması araştırmanın tüm Edremit Körfezini kapsamaması açısından coğrafi sınırlılık olarak yer almaktadır. Dolayısıyla araştırmanın katılımcıları Bahadınlı köyü muhtarı ve Bahadınlı köyünde bulunan 5 fabrika sahibi ile sınırlandırılmıştır.

1.6. Tanımlar

Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi: Zeytin ve zeytinyağı turizmi, zeytinlik alanlarda gerçekleştirilen zeytinyağı tadımı, zeytinyağı fabrika ziyareti, zeytin ve zeytinyağı festivallerine katılım, zeytinlik manzaraları izleme gibi zeytin ve zeytinyağı ile ilgili faaliyetlere dayalı bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır.

Zeytin Terapi Turizmi: Zeytin terapi turizmi, zeytinyağı turizmi faaliyetlerine ek olarak başta zeytinyağının sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımı olmak üzere zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezleri, zeytin bahçeciliği, zeytin banyosu, zeytin köyü/kampı gibi zeytin ve zeytinyağı ile gerçekleştirilen bütün faaliyetleri kapsamaktadır.

Özel İlgi Turizmi: Özel İlgi Turizmi; “tatil tercihleri belirli motivasyonlar tarafından belirlenen ve memnuniyet düzeyleri gerçekleştirdikleri deneyime göre değişebilen tüketicileri içeren bir turizm türü” olarak tanımlanmaktadır (Novelli, 2005, s. 13).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Kuramsal Çerçeve

Araştırmanın bu bölümünde zeytin ve zeytinyağı kültürü ile turizm arasındaki ilişki, zeytin turizmi, zeytinyağı turizmi, zeytin ve zeytinyağı turisti motivasyonu, zeytin ve zeytinyağı turizmi pazarlaması, zeytin ve zeytinyağı turizminin bölgesel kalkınmaya etkisi, zeytin ve zeytinyağı turizminin arz ve talebi, dünyada ve Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı turizmi incelenmiştir. Bu incelemenin sonunda zeytin ve zeytinyağına dair her türlü faaliyetleri içeren, zeytin ve zeytinyağının doğal, tarihi, kültürel, sanatsal, sağlık ve sağlıklı yaşam açısından önemi dikkate alınarak yeni bir kavram olarak zeytin terapi turizmi kavramı geliştirilmiştir. Zeytin terapi turizminin, diğer turizm türleri ile ilişkisi incelenerek zeytin terapi turizmi faaliyetleri belirlenmiş olup bu kavram çerçevesinde Bahadınlı köyüne yönelik uygulanabilirliğine ait birçok öneri ortaya konulmuştur.

2.1.1. Zeytin ve Zeytinyağı Kültürü ile Turizm

Tarih boyunca barışın, bereketin, sağlığın simgesi olan zeytin ağacı ve meyvesi, dini kitaplarda yer alması ve kültürel değeri sayesinde kutsal kabul edilmektedir. Zeytin, zeytin ağacı ve zeytin dalına tarih boyunca çeşitli kültürel değerler yüklenmiştir. Zeytin ile ilgili türküler, atasözleri, maniler yazılması, zeytin dalının barışı temsil etmesi ve zeytin ağacının ölümsüzlük simgesi olarak kabul edilmesi bunun bir göstergesidir. Ayrıca zeytin ağacının kültürü, zeytinlikler ile birlikte harika bir manzara sunmaktadır (Millan, Morales ve Agudo, 2010, s. 9).

Mitolojik ve dini metinlerde sıklıkla kullanılan zeytin ve zeytin ağacını Akdeniz kültürünün bu kadar önemli bir parçası yapan unsur, zeytin ağacının kullanım alanlarının genişliği, güçlü ve uzun ömürlü olmasıdır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 181). Zeytin ağacının meyvesinden elde edilen zeytinyağından ‘sıvı altın’ olarak bahsedilmektedir. Zeytinyağı, Akdeniz halkları için sadece bir ürün olmanın ötesinde,

gerçek bir kültürdür. Şifalı, büyü, sonsuz bir hayranlık ve merak uyandıran büyük bir zenginlik ve güç pınarı olmuştur (Millan, Morales ve Perez, 2010, s. 740). Zeytinyağı, ünlü Akdeniz diyetiyle bağlantıları nedeniyle yalnızca tarımsal veya beslenme açısından değil, aynı zamanda tipik olarak Güney Avrupa ülkelerini karakterize eden kültürel miras ve yerel kimlik ile ilgili olarak üretim alanları için önemli bir varlık sağlamaktadır (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71). Zeytinyağı, zeytin ağacının yetiştirilmesi, zeytin hasadı ve yağ üretimi, kendine has argosu, örf ve adetleri, yaşam tarzları ve “zeytin ve zeytinyağı kültürünü” oluşturan kimliği ile farklı bir kültürdür (Murgado, 2013, s. 100). Zeytinyağı kültürü ve üretimi, yerel toplulukların kendine has özellikleri, yaşam tarzları ve peyzajları üzerinde etkilidir (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71).

Bu tanımlar, tüm zeytin ve zeytinyağı faaliyetlerinin etrafında döndüğü temel dayanak noktası olarak zeytinyağını vurgulamaktadır. Bu nedenle insanları çeken şey, bu tarımsal gıda ürünü ve etrafındaki kültürdür (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 5). Bu kültür "oleoturizm" ya da zeytinyağına dayalı turizmi ortaya çıkarmaktadır. Bilimsel düzeyde, çok az çalışma bu turizm türüne ve turistik faaliyete odaklanmıştır, çünkü henüz gelişimin erken aşamalarında (Murgado, 2013 s. 100).

Turizm açısından bakıldığında, zeytinyağı kültürü, kırsal alanların ürün çeşitlendirmesi için önemli bir fırsatı temsil etmektedir (Campón-Cerro vd., 2022. s. 2). Bu ürün etrafında, belirli bir turizm talebinin yeni istekleri doğrultusunda bir turizm önerisi geliştirilerek, bölgenin çok sayıda yerel aktörüne fayda sağlanabilir (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71). Turizm, yalnızca bir fon kaynağı olarak algılanmamalıdır. Aslında turizm, kültürle birlikte ziyaretçiler için deneyimler üreten bir endüstridir (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 145). Bütün bunlar, zeytinyağı kültürüne dayalı turistik dinamiklerin harekete geçirilmesi için değerli bir başlangıç noktası teşkil etmektedir (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71).

Zeytinyağı turizmi ile gelenek ve kültür arasındaki bağ o kadar güçlüdür ki, zeytinyağı ile bağlantılı kültürün korunması ve yaygınlaştırılması amacıyla, tarih boyunca zeytinyağı mirasına ilişkin tüm bilgilerin derlendiği eserler bulunmaktadır (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2021, s. 70). Zeytincilik tarihi, zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üretimi kültürü, tematik müzelerde, özel fuarlarda ve etkinliklerde, rehberli zeytinlik alanları turlarında ve yağ fabrikalarında sunulmaktadır (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 142). Aynı şekilde restore edilen, süslenen ve

geçmişte kullanılan eski tarım alet ve makinelerinin korunduğu müzelere dönüştürülen eski fabrikalara ziyaretler düzenlenmektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 6).

Zeytinyağı kültürü hem turizm hem de tarım sektörlerinin yanı sıra yerel toplumların yararlanabileceği çok çeşitli fırsatlar sunmaktadır (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71). Son yıllarda, temel amacı zeytinyağı ile ilgili kaynakların geliştirilmesi olan iş etkinlikleri ve çeşitli kurumsal projeler gerçekleştirilmiştir (Murgado, 2013, s. 100). Hem işletmeler hem de yerel halk için zeytinyağı turizmi, zeytinyağı kültürüyle bağlantılı yeni faaliyetler geliştirerek ek gelir yaratan yerel kaynaklar için alternatif bir kullanım sunmaktadır (Pulido-Fernandez vd. 2022, s. 2).

2.1.1.1. Yeni Bir Pazar Segmenti Olarak Zeytinyağı Turizmi

Tüketici alışkanlıklarındaki yeni eğilimler, farklı grupların ve pazar segmentlerinin yeni ihtiyaçlara uyarlanmış daha kaliteli ve farklı ürünlere olan ilgisini artırmaktadır (Millán, Arjona ve Amador, 2014, s. 181). Turizmde yaşanan gelişmeler sonucunda geleneksel deniz-kum-güneş tatili kavramı yerini farklı turizm faaliyetlerine bırakmış ve farklı arz kaynakları sunan yeni turizm türleri ortaya çıkmıştır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 181). Yeni deneyimlere yönelik talebin artması ile beraber yeni turizm türleri her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır (Canero Morales vd., 2015, s. 146).

Zeytinyağı turizmi ya da oleoturizm büyük bir doğal, tarihi ve kültürel değere dayalı bir teklifle, özel mekanlarda yeni ve benzersiz tekliflerin sunulduğu alternatif bir turizmdir (Folgado-Fernández vd., 2020, s. 21). Zeytinyağı ile yapılan bu turizm uygulaması, genellikle bu ürünün üretiminde güçlü bir geleneğin olduğu ve eski zeytinliklerin bulunduğu bölgelerde gerçekleştirilir, çünkü zeytin ağacı dünyadaki en eski ağaçlar arasındadır (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 2). Bu tür turizmde hem kültürel hem de doğal kaynaklar gerçekten turistler için cazibe merkezi olacaktır. Ancak katma değer, müşterilere yeni ve yenilikçi bir deneyim sağlayan zeytinyağı fabrikaları tarafından sağlanmaktadır (Quesada, Molina ve Ruiz, 2010, s. 1557). Zeytinyağı turizmi, şarap turizmi veya kırsal turizm gibi biraz daha konsolide olan yeni türlere eşit olabilen önemli bir alternatiftir (Canero Morales vd., 2015, s. 146).

Günümüzde şarap, zeytinyağı gibi tarihi ve kırsal değeri olan alanlarda deneyim kazanmak üzere daha fazla zaman geçiren ve daha fazla harcama yapan insan sayısı gittikçe artmaktadır (Millan, Morales ve Perez, 2010, s. 740). Bu anlamda zeytinyağı turizmi, belirli bir bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel modernizasyonu için bir fırsat kaynağı olarak işlev görmektedir (Orgaz-Agüera vd., 2017, s. 438). Turizmin kalkınmaya etkisini ortaya koyan akademik çalışmalar, gıda ürünleri aracılığıyla bir bölgenin kültürüne ve kimliğine aşina olmak isteyen meraklı bir turist kategorisi için potansiyel çekicilik olarak zeytinyağına önemli bir rol vermeye başlamışlardır (De Salvo vd., 2013, s. 25).

Zeytinyağı turizmi kavramı turizm sektöründe yeni bir niştir ve onu diğer turizm alanlarından açıkça ayıran bir dizi yönü vardır (Ruiz, Molina ve Quesada, 2018, s. 10). Nişle ilgili çeşitli faaliyetler ve özellikler nedeniyle zeytinyağı turizminin, kırsal, doğa temelli ve kültür turizmi olmak üzere üç genel ilgi alanına dayanan ve diğer özel ilgi tiyolojileriyle (ör: gastronomik ve endüstriyel turizm) ortak özellikleri olan bir özel ilgi turizmi olduğu düşünülmektedir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 154). Bu nedenle, turist pazarı nişleri veya turizmin özel ilgi biçimleri, turizmin genel ilgi biçimlerine göre güçlü bir avantaja sahiptir. İnsanların hobilerini ve/veya ilgi alanlarını daha da geliştirmeye dayalıdır, böylece seyahatlerini boş zamanlarında gerçekleştirdikleri aktivite veya pratiklerin bir uzantısı haline getirirler (Pulido-Fernandez vd., 2022 s. 1). Oleoturizmi oluşturan tüm bu unsurlar dikkate alındığında, bu tür turizmin çevresel kaynakların (endüstriyel tesisler, doğal kaynaklar) kullanımı nedeniyle uluslararası düzeyde yeni turizm trendleri arasında yer alma konusunda büyük bir potansiyele sahip olduğunu söylemek mümkündür (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2021, s. 71).

2.1.1.2. Zeytinyağı Turizmi/Oleoturizm

Zeytinyağı turizmi, kültürel mirasın korunmasına ve toplumsal kalkınmaya katkı sağlayan, zeytin ve zeytinyağı dünyasıyla ilgili bir turizm türüdür (Canero Morales vd., 2015, s. 133). Bilimsel literatürde zeytin turizmi, zeytinyağı turizmi, zeytin bazlı tarımsal turizm veya oleoturizm için benzer tanımlar bulunmaktadır. Zeytinyağı turizmi, zeytinyağı ile ilgili herhangi bir şeyden ve zeytin yetiştiriciliği ile ilgili kaynaklar (toprak, su, kırsal, kültür veya iklim) ile motive edilen bir turizm türü

olarak tanımlanmaktadır (Oplanıç, Cop ve Cehıç, 2020, s. 144). Şahin ve Aydın'a göre (2017, s. 182) zeytinyağı turizmi, genel olarak zeytinyağı ile ilgili faaliyetlere dayanan kültür, doğa ve gastronomiyi birleştiren bir turizm türü olarak tanımlanmaktadır. Millan, Morales ve Perez (2010, s. 740) ise zeytinyağı turizmini, zeytinyağını tatmanın ve/veya zeytinyağı bölgesinin özelliklerini deneyimlemenin ziyaretçileri motive eden başlıca unsur olduğunu belirterek zeytinliklere, zeytinyağı fabrikalarına, zeytinyağı festivallerine ve zeytinyağı gösterilerine yapılan ziyaretler olarak tanımlanmaktadır.

Oleoturizm olarak da bilinen zeytinyağı turizmi, zeytin ve zeytinyağına dayalı etkinlikler sunmaktadır. Bu sayede zeytinyağı, ziyaretçilere zeytinliklerin manzarasının tadını çıkarabilecekleri ve farklı zeytin ve zeytinyağı çeşitlerini tadabilecekleri turizmde yeni bir teklif oluşturmaktadır (Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon, 2019, s. 1). Zeytinyağı turizmi, kültür, doğa ve gastronomiyi birleştiren serbest zamanın tadını çıkartarak, toprağın yaşam biçimini, zeytinyağının faydalarını yaymanın ve zeytin ağacıyla ilgili her şeyden keyif almanın bir yoludur (Millan, Hidalgo ve Fuentes, 2015, s. 210). Zeytinlikler, zeytinyağı fabrikaları ve müzelerin gezilmesi, zeytinyağı ve türevlerinin tadına bakılması, ilgili ürünlerin satın alınması gibi faaliyetler bu tür turizm kapsamında geliştirilmektedir (Campon-Cerro, Folgado-Fernandez ve Hernandez-Mogollon, 2017, s. 1625).

Zeytinyağı turizmi turistik yerler için mükemmel bir tamamlayıcıdır. Turistlerin seyahatlerinde yeni deneyimlere olan ilgileri göz önünde bulundurulduğunda, zeytinyağı turizmi yıllara ve teknolojiye rağmen aynı tutarlılık ve üretkenlik ile devam eden bir süreci temsil etmektedir (Quesada, Molina ve Ruiz, 2010, s. 1557). Zeytinyağı turizmi kapsamında gerçekleştirilecek etkinliklerin bir kısmı, turistlerin şarapta olduğu gibi tat, koku, dokunma, görme ve ses zevkini yaşadığı duysal deneyim ile ilgilidir (Canero Morales vd., 2015, s. 138).

Zeytinyağı turizmi, zeytinyağı ile ilgili olarak belirli bir kültürü yansıtan kırsal alanlarda gelişmektedir (Orgaz-Agüera vd., 2017 s. 438). Zeytinyağı, kırsal zeytinlik alanlarda turizmin çeşitlendirilmesinde önemli bir unsur olma özelliğine sahiptir. Ayrıca gezilerinin ana motivasyonlarından biri olarak, yerel gastronomiye değer veren ve zeytinyağı mirasını takdir eden yükselen bir turist talebi bulunmaktadır (Campón-Cerro vd., 2014, s. 64). Oleoturizm veya zeytinyağı turizmi, kırsal alanların kalkınması için bir motive edici bir güç olmakta ve düşük gelir düzeyine sahip çiftçiler için bir ek gelir yaratmaktadır (Millan, Agudo ve Morales, 2011, s. 181). Bu alanların bazılarında

zeytin yetiştiriciliği ana geçim kaynağıdır ve zeytinyağı turizmi burada kurulan zeytinyağı şirketleri için bir çeşitlendirme yolu oluşturmaktadır (Parrilla-González, Murgado ve Torres-Ruiz, 2020, s. 1). Çünkü zeytinyağı üretimi mevsimlidir, bu nedenle zeytinyağı turizmi, modern zeytinyağı değirmenlerinin faaliyetlerini zeytin toplama ve öğütme zamanının ötesinde çeşitlendirebilir ve turizm ziyaretlerini başlatmaktadır (Campón-Cerro vd., 2022, s. 12).

Zeytinyağı turizmine katılma motivasyonu, üretildiği bölgelerde zeytinyağına özel bir odaklanma ile yerel ürünler hakkında daha fazla bilgi edinmek isteyen belirli bir turist segmentinin ziyaretçileri arasında belirli bir profil oluşturmaktadır (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 148). Yeni turist, tipik ve kaliteli ürünleri tüketmenin yanı sıra bu ürünler hakkındaki bilgisini derinleştirmeyi ve bunları üretildikleri bölgeyle ilişkilendirmeyi amaçlamaktadır (Almeida ve Silveira 2021 s. 154).

Turizm sektörünün yeni rekabetçi ortamlara, sürdürülebilir ve etkili kalkınma modellerinin tanımlanması ihtiyacı göz önüne alındığında, zeytinyağı turizminin gelişmekte olan bir çalışma alanı olarak hem akademik hem de pratik bakış açısı tarafından daha fazla ilgiyi hak eden bir girişimcilik fırsatı olduğunu belirtmek gerekmektedir (Campón-Cerro vd., 2014, s. 71).

2.1.1.3. Zeytin ve Zeytinyağı Turisti / Oleoturist

Millan, Hidalgo ve Fuentes, (2015, s. 202) 'e göre zeytinyağı turistleri, belirli bir yerde vakit geçirmek zorunda kalmadan, zeytinin ve yağının altında yatan kültürü daha derinden incelemek amacıyla, tatil zamanlarını yaşadıkları yer dışında bir yere adayın ve aşağıdaki faaliyetlerden bazılarını gerçekleştiren kişiler olarak tanımlanmaktadır;

- Zeytin preslerine, eski yağ fabrikalarına, özel mağazalara ve zeytinyağı müzelerine yapılan ziyaretlerdir. Bu şekilde, zeytinyağı üretiminin ardındaki spesifik süreç hakkında bilgi edinmek mümkündür.
- Zeytinlik ziyaretleri ve zeytinlik manzaralarının estetiğinin tefekkür edilmesi ile bazı üretim alanlarında bulunabilecek anıtsal örnekleri incelemek için ziyaretler gerçekleştirilmektedir.
- Belirli üretim yerlerinde düzenlenen zeytinyağı festivallerine katılmak.
- Zeytin ağacının kültürüyle bağlantılı farklı gelenekler hakkında bilgi edinmek.

- Zeytinyağının ana cazibe merkezi olduğu gastronomik faaliyetlere katılmak.
- Zeytinyağı ile ilgili fuarlara katılmak.
- Zeytin ve zeytinyağı ile ilgili diğer endüstrilerin özellikleri hakkında bilgi edinmek (kozmetik, konserve, ağaç işleri, marine edilmiş zeytinler, vb.)

Araştırmacılar tarafından bir zeytinyağı turisti için en yaygın olarak kabul edilen tanım, zeytin hasadından zeytin ağaçlarının peyzajına kadar zeytinyağının üretim sürecini doğrudan tanımak için ikamet ettiği yerin dışına seyahat eden kişidir (Ruiz, Molina ve Quesada, 2018, s. 3).

Zeytinyağı turist profili ile ilgili yapılan farklı araştırmalar benzer sonuçlar ortaya koymaktadır. Murgado (2013, s. 101) tarafından yapılan çalışmada zeytinyağı turisti, kentsel bir yaşam alanından aylık geliri 1,001 ile 1,500 avro arasında olan ve esas olarak zayıf turizm altyapısı nedeniyle zeytin bölgesinde nadiren konaklayan 45 yaş ve üstü evli bir erkek olarak tanımlanmıştır. Millan, Pablo-Romero ve Sanchez-Rivas, (2018, s. 16) tarafından Endülüs'te yapılan bir araştırmada ise, oleoturistin sosyo-ekonomik profili erkek, 45 yaş üstü, orta düzeyde eğitim almış, aylık 1001 € ile 2000 € arasında gelir düzeyine sahip ve evli birey olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak daha önce yapılan araştırmalara göre zeytinyağı turisti orta-yüksek gelir ve eğitim düzeyine sahip, kırk beş yaş ve üzeri, emekli ve kentsel alanlarda yaşayan, ailesi, arkadaşları veya gruplar halinde seyahat eden bireylerdir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 155).

Zeytinyağı turistleri, zeytinyağı ve çevresinde dönen yerel kültüre, mirasa, manzaraya ve geleneklere dayalı bir dizi faaliyet tarafından motive olmaktadır. Bu nedenle, zeytinyağı turizmi onları boş zamanlarında, doğayla iç içe, kırsal alanlarda seyahat etmeye ve çok çeşitli oleo-turistik faaliyetlere katılmaya motive eden çok özel bir ilgidir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 5).

2.1.1.4. Zeytin ve Zeytinyağı Turisti Motivasyonu/Oleoturist Motivasyonu

Turistlerin motivasyonlarını anlamak ciddi önem taşımaktadır. Çünkü seyahat etme niyeti, motivasyonu davranışa dönüştürmeye yol açan zihinsel bir sürecin sonucudur (Campón-Cerro vd., 2022, s. 3). Motivasyon, içsel bir gücün belirli bir davranışı teşvik ettiği genel bir psikolojik/biyolojik ihtiyaç veya arzuyu ifade etmektedir (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 143). Yeni yerler, deneyimler, kültürler

ve aktiviteler keşfetme dürtüsü, turistleri her seyahat ettiklerinde yeni bir destinasyon seçmeye yönlendirmektedir (Pulido-Fernandez vd., 2022, s. 1).

Zeytinyağı ile ilgili bir destinasyon seçerken, zeytinyağı turistinin psikolojik segmentasyonu, turist değerlerini, tutumlarını ve yaşam tarzını yansıttığı için önem arz etmektedir (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 4). Zeytinyağı tüketicisinin, zeytinyağı üretim sürecini öğrenmek için zaman ve parasını yatırım amacıyla, ziyaret etmeyi düşündüğü destinasyonların ekonomi, kültür ve toplumsal yönleriyle zeytinyağı turizmi arasında bağlantı kuran faaliyetleri içeren bir turizm çeşidi talep ettiğini söylemek mümkündür (Ruiz, Molina ve Quesada, 2018, s. 10). Bu, oleoturistin günlük olarak zeytinyağı tüketen bir kişi olduğu gerçeğiyle desteklenmektedir (Canero Morales vd., 2015, s. 147).

Sonuç olarak zeytinyağı turizmüne katılan turistler, zeytin ve zeytinyağı kültürünü derinlemesine incelemeye motive olan bireylerdir (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 147).

2.1.1.5. Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi Pazarlaması

Zeytincilikle ilişkili özel bir turizm türü olan zeytinyağı turizmi Akdeniz ülkelerindeki büyük kültürel köklere sahip bir ürün olan zeytin ile bağlantısından dolayı benzersiz, motive edici ve eğitici deneyimler yaşamak isteyen turistlerin taleplerini karşılamaktadır (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 142; Campón-Cerro vd., 2022, s. 1). Zeytinyağı turizmi temel olarak faaliyetlerin çeşitlendirilmesi gerekliliğinden ve kırsal alanlarda artan gelirden doğmakta olup, zeytinyağı tüketiminin artması için bir pazarlama aracı işlevi görmektedir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 154-155). Zeytinyağı turizmi, zeytin ürünleri ile tüketiciler arasında zeytin yetiştiricileri için ek gelir yaratan bir doğrudan pazarlama biçimidir (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 144). Üretimdeki ve dolayısıyla tarımla uğraşan insanların gelirlerindeki düşüşlerle başa çıkmak için, zeytin sıkma değirmenlerinin, bin yıllık zeytin ağaçları ve zeytin ormanlarının turistik bir cazibe olarak kullanılması gibi (Millán, Arjona ve Amador, 2014, s. 184) zeytin yetiştiriciliğinden yararlanarak tamamlayıcı faaliyetler oluşturulabilir. Belirli bir bölgede ne kadar çok seçenek sunulursa, o bölge o kadar rekabetçi bir turizm destinasyonu haline gelmektedir (Alonso ve Northcote, 2010, s. 706-707). Bununla birlikte, geleneksel destinasyonların

doygunluğu ve kırsal destinasyonlara, kaliteli, ekolojik ve sertifikalı ürünlere olan talebin artması gibi faktörler, zeytinyağı turizminin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Almeida ve Silveira, 2021, s. 155).

Bir bölgede üretilen ürünler, doğrudan turistlere bölgenin Menşe Korumalı Markası ile satılabilir ve bu şekilde bölge, deneyimler ve orada üretilen kaliteli ürünler arasında ilginç bir bağ kurulacaktır (Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon, 2019, s. 7). Bilimsel literatürdeki çalışmalarda vurgulandığı üzere, turistlerin zeytin toplama, zeytinden yağ sıkma gibi süreçlere bizzat katılmalarını sağlayacak etkinliklerle daha zengin deneyimler yaşamaları sağlanmalıdır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 194). Deneyime dayalı pazarlama, iyi kurulmuş bir pazarda rekabet edebilmek için yenilikçi yönetim yaklaşımlarına ihtiyaç duyan gelişmekte olan turistik bölgelerde özellikle önem arz etmektedir (Murgado, 2013, s. 98).

2.1.1.6. Zeytinyağı Turizminin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi

Bir bölge için zeytinyağı turizmi gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesi, ürün satışlarının artması ve istihdam yaratılması yoluyla bölgesel kalkınmayı canlandırmakta (Almeida ve Silveira, 2021, s. 155) ve gelişmekte olan bölgelerde yüksek işsizlik oranları nedeniyle diğer alanlara göçü önlemek için ekonomik bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Millán, Arjona ve Amador, 2014, s. 180). Ayrıca zeytinyağı turizmi çerçevesinde gerçekleşen yerel kalkınma, tarımsal faaliyetler, çiftçi çıkarları, yerel ve tarihi miras gibi başlıca faaliyetlerle yerel kalkınma ivme kazanmaktadır (Ruiz, Molina ve Quesada, 2018, s. 1). Böylece, bu alanların turistik kaynaklara dönüştürülmesi, yeni işler yaratarak yerel ekonomilerin yeniden etkinleştirilmesine izin vermektedir (Folgado-Fernández vd., 2020, s. 28). Bu nedenle, zeytinyağı turizmi, zeytinyağı işletmeleri veya faaliyet gösterdiği bölgeler için çeşitlendirme aracı olarak hareket eden, (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2021, s. 70) aynı zamanda zeytin üreten bölgelerin sürdürülebilir kalkınmasını ve rekabetçiliğini destekleyen bir turizm türü olarak kabul edilmektedir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 155).

Bir bölgenin herhangi bir unsuru (yerel ürünler, bunları elde etmenin geleneksel yolları, manzaralar, konaklama, mimari, gastronomi vb.) potansiyel bir

gelişme faktörü olarak işlev görebilmektedir (Millan, Hidalgo ve Fuentes, 2015, s. 196). Bu bağlamda zeytinyağı turizmi ile ilgili, yağ fabrikalarına ziyaretler, yağ tadımları, rehberli turist ziyaretleri gibi zeytinyağı üretimi ile ilgili yerel kaynaklardan yararlanılan faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Millan, Morales ve Agudo, 2010, s. 9).

2.1.1.7. Zeytin ve Zeytinyağı Turizminin Arz ve Talebi

Turizm tipolojilerinin ve segmentlerinin doğası, turizmin üretim-tüketim sisteminin her iki ucu, yani arz ve talep tarafından belirlenmektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 7). Bölgeyle güçlü bağlantısı olan kaynaklar, yeni ürünler tanımlama yeteneğine sahip olduklarından dolayı önem kazanmaya başlamıştır (Campón-Cerro vd., 2014, s. 65). Kırsal çevrenin ayrılmaz bir parçası olan zeytinyağı turizminde (Orgaz-Agüera vd., 2017, s. 438-439) bölge arz ve talebi belirleyen kilit faktörlerden birisidir. İspanya, İtalya Yunanistan, Fransa ve Portekiz ile birlikte geleneksel zeytinyağı üreten ülkelerin ekonomisinin çekirdeğini ve ayrıca ekolojik dengelerinin temelini oluşturmaktadır (Millan, Fuentes ve Hidalgo, 2017, s. 101). Zeytinyağı turizmi ile ilgili literatürdeki mevcut çalışmalar genel olarak üç kategoriye ayrılmaktadır (Hernández-Mogollón vd., 2019, s. 6);

- 1) Oleoturizm talebi üzerine çalışmalar,
- 2) Oleoturizm arzı ile ilgili çalışmalar,
- 3) Oleoturizm potansiyeli ve SWOT analizi çalışmalar.

Zeytinyağı turizminin arz kaynaklarını zeytinyağı müzeleri, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili etkinlikler/festivaller, zeytinyağı işletmeleri ve satış mağazaları, turizm işletmeleri, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili eğitimler ve çalıştaylar oluşturmaktadır. (Arıkan Saltık ve Yıldız, 2019, s. 152). Zeytinyağı, son yıllarda talebi önemli ölçüde artan bir gıda ürünüdür (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 2). Zeytinyağı turizmine olan talep hakkında derinlemesine bilgi edinmek için son yıllarda çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Pulido-Fernandez vd., 2022, s. 1). Talebi bilmek, turistlerin seyahat ederken zeytin hasadı ve zeytinyağı üretim süreci hakkında bilgi edinme isteğini, zeytinyağı çeşitlerinin sağlık ve gastronomiye sağladığı faydaları öğrenme gibi, turistleri zeytin ve zeytinyağı ile ilgili faaliyetlere katılmaya iten motivasyonların neler olduğunu keşfetmeye yardımcı olmaktadır (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2021, s. 68). Sonuç olarak zeytinyağı turizmi gibi yeni başlayan

turizm uygulamaları söz konusu olduğunda, başarılı bir kalkınma stratejisi çizmek için bu tür ürünlere yönelik mevcut ve potansiyel talebi yakından takip etmek gerekmektedir (Hernández-Mogollón vd., 2019, s. 9).

2.1.1.8. Dünyada Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

Zeytinyağı, bitkisel yağlar içinde uluslararası pazarın ancak %5'ini oluşturan bir ürün olmasına rağmen, İspanya, İtalya, Yunanistan, Fas, Tunus gibi ülkelerin diyetleri ve ekonomileri için temel bir üründür (Quesada, Molina ve Ruiz, 2010, s. 1534). Zeytinyağı çoğu Akdeniz ülkeleri olmak üzere 32'den fazla ülkede üretilmektedir. Mevcut dünya üretimi yılda 2,8 ila 3,2 milyon ton arasında değişmektedir (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 3). İspanya, İtalya, Yunanistan, Fransa ve Portekiz gibi geleneksel olarak zeytinyağı üreten ülkelerin ekonomisinin temelini ve ekolojik dengelerini oluşturmaktadır (Molina, Quesada ve Ruiz, 2011, s. 536). Çizelge 1'de dünyada zeytinyağı üretimine ilişkin veriler sunulmuştur.

Çizelge 1. Dünya Zeytinyağı Üretimi (Milyon Ton)

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22(1)	2022/23(2)
Dünya Geneli	3304	3269	3020	3398	2730
İspanya	1790	1125	1389	1491	780
Türkiye	194	230	194	235	380
Yunanistan	185	275	275	232	350
İtalya	174	366	274	329	235
Suriye	154	118	143	106	134
Fas	200	145	160	200	156
Tunus	140	440	140	240	180
Portekiz	100	140	100	206	125
Cezayir	97	126	70	91	40
Mısır	41	40	38	20	40
Arjantin	28	30	30	33	28
Ürdün	21	34	24	26	28
Avustralya	20	8	23	20	24
Amerika	16	16	16	16	15

Kaynak: IOC, 2023

Zeytin yetiştirme ve zeytinyağı tüketimi kültürü Akdeniz bölgesi ile yakından ilişkilidir (Oplanc, Cop ve Cehic, 2020, s. 158). İspanya veya İtalya gibi ülkelerde zeytinyağı yüzyıllardır tarımsal gıda geleneğinin bir parçası olmuştur (Campón-Cerro

vd., 2014, s. 64). Zeytinyağı turizmi zeytin ağaçlarının baskın mahsul olduğu, özellikle Akdeniz Havzası ülkelerinin kırsal alanlarında gelişen bir turizm türüdür (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 1).

2.1.1.8.1. İspanya'da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

Zeytinlik hem üretim ve coğrafi kapsamı hem de tarihi ve kültürel açıdan İspanya'daki en önemli tarım alt sektörüdür (Millan, Morales ve Perez, 2010, s. 741). İspanya ekonomisi için zeytinyağı endüstrisi, İspanyol tarımsal gıda şirketlerinin %5'ini ve tarımsal gıda ürünleri ihracatının %9'unu temsil ettiği için önem arz etmektedir (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 3). İspanya, son yıllarda 1 ile 1,5 milyon ton arasında zeytinyağı üretimi ve 2,5 milyon hektar zeytin üretimi ile dünyanın lider üreticisidir (Millan, Morales ve Perez, 2010, s. 741). 1985 yılında İspanya'da yağlık zeytin yetiştiriciliğine ayrılmış alan 1929,10 bin hektar iken, 2010 yılında 2.280.5 bin hektar olarak belirlemiştir. Bu durum İspanya'da zeytinciliğin her geçen gün geliştiğini ve önem arz ettiğini göstermektedir. (Ruiz, Martin Lopez ve Molina, 2012, s. 155). İspanya, 2010/11'de 1.389.600 ton üretim seviyesi ve kişi başına 9.66 litre tüketim oranı ve (Murgado, 2013, s. 100-101) 2015-2016 hasadında dünya üretiminin %60'ına tekabül eden 1,393,572 ton üretim ve 700,000 tonluk ihracat ile dünyanın önde gelen zeytinyağı üreticisi ve ihracatçısıdır (Millan, Pablo-Romero ve Sanchez-Rivas, 2018, s. 5).

İspanya'da zeytinyağı üretimi homojen değildir ve bir Otonom Topluluktan diğerine farklılık göstermektedir. Endülüs, üretimin çoğundan (İspanya tarafından üretilen 1.790.309'un 1.458.863 tonu; yani 2018-2019 sezonunda %81,5'i) sorumludur (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 3). Ayrıca Endülüs, 1,5 milyon hektardan fazla zeytin üretim alanı ile İspanya'daki zeytin üretiminin %60,15'ini ve Avrupa Birliği toplamının %35'ini karşılamaktadır (Millan, Fuentes ve Hidalgo, 2017, s. 103). İspanya'da bulunan 32 PDO (natürel ve sızma zeytinyağı sertifikası) 'dan 14'ü Endülüs'te bulunmaktadır. (Millan, Pablo-Romero ve Sanchez-Rivas, 2018, s. 6). Endülüs, bölgedeki ana ekonomik faaliyetlerden birini temsil eden zeytinyağı üretimi ile şu anda dünyanın en büyük zeytin yetiştiren bölgesi olarak kabul edilmektedir (Millan, Hidalgo ve Fuentes, 2015, s. 200). Zeytinyağı ile ilgili faaliyetler, 300'den fazla Endülüs belediyesinde 250.000'den fazla aile için ana ekonomik kaynaktır (Millan, Pablo-Romero ve Sanchez-Rivas, 2018, s. 6).

Turizm açısından bakıldığında, zeytinyağı kültürü arzı çeşitlendirmek için önemli bir fırsatı temsil etmektedir. Bol sertifikalı zeytinyağı üretimine sahip bir ülke olan İspanya, turizm girişimlerini bu ürün etrafında yapılandırmaya başlamıştır. Genel olarak, zeytinyağı üretimi ile yakından bağlantılı ekonomik ve kültürel bir geleneğe sahip bölgelerde tematik rotalar geliştirmektedir (Campón-Cerro vd., 2014, s. 66).

2.1.1.8.2. İtalya’da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

İtalya, İspanya'dan sonra dünyanın en büyük ikinci zeytinyağı üreticisidir (Tempesta ve Vecchiato, 2019, s. 1). İtalyan zeytin üretimi yaklaşık 1.700.000 hektarı kapsamaktadır ve bunun %80'i İtalya'nın güney bölgesinde yer almaktadır. Özellikle Puglia bölgesi yaklaşık 370.000 hektardan sorumludur ve ardından Calabria ve Sicilya bölgeleri gelmektedir. Bu üç bölge, İtalyan zeytinyağı üretiminin %60'ından fazlasını oluşturmaktadır (Guarino vd., 2019, s. 396).

İtalya'da şarap yollarının olumlu deneyimi, özellikle zeytinyağı olmak üzere diğer kaliteli ürünlerin geliştirilmesi için de kullanılmaktadır (De Salvo vd., 2013, s. 31). İspanya en fazla hektar ekilen ülke olmasına rağmen, İtalya daha fazla sertifikaya sahiptir (Campon-Cerro vd., 2014 s. 66). 2013 yılında İspanya’da 24 tane sertifikalı zeytinyağı varken, İtalya’da 42 tane sertifikalı zeytinyağı mevcuttur (De Salvo vd., 2013, s. 26). İtalya’da zeytinyağı turizmi, İspanya kadar gelişmemiş ve akademik araştırmalar yapılmamış olsa da sertifikalı zeytinyağı sayısı günümüzde de İspanya’dan fazladır. Ayrıca dünyanın en ünlü zeytinyağı müzelerinden birisi İtalya’da yer almaktadır. İtalya'nın Cenova kentindeki Museo dell'Olivo bir zamanlar Carli Brothers tarafından merkez ofis olarak kullanılan Art Nouveau tarzı bir binada yer almaktadır. Müzede onlarca yıl boyunca toplanan özel bir koleksiyon sergilenmektedir (Şahin ve Aydın, 2017, s. 187).

Genel olarak, zeytinyağı turizmi, İtalyan turizminde giderek daha önemli bir konum kazanmış, istikrarlı bir şekilde gelişmekte ve dikkate değer ilk başarılarını elde etmektedir. Zeytinyağı turizminin gelişmesinin İtalya’da uzun vadede ülkeye ve yerel halka ekonomik faydalar sağlayacağı düşünülmektedir (Nguyen, 2018, s. 55).

2.1.1.8.3. Hırvatistan'da Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

2018 yılı itibariyle Hırvatistan'da zeytin ağaçlarıyla kaplı toplam alan 18.683 hektardır ve 5.000 ton zeytinyağı üretilmektedir (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 152-153). Hırvatistan, üretilen zeytinyağı miktarına göre Avrupa ülkeleri arasında İspanya, Yunanistan, İtalya, Portekiz ve Kıbrıs'ın ardından 6. sırada yer almaktadır (Cehic, Mesic ve Oplanic, 2020, s.6). Zeytinler Hırvatistan'ın çoğu turizm faaliyetinin gerçekleştiği Adriyatik bölgesinde yetiştirilmektedir. Hırvatistan'da menşei korumalı (PDO) beş zeytinyağı vardır. Bunlar; Istria (*Maslinovo ulje Istra*), Primorje-Gorski Kotar (*Krčko maslinovo ulje* ve *Ekstra djevičansko maslinovo ulje Cres*), Split-Dalmatia (*Šoltansko maslinovo ulje*), Dubrovnik-Neretva (*Korčulansko maslinovo ulje*) ilçelerinde mevcuttur. Zeytin ağaçlarıyla kaplı yüzey bakımından önde gelen iki ilçe, Split-Dalmatia İlçesi (4.898 ha) ve Istria (3.648 ha) ilçesidir (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 153). Şu anda Hırvatistan'da 189 zeytinyağı fabrikası mevcuttur (Cehic vd., 2020, s. 7).

Hırvatistan'da zeytinyağı turizminin gelişmesi için en yüksek potansiyele sahip ilçeler, ziyaretçilere en fazla açık zeytinyağı değirmenine sahip olan Istria ve Split Dalmatia ilçeleridir (Cehic, Mesic ve Oplanic, 2020, s. 10). Istria'da 2003 yılında başlayan zeytinyağı markalaştırma projesi, çeşitli sunumlar ve eğitim kurslarıyla, Hırvatistan içinde yeni bir zeytinyağı markası yaratmada lider konumdadır. Bugün zeytinyağı arzında sürekli olarak yeni tesisler geliştirerek, her yıl en az bir yeni zeytinyağı fabrikası, bir veya daha fazla yeni tadım odası ve yeni bir zeytinyağı şişesi geliştirerek yeni görsel kimlikler ve etiketler tasarlamaktadırlar (Zuzic, 2014, s. 173). Hırvatistan bölgesinde zeytin ve zeytinyağına adanmış 16 etkinlik/fuar vardır. Etkinlik sayısına göre Istria İlçesi beş, Split-Dalmatia ilçesi ise yedi etkinlikle başı çekmektedir (Cehic, Mesic ve Oplanic, 2020, s. 9).

Sonuç olarak ülkedeki turizm faaliyetleri ağırlıklı olarak yedi ilçeye ayrılan kıyı bölgelerinin etrafındaki merkezlerdir. Hırvatistan'da turizmin mevsimselliği genellikle yüksek olarak kabul edilmektedir ve mevsimselliğin azaltılması Hırvat turizminin ortak stratejik hedefleri arasında yer almaktadır (Oplanic, Cop ve Cehic, 2020, s. 152).

2.1.1.8.4. Portekiz’de Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

Portekiz’de 2017 yılında 345.000 hektarın üzerinde zeytinlik ve 469 zeytinyağı fabrikası ile 94.000 ton zeytinyağı üretilmiştir. Alentejo bölgesi, üretimin %62’sini temsil etmektedir ve onu sırasıyla Trás-os-Montes %17, Ribatejo e Oeste %6, Beira Interior %6, Beira Litoral %6, Algarve %2 ve Entre Douro e Minho %1 izlemektedir (Bezerra ve Correia, 2018, s. 67). Portekiz 2020 NYIOOC Dünya Zeytinyağı Yarışması’nda 17 altın madalya ve 15 gümüş madalya kazanmıştır (Almeida ve Silveira, 2021, s. 156). Fakat Akdeniz Havzası ülkelerinde yeni bir segment olarak ortaya çıkan ve gelişim gösteren zeytinyağı turizminde, Portekiz’de bu bölgede yer almasına rağmen ülkede zeytinyağı turizmi araştırması ve tanıtımı neredeyse sıfırdır (Almeida ve Silveira, 2021, s. 153).

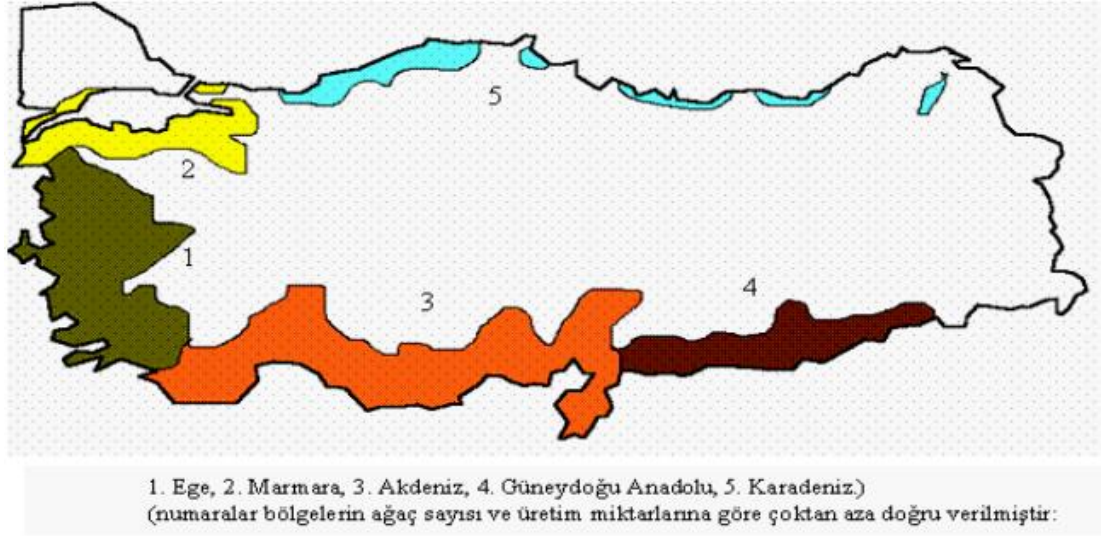
Sonuç olarak Portekiz’de zeytinyağı turizmi henüz başlangıç aşamasındadır ve Almeida ve Silveira (2021) tarafından yapılan çalışma, ülkede önemli bir gelişme potansiyeline olan bir segment ile ilgili yapılan ilk çalışmalardan birisidir.

2.1.1.9. Türkiye’de Zeytin ve Zeytinyağı Turizmi

Tarih boyunca zeytinyağının üretildiği en önemli coğrafyalardan biri Anadolu'nun Ege ve Akdeniz bölgeleridir. Anavatanı Akdeniz Havzası olan zeytin ve zeytin ağacı, Akdeniz medeniyetleri arasındaki ticari ve kültürel alışverişin en önemli unsurlarından birisidir (Şahin ve Aydın, 2017, s. 181). Dünya üzerinde zeytinin yaygın olarak yetiştirildiği Akdeniz Havzası’nda yer alan Türkiye, coğrafi konumu, iklimi ve jeomorfolojik özellikleri ile İspanya, İtalya, Yunanistan, Suriye ve Tunus gibi dünyanın önde gelen zeytin ve zeytinyağı üretici ülkeleri arasında yer almaktadır (Efe vd., 2013, s. 93).

Türkiye’de zeytin ve zeytinyağı üretimi başta Ege Bölgesi olmak üzere, Marmara, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri’nde yapılmakta olup, yaklaşık 320 bin aile işletmesi zeytincilik ile uğraşmaktadır (Arıkan-Saltık ve Çeken, 2017, s. 96). Zeytin üretimi 81 ilin 36’sında yapılmakta olup, Ege Bölgesinde %48,9’u, Marmara Bölgesinde %25,9’u, Akdeniz Bölgesinde %20,1’i, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde %4,9’u ve Karadeniz Bölgesinde %0,2’si gerçekleştirilmektedir (Küçükkömürler ve Öztekin Uluksar, 2018, s. 197).

Şekil 1. Türkiyede Zeytin Üretiminin Bölgelere Göre Dağılımı



Kaynak: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2015 Yılı Zeytin ve Zeytinyağı Raporu

Şekil 1’de görüldüğü üzere Ege Bölgesi zeytin ağaç sayısı ve üretim miktarı ile en önemli bölge olma özelliği taşımaktadır. Ege Bölgesi, Türkiye zeytin ağaç varlığının %67,2’sine, dane üretiminin %65,7’sine sahiptir. Ayrıca zeytin ağacının en iyi yetiştirilme şartlarına sahip bölge olan Ege bölgesinde yetiştirilen zeytinlerin büyük bir kısmı yağlık olarak kullanılmaktadır (Durlu Özkaya vd., 2018, s. 267).

Türkiye’de yağlık zeytin üretimindeki önemli iller Çizelge 2’de yer almaktadır.

Çizelge 2. Türkiye Yağlık Zeytin Üretiminde Önemli İller (2022)

İl Adı	Türkiye Geneli Yüzdesi
Manisa	%23,3
Balıkesir	%13,4
İzmir	%10,4
Aydın	%9,4
Hatay	%6,7
Gaziantep	%5,7
Muğla	%5,5
Antalya	%5,2
Çanakkale	%5,0
Osmaniye	%3,9

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı, 2022

Ege Bölgesi'nde zeytinyağı işleme tesisi olarak Balıkesir'de (460), İzmir'de (262), Aydın'da (72), Manisa'da (53), Çanakkale'de (37) tesis yer almaktadır. Sofralık zeytin işleme tesis sayısında ise Manisa'da (779), Balıkesir'de (480), Aydın'da (160), İzmir'de (88), Bursa'da (81) tesis mevcuttur (Arıkan-Saltık ve Çeken, 2017, s. 97). Türkiye'de 2022 yılı itibariyle zeytin ağacı sayısı 194.519 adet olarak belirtilmiş olup bu ağaçların 163.035 adedi meyve vermekte, 31484 adedi ise meyve vermemektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2022).

Çizelge 3. 2021-2022 Yılı İllere Göre Zeytin Verileri

İL ADI	Ağaç Sayısı		Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemekliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi (Kg)
	Meyve veren	Meyve vermeyen						
MANİSA	21.783.434	4.212.646	12,4	269.309	150.088	119.221	21.289	5,6
AYDIN	21.559.929	2.228.534	13,3	287.749	43.693	244.056	42.370	5,8
MUĞLA	16.857.257	1.777.688	10,8	182.688	16.646	166.042	28.363	5,9
İZMİR	16.823.256	3.792.130	10,0	168.931	18.366	150.564	30.113	5,0
HATAY	13.732.722	3.059.735	8,7	120.000	12.000	108.000	24.000	4,5
BURSA	11.792.955	189.360	12,4	146.521	117.311	29.909	8.830	5,0
BALIKESİR	11.320.434	555.862	15,7	177.833	42.993	134.840	26.850	5,0

Kaynak: Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi (UZZK), 2022

Çizelge 3'de belirtildiği üzere Türkiye 2021-2022 zeytin verilerine baktığımız zaman, Manisa ili en fazla meyve veren ağaç sayısına sahip olmakla beraber, ağaç başına elde edilen zeytin danesinde ise en iyi verim Balıkesir iline aittir. Manisa ve Bursa illeri zeytinlerinin büyük bir kısmını yemeklik olarak kullanırken Aydın, İzmir ve Balıkesir illeri elde edilen zeytinlerin birçoğunu zeytinyağı üretimine ayırmaktadır. Türkiye'de ağaç başına verim yıllara göre değişmekte olup yaklaşık 11 kg olarak hesaplanmaktadır (Efe vd., 2013, s. 94). Ayrıca 2021 yılı itibariyle Türkiye'de 2 adedi melez ve 1 adedi klon olmak üzere toplam 100 tescilli zeytin çeşidi bulunmaktadır (Sevim, Köseoğlu ve Varol, 2022, s. 417).

Türkiye zeytin ve zeytinyağı üretimindeki yüksek kapasitesini, kültürel ve doğal güzellikleri ile harmanlayarak zeytinyağı turizmi arzında önemli bir yer edinebilme potansiyeline sahiptir (Arıkan-Saltık ve Çeken, 2017, s. 97). Türkiye'de zeytinyağı turizmi ile ilgili akademik çalışmalar ve sektörel faaliyetler henüz yeterli

düzeve ulaşmamış olsa da son yıllarda gelişim göstermektedir. 2023 Turizm Stratejileri kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alternatif turizmin geliştirilmesi amacıyla hazırlanan 7 tematik turizm koridoru belirlenmiştir. Bu koridorlardan bir tanesi Balıkesir, Bursa ve Çanakkale illerini kapsayan zeytin koridorudur (Büyük ve Can, 2020, s. 199). Ayrıca Durlu Özkaya vd., (2018, s. 272) yaptıkları çalışmada Türkiye’de, ulusal tanınırlığı dikkate alınarak seçilen zeytin çeşitlerinin yetiştirildiği bölgelerde yer alan 13 ilde, 11 zeytin/zeytinyağı çeşidini ve 29 çeşit zeytinyağlı yemeği kapsayan ‘Zeytinyağlı Yemekler Rotası’ belirlemişlerdir. Ayrıca Avrupa’nın en büyük zeytinyağı müzesi olan İzmir Oleatrium Müzesi ile birlikte (Küçükkömürler, Şirvan ve Sezgin, 2018, s. 83) Türkiye’de 3 tanesi Uluslararası Zeytin Konseyi listesinde yer alan toplam 7 adet zeytinyağı müzesi bulunmaktadır.

Türkiye zeytinciliği, turizm ve Türk misafirperverliği ile birleştirerek zeytinyağı turizmi faaliyetleri sağlama potansiyeline sahip ülkeler arasında yer almasına rağmen zeytinyağı turizminde sınırlı sayıda işletme bulunmaktadır (Arıkan Saltık, 2017, s. 135).

2.1.1.9.1. Balıkesir

Balıkesir, zeytin ve zeytinyağı üretiminde ülkemizin önde gelen illerindendir (Balıkesir Valiliği, 2023). Balıkesir ili günümüzde Aydın, Manisa, İzmir, Muğla, Hatay ve Bursa’dan sonra 11 milyonu aşan zeytin ağacı varlığı ile 7. sırada yer almaktadır.

Balıkesir ili 81 bin 291 hektar alan ve yaklaşık 11 milyon zeytin ağacı ile Türkiye zeytin üretiminin yaklaşık % 17,2'sini karşılarken, elde edilen zeytinlerin %20'si sofralık zeytin, %80'i de zeytinyağı üretimi için kullanılmaktadır (Balıkesir Valiliği, 2023). Çizelge 4’de Balıkesir ilinin yıllara göre zeytin verileri incelendiğinde meyve veren ağaç sayısı, ağaç başına zeytin danesi, zeytin miktarı ve elde edilen zeytinyağının her geçen yıl arttığı gözlemlenmektedir. 1 kg zeytinyağı elde etmek için zeytin danesinin verimi yıllara göre değişiklik göstermekle birlikte genel olarak verim aynı düzeydedir. Balıkesir ilinde elde edilen zeytinler yağ amaçlı kullanılmaktadır ve ağaç başına zeytin danesi verimi her geçen yıl artmaktadır.

Çizelge 4. Yıllara Göre Balıkesir İli Zeytin Verileri

YIL	Ağaç Sayısı		Ağaç Başına Zeytin Danesi (Kg)	Elde Edilecek Zeytin (Ton)	Yemekliğe Ayrılacak Zeytin (Ton)	Yağlığa Ayrılacak Zeytin (Ton)	Elde Edilecek Zeytinyağı (Ton)	1 Kg. Zeytinyağı İçin Zeytin Danesi (Kg)
	Meyve veren	Meyve vermeyen						
2012-2013	10.862.683	568,493	16,5	178.787	34,877	143.910	28.782	5,0
2013-2014	10.826.051	543.244	6,7	72.704	26.407	46.296	9.448	5,0
2014-2015	10.772.039	529.660	14	149.768	28.549	121.129	24.244	5,0
2015-2016	10.829.549	569.462	5,5	59.774	15.160	44.583	8.917	5,0
2016-2017	10.888.511	510.065	17	187.282	28.689	158.593	22.900	7,0
2017-2018	11.024.813	497.990	22,3	245.392	40.688	204.704	34.579	5,9
2018-2019	11.038.624	473.990	10,0	109.902	26.455	83.447	15.269	5,5
2019-2020	11.085.551	503.547	14,7	163.131	41.307	121.824	24.365	5,0
2020-2021	11.156.055	571.645	11,7	130.575	14.958	115.617	20.777	5,6
2021-2022	11.320.434	555.862	15,7	177.833	42.993	134.840	26.850	5,0

Kaynak: Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi (UZZK), 2022

Balıkesir ilinde Edremit Körfezi ve çevresi zeytinliklerin şüphesiz en yoğun olduğu kesimdir. Edremit Körfezi Balıkesir’de bulunan zeytinlik alanların %89,7’sine sahiptir (Kocadağlı, 2009, s. 35). Edremit Körfezi kıyılarında zeytinyağı üretimi Edremit, Burhaniye, Havran, Gömeç ve Ayvalık’ta ön plana çıkarken; sofralık zeytin üretimi ise Erdek, Gönen ve Bandırma’da ağırlık taşımaktadır (Kocadağlı, 2009, s. 35). Edremit Körfezi sınırları içerisinde yer alan Burhaniye ilçesi, zeytin ağacı sayısı ve zeytinyağı üretimi ile Körfez Bölgesi’nin en önemli ilçelerinden birisi olup kırsal kesimde yaşayan aileler için zeytincilik ana geçim kaynağıdır.

2.1.1.9.2. Burhaniye

Burhaniye’nin yüzölçümü, yarısı tarım arazisi olarak kullanılmakta olup toplam 431 km²’dir (Efe vd., 2011, s. 26). Burhaniye’de 2.130.000 adet zeytin ağacı bulunmakta olup, bu ağaçlardan yıllık ortalama 31.300 ton yağlık zeytin ve 8.260 ton sofralık zeytin üretimi yapılmaktadır. Yıllık zeytinyağı üretimi ise ortalama 9.500 ile 11.000 ton arasındadır (Burhaniye Belediyesi, 2023). Burhaniye’de tarım arazisinin

%75'ini zeytinlikler oluşturmaktadır ve bu durum zeytinciliğin Burhaniye'de önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Efe vd., 2011, s. 28).

Çizelge 5. Balıkesir, Edremit Körfezi ve Burhaniye'de Zeytin Ağacı Sayısı ve Zeytinyağı Üretimi

Bölge	Kapladığı Alan (da)	Ağaç Sayısı (Adet)	Üretim (Ton)
Balıkesir	820,880 da	11.384.026	181,306,00
Körfez Bölgesi (Edremit, Havran, Burhaniye, Gömeç, Ayvalık)	739,438 da	9.530.663	165.646,00
Burhaniye	175,750 da	2.120.000	31.252,00

Kaynak: Burhaniye Kaymakamlığı, 2023

Çizelge 5'de görüldüğü üzere Burhaniye kapladığı zeytinlik alan bakımından Balıkesir ilinin %21,4'ünü, Edremit Körfezi'nin ise %23,8'ini oluşturmaktadır. Zeytin ağacı sayısı ise Balıkesir'in %18,6'sına, Edremit Körfezi'nin ise %22,2'sine denk gelmektedir. Burhaniye Balıkesir ilinde üretilen zeytinyağının %17,2'sini, Edremit Körfezi'nin ise %18,9'unu karşılamaktadır.

Burhaniye Zeytinyağı Coğrafi İşareti 2020 yılında Burhaniye Ticaret Odası tarafından Türk Patent Enstitüsüne tescil ettirilmiştir (Burhaniye Ticaret Odası [BTO], 2023). Ayrıca 2019 yılında BTO zeytinyağı duyuşsal ve kimyasal analiz laboratuvarı kurularak hizmet vermeye başlamıştır (Burhaniye Ticaret Odası Özel Gıda Kontrol Laboratuvarı [Burtolab], 2023).

Sonuç olarak Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı üretiminde en önemli illerden birisi olan Balıkesir ili günümüzde 11 milyonu aşan zeytin ağacı varlığı ile zeytin üretimi ve zeytinyağı işlenmesinde 7. sırada yer almaktadır. Balıkesir ilinde ise zeytin üretimi ve zeytinyağı işlenmesinde Edremit Körfezi ilk sırada yer almaktadır. Burhaniye ilçesi zeytin ağacı sayısı ve zeytinyağı üretimi ile Edremit Körfezi'nin önemli ilçelerinden birisi olarak yer almaktadır.

2.1.2. Zeytin Terapi Turizmi (ZTT) Kavramı

Zeytinyağı turizmi bilimsel literatürde farklı yazarlar tarafından birçok turizm türü ile ilişkilendirilmiştir. Bazı yazarlar, zeytin turizminin tarımsallığın bir tezahürünün yanı sıra, kültürel turizm ve sağlık turizmi ile ilişkili olduğunu düşünmektedir (López-Guzmán vd., 2016, s. 58; Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 144).

Zeytin ve zeytinyağı kültürüne dayalı turizm deneyimleri, gelenekleri, efsaneleri, tarifleri, endüstriyel mirası, şenlikleri vb. ile eğlenceli, sağlıklı ve eğitici faaliyetler geliştirmenin bir aracıdır (Campón-Cerro vd., 2022, s. 12-13). Zeytinlikler, miras varlıkları yaratma konusunda muazzam bir kapasiteye sahiptir. Tabii ki zeytinliklerin bu potansiyeli, ağacın uzun ömürlülüğü, rustikliği ve estetik duruşu nedeniyle tarih boyunca kazandığı simgesel karakterden, ürünlerinin prestijli ve çeşitli besleyici, kozmetik ve terapötik kullanımlarından kaynaklanmaktadır (Sanchez ve Ortega, 2016 s. 378). Zeytinyağı, sağlık üzerindeki yararlı etkileri nedeniyle yüksek itibarı artıran bir üründür (Campón-Cerro vd. 2022, s. 6). Zeytinyağı turizminin bir parçası olarak tanıtılmamasına rağmen, zeytinyağının özelliklerinin sağlık ve esenlik amacıyla kullanımı birçok kaplıca tarafından araştırılmaktadır (Almeida ve Silveira, 2021, s. 162).

Zeytinyağının ilk referanslarının Eski Mısır'da bulunan bir tarihi ve kimliği vardır. Mısırlılar, kıt olduğu için zeytinyağına büyük önem vermişlerdir ve yemek pişirmekten çok farmakolojik veya kozmetik ürünlerde kullanmışlardır (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 2). Antik çağda zeytinyağının kozmetik amaçlı kullanımı bedendeki kirin temizlenmesi amacıyla tüm vücudun zeytinyağı ile ovulmasının ardından 'strigilis' adı verilen özel bir alet ile kirin vücuttan temizlendiği bildirilmektedir. Ayrıca yarışma öncesinde sporcuların adalelerini yumuşatmak ve ısıtmak için zeytinyağı ile ovmaları, uzun yolculuklara çıkacak kişilerin yara olmasın diye ayaklarına zeytinyağı sürmeleri ve vücutlarının yumuşak olması amacı ile zengin kadın ve erkeklerin hamam sonrası vücutlarına zeytinyağı sürdükleri de bildirilmektedir (Durlu Özkaya vd., 2018, s. 269). Cilt bakımı için zeytinyağının özelliklerinden yararlanan bireyler, zeytinyağının masaj ve kese dahil olmak üzere çeşitli tedaviler için kullanıldığı dinlenme merkezlerine ve kaplıcalara yönelmiştir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 7).

Zeytin ağacının sağlık açısından faydaları arasında sadece meyvesi ve meyvesinden elde edilen yağı değil, yaprağı da önem arz etmektedir. Yüzyıllardan beri yetiştiği coğrafyalarda ilaç olarak kullanılan zeytin yaprağının günümüzde sağlığa olan faydalarını gösteren bilimsel çalışmalar mevcuttur (Gürbüz ve Öğüt, 2018, s. 244). Zeytinyağı dünyadaki en sağlıklı yağlardan biridir ve tıbbi kullanımları da vardır (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 1).

Özellikle yara ve ağrılarda kullanılmak üzere değişik bitkilerin karıştırılıp dövülerek, zeytinyağı ile karışımından oluşturulan merhemin orta yaş ve üstü kişiler arasında kullanımı oldukça yaygındır;

- Diş ağrısına karşı zeytin ağacının gövdesinden salınan salgı (zeytin sakızı) ağrıyan dişin üstüne konulursa diş ağrısı geçmektedir.

- Mide hastalıklarına (ülser, gastrit) karşı sabahları aç karnına sarı kantaron ve kudret narı bitkilerin zeytinyağı içinde bekletilen eriyiklerinden birer kaşık tüketilmektedir.

- Eklem ve bacak ağrılarına karşı zeytin bitkisinin çiçekli dallarının kaynatılması ile hazırlanan çay tüketilmektedir.

- Mide bulantısı, kusmayı önlemek ve kan şekerini düşürmek için zeytin çiçeği ve yapraklarının kaynatılması ile hazırlanan çay tüketilmektedir.

- Meme iltihabına hastalığına karşı sarı kantaron bitkisinin zeytinyağı içinde bekletilen eriyikleri hayvanlarda kullanılmaktadır.

- Soğuk havalarda hayvanları hastalıklara karşı korumak amacıyla zeytinyağı ile çam reçinesinin kaynatılmasından elde edilen merhem sürülmektedir (Polat ve Satıl, 2010, s. 25).

Yüzyıllardır tedavi amaçlı kullanılan ve ana sütü olarak da bilinen zeytinyağı, ayrıca kansızlık, karaciğer bozuklukları, damar sertliği, mide ve bağırsak ülserleri, yüksek tansiyon, kolesterol, safra kesesi, romatizma ve cilt hastalıkları tedavisinde de kullanılmaktadır (Özata ve Cömert, 2016, s. 106).

Sonuç olarak zengin bir beslenme ve tıbbi kullanım geçmişine sahip olan, zeytin ağacının meyvesi, zeytinyağı ve yapraklarının (Arslan vd., 2021, s. 844) antik çağdan günümüze kadar kozmetik, sağlık ve terapötik amaçlı kullanımı mevcuttur.

Zeytinyağı turizmi içerisinde her ne kadar yer verilmese de zeytinyağının sağlık ve kozmetik amaçlı kullanımına dair bilgilere ulusal ve uluslararası çalışmalarda rastlanmaktadır. Yüzyıllardır tıp, kozmetik, farmakoloji gibi sağlık ve sağlıklı yaşam ile ilgili alanlarda kullanılan zeytinyağının günümüzde sadece Akdeniz diyeti ile kullanımı değil, terapi ve tedavi amacı ile kullanımının da ön plana çıkarılması gerekmektedir. Bu bağlamda, zeytinyağı turizmi kendisini yeniden icat etme ve yeni faaliyetler geliştirme konusunda büyük bir potansiyele sahiptir ve giderek

daha özel ihtiyaçlara dayalı çeşitli talepleri ele alarak, turizmin mikro-segmentasyon süreçlerine uyum sağlamasını ideal hale getirmektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 7).

Zeytin terapi turizmi, başta sağlık ve sağlıklı yaşam olmak üzere zeytin ve zeytinyağı ile gerçekleştirilen zeytin hasadına katılım, zeytin banyosu, zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezleri, terapötik manzaralar, anıt ağaç ziyaretleri, zeytinlik manzaraları, zeytin bahçeciliği, zeytin köyü/kampı gibi faaliyetleri kapsamaktadır.

2.1.3. Zeytin Terapi Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi

Turizm ve zeytinyağı arasındaki ilişki, zeytin turizmi, zeytinyağı turizmi, agro turizm veya zeytin bazlı tarımsal turizm gibi farklı isimler ile anılmaktadır (López-Guzmán vd., 2016, s. 58). Zeytinyağı sadece bir gıda ürünü olmayıp, kültür, sağlık, ekoloji, ekonomi ve turizm gibi alanları etkilemektedir (López-Guzmán vd., 2016, s. 57). Son yıllarda, bölgesel sürdürülebilirliği artırmak için tarımsal endüstriler ile turizm arasındaki ilişkiye artan bir ilgi olmuştur (Alonso ve Northcote, 2010, s. 1). ZTT'nin bireylerin özel ilgilerine hitap ederek, pazardaki boşluğu dolduracağı ve kaynakların mevcudiyetini koruyarak geleceğe aktarımını sağlayabileceği düşünülmektedir.

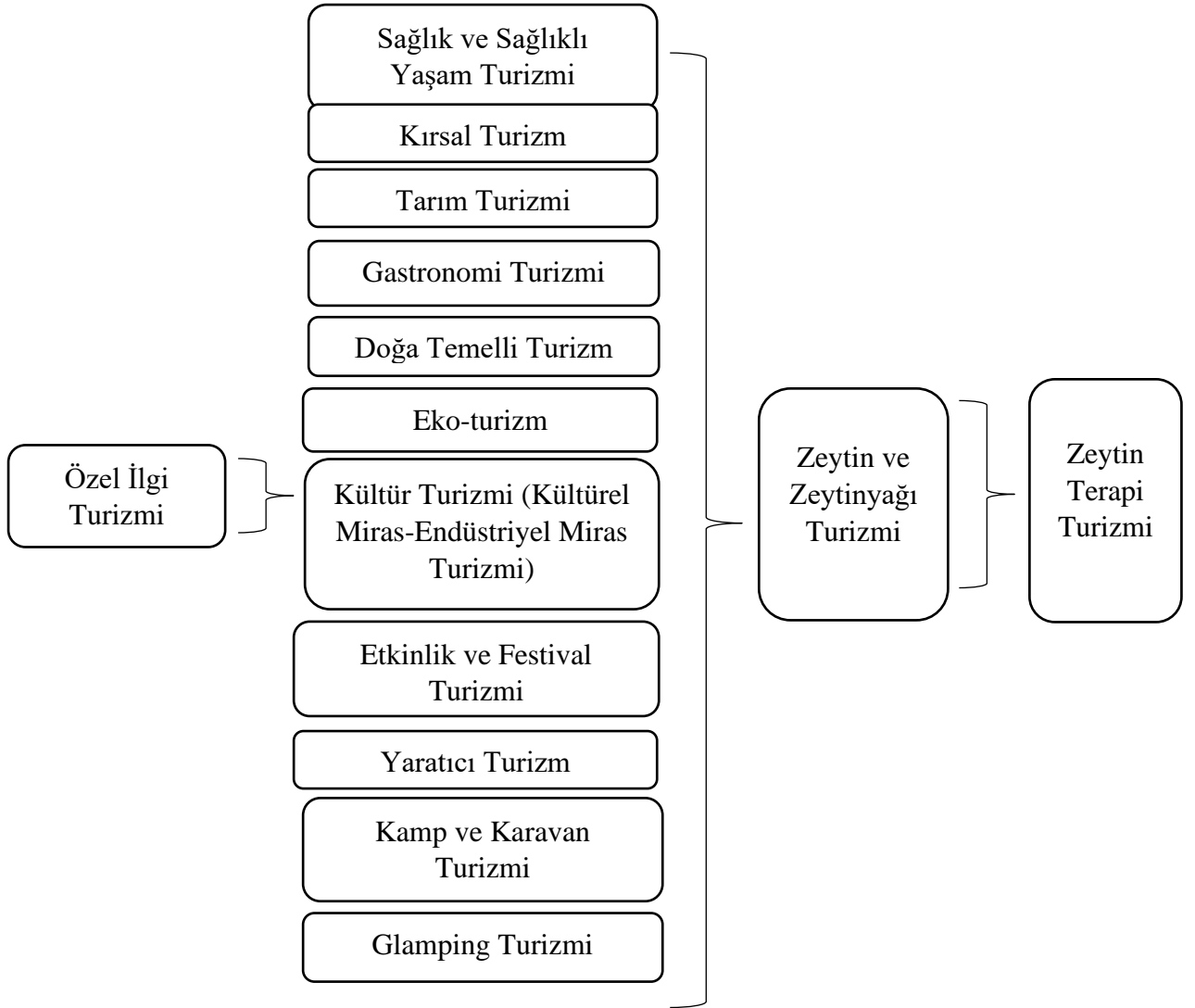
Özel ilgi turizmi, bireylerin belirli ilgi alanları hakkında bilgi edinmek ve deneyim sahibi olmak için gerçekleştirdikleri seyahatler olarak tanımlanmaktadır (Parrilla-González, Murgado ve Torres-Ruiz, 2020, s. 2). Özel ilgi turizmi kapsamında değerlendirilen birçok turizm çeşidi mevcuttur. Bunların başında termal turizm, gençlik turizmi, kırsal turizm, eko-turizm, yayla turizmi, Milli parklar ve turizm, botanik turizm, kültür turizmi, golf turizmi, yat turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi ve kongre turizmi gelmektedir. Uzun yıllar önce İngiltere'de yapılan bir araştırmada 36 farklı özel ilgi turizmi türünün olduğu belirlenmiştir (Brotherton ve Himmetoğlu, 1997'den aktaran Cizrelioğulları, Altun ve Altıntaş, 2020, s. 1251). Günümüzde ise yüz ellinin üzerinde özel ilgi turizm türünün olduğu düşünülmektedir (Tanrısevdi ve Çavuş, 2003, s. 15).

ZTT'nin özel ilgi turizmi türleri ile tamamlayıcılığı göz önüne alındığında kırsal alanların ürün çeşitlendirmesine katkı sağlayacağı ve çevreyi koruyacağı düşünülmektedir. Sağlık ve sağlıklı yaşam turizmi, kırsal turizm, tarım turizmi,

gastronomi turizmi, doğa temelli turizm, eko-turizm, kültür turizmi (kültürel miras, endüstriyel miras turizmi), etkinlik ve festival turizmi, yaratıcı turizm, kamp ve karavan turizmi, glamping turizmi zeytin ve zeytinyağı üretimi gerçekleştirilen bölgelerde uygulanabilecek turizm türleri arasında yer almaktadır.

ZTT, bütüncül bir turizm anlayışının uygulanması için itici bir güç olarak değerlendirilmektedir. Çünkü ZTT, özel ilgi turizmi perspektifinden yola çıkarak mevcut turizm anlayışı ve uygulamalarını değiştirmek ve farklı, yeni ve değişik turizmi inşa etmek üzere son yıllarda değişen turizm talebine yönelik hassasiyetleri önemsemekte ve bütüncül bir turizm anlayışı ile sunulan faaliyetleri geliştirmektedir. Şekil 2’de zeytin terapinin diğer turizm türleri ile ilişkisi gösterilmiştir.

Şekil 2. Zeytin Terapi Turizminin Diğer Turizm Türleri ile İlişkisi



Yazar tarafından oluşturulmuştur (Kaynak: Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. and Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing Olive-Oil Tourism as a Special Interest Tourism. *Helikon*, 5 (12), 1-8. çalışmadan esinlenilmiştir)

ZTT, özel ilgi turizm türleri ile tamamlayıcılığı ifade etmektedir. Bu bağlamda kırsal turizm ile kırsal alanların kalkınmasına, çevrenin canlandırılmasını sağlayabilir, tarım turizmi ile bölge ekonomisine katkı sağlayabilir, gastronomi turizmi ile bölgenin yemek kültürü tanıtılabilir, kültür turizmi ile zeytin, zeytinyağı, zeytincilik ve bölgenin kültürü turistler tarafından öğrenilip, müze ziyareti gibi kültürel geziler gerçekleştirilebilir. Yaratıcı turizm ile zeytin budama, hasat ve tadım faaliyetlerine katılım sağlanabilir, Sağlık ve sağlıklı yaşam turizmi ile zeytin ve zeytinyağının sağlık üzerindeki etkileri öğrenilip kozmetik, güzellik bakımları, diyet gibi sağlıklı yaşam aktiviteleri gerçekleştirilebilir, doğa temelli turizm kapsamında zeytinlik alanlarda doğa ile iç içe inziva, yoga, meditasyon gibi faaliyetler gerçekleştirilerek, eko turizm uygulamaları ile zeytinlik gezileri gibi faaliyetler ZTT'nin diğer turizm türleri ile ilişkisini ortaya koymaktadır.

2.1.3.1. Sağlık ve Sağlıklı Yaşam Turizmi ile Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Sağlık turizmi, beslenme, diyet, meditasyon, yoga, kaplıcalar, vücut bakımı ve güzellik bakımları gibi fiziksel ve zihinsel sağlığını korumak veya iyileştirmek isteyen bireylere sağlık ile ilgili tedaviler sunmaktadır. (Brooker ve Joppe, 2014, s. 3). Alternatif veya tamamlayıcı tedaviler terimi refahı artıran çok çeşitli terapileri ifade etmektedir. Doktorlar tarafından kabul edilen, stresi azaltan ve sağlığı destekleyen binlerce yıllık birikime sahip geleneksel tedaviler mevcuttur. Bu tedavilerin yanı sıra hem teşhis hem de tedaviyi içeren yöntemleri ile kendi içinde eksiksiz yöntemlere sahip tedaviler olduğu da öne sürülmektedir (Smith ve Kelly, 2006a, s. 18). Çağdaş bir sağlıklı yaşam turizmi deneyiminin, fiziksel etkilerin yanı sıra psikolojik, ruhsal ve/veya duygusal olarak da bireye olumlu anlamda katkılar yapması gerekmektedir (Smith ve Kelly, 2006b, s. 2). Son yıllarda tıbbi tedaviye olan güvenin azalması ve tıbbi tedavi fiyatlarının artması ile beraber bireylerin ilaçsız tedaviye ve sağlığı hayatın merkezine alan yaşam biçimlerine yönelik ilgileri artmıştır ve artmaya devam etmektedir. Bu süreç doğal ürünlerin kullanımını yaygınlaştırırken, doğa ile iç içe yaşamayı motive etmektedir (Çelik Uğuz, 2021, s. 627).

Zeytin ve zeytinyağının sağlığa bilinen hiçbir olumsuzluğu olmamakla birlikte faydaları şüphesiz tüm insanlık tarafından kabul edilmektedir. Zeytin ve zeytinyağının halk hekimliğindeki kullanımına baktığımızda diş ağrısı, kabızlık, incinme,

yaralanma, romatizma, cilt hastalıkları gibi pek çok hastalığın tedavisi ve güzellik, kozmetik alanlarında kullanımına dair bilimsel literatürde bilgiler mevcuttur. Bu noktada insanların günümüzde ilaçsız ve doğal tedavilere yönelerek sağlığı hayatın merkezine alan yaşam biçimlerine olan ilgilerinin artması ve her geçen gün artmaya devam etmesi ile birlikte zeytin ve zeytinyağı, doğal, geleneksel ve halk hekimliğindeki tedavi yöntemleri ile sağlık ve sağlıklı yaşam turizmi için vazgeçilmez bir değer olabilmektedir. Ayrıca zeytinin sadece meyvesi değil, zeytinlik manzaralarının da terapötik manzaralar olarak terapi amaçlı kullanımı göz önüne alındığında zeytin terapi turizmi kavramının, sağlık ve sağlıklı yaşam ile zeytin ve zeytinyağının fiziksel ve zihinsel amaçlı tedavi yöntemlerindeki kullanımlarını bir çatı altında toplamaktadır.

2.1.3.2. Kırsal Turizm ile Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Kırsal turizm için kısaca ‘kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm türüdür’ denilebilir ve ana ekonomik faaliyeti tarım ve hayvancılık olup turizm bunlara sonradan eklenmiştir (Soykan, 1999, s. 68). Kırsal turizm, günümüzde turistik tüketiciler için ortaya çıkan ihtiyaçları diğerlerinden daha büyük ölçüde karşılayan yükselen bir modalite haline gelmiştir (Millan, Morales ve Perez, 2012, s. 79).

Kırsal evre, on yıllardır tarımdaki krize bağlı olarak bir düşüş yaşamaktadır, bu nedenle kırsal çevrenin gelişmesi için yeni dürtülere ihtiyaç duyulmaktadır. (Campn-Cerro vd., 2022, s. 1). Kırsal turizm, kaynakların mevcudiyeti sayesinde birkaç alt sektörü (tarım turizmi, ekoturizm, kültür turizmi, macera turizmi, bilim turizmi, eğitim turizmi, sağlık turizmi, iş turizmi, av turizmi, etnik turizm, gastronomi turizmi vb.) kapsamaktadır (Millan, Agudo ve Morales, 2011, s. 184). Zeytinliklerin ve zeytinyağı fabrikalarının çoğunun bulunduğu evre kırsaldır, bu da zeytinyağı turizminin kırsal turizmle bağlantılı bir uygulama olarak kabul edilebileceği anlamına gelmektedir (Millan, Hidalgo ve Fuentes, 2015, s. 208). Peyzajları, iklimi ve kendine has özellikleri ile kırsal evre, zeytinyağı turizmi deneyiminin bir parçasını oluşturarak, belirli bir kültürden kaynaklanan yaşam tarzını temsil etmekte ve turist imajı oluşurmaya katkıda bulunmaktadır (Quesada, Molina ve Ruiz, 2010, s. 1539; Carrillo-Hidalgo, Casado-Montilla ve Pulido-Fernndez, 2021, s. 21).

Sonuç olarak, kırsal turizm artık kırsal çevrelerdeki diğer gelir kaynaklarını tamamlamaktadır. Bu destekleyici rol ancak bölgesel tarımsal gıda ürünlerinin ticarileştirilmesi ile tam olarak geliştirilebilir (Campon-Cerro, Folgado-Fernandez ve Hernandez-Mogollon, 2017, s. 1624). Zeytinyağı gibi geleneksel kırsal alan ürünleri, yetiştirildiği bölgelerin kültürünün ve gastronomisinin merkezinde yer aldığından, yerel topluluk için potansiyel bir kaynağı temsil etmektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 4).

ZTT'nin, zeytin üretimi gerçekleştirilen kırsal alanlar için tamamlayıcı bir faaliyet olarak bölgede gerçekleştirilen ve/veya gerçekleştirilebilecek turizm faaliyetlerini çeşitlendirerek yerel halka istihdam sağlayacağı, kırsal göçü önleyeceği, gelir üreteceği ve yerel ürünlerin tanıtımına katkı sağlayarak bölge imajının güçlendirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1.3.3. Tarım Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Yeni turizm türleri (zeytinyağı turizmi, şarap turizmi vb.) birçok çiftçi için tek geçim kaynağı olmadığından, tarıma tamamlayıcı faaliyetler olarak görülmektedir (Millan, Morales ve Agudo, 2010, s. 4). Bu faaliyetler ekonomik açıdan, tarım sektörünün en büyük sorunlarından birisi olan mevsimsellikten koptmaya da yardımcı olmaktadır (Millán, Arjona ve Amador, 2014, s. 181). Hem tarım sektörü hem de turizm, benzersiz ve tanınan bir gıdanın üretildiği yerde kültür ve tarihe dayalı bir destinasyon kimliği oluşturabilir (Henderson, 2009' dan aktaran Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon, 2019, s. 2). Bu bağlamda zeytin ve zeytinyağı etrafındaki faaliyetlere dayalı olarak ZTT turistlerin zeytin çiftliklerini ziyaret ederek bakım, onarım, hasat gibi ürünün toplanmasından zeytinyağı elde edilmesine kadar geçen sürece katılım sağlayarak ardından zeytin ve zeytinyağlı yöresel yemek atölyeleri gerçekleştirebilir ve en son da turistler bölgesel ürünleri satın alarak hem çiftliklere ek gelir sağlayabilir hem de yöresel ürünleri ikamet alanlarına götürerek destinasyonun tanıtımını ve reklamını yaparak destinasyon kimliği oluşumuna katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

2.1.3.4. Gastronomi Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Gastronomi Turizmi 2000 yılında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından Kıbrıs'ta düzenlenen Dünya Gastronomi Turizmi Kongresi'nden sonra dünyanın farklı yerlerinden bilim insanlarının ilgisini fazlasıyla çekmiştir (Millan ve Agudo, 2010, s. 92). Murgado, (2013, s. 99)'ya göre gastronomi turizmi genellikle bir bölgenin mirası ve kültürel kaynakları ile ilişkilendirilir ve bu anlamda, belirli bir bölgenin kültürüne, geleneğine ve tarihine yaklaşmak için bir araç olarak, yerel yemek tadımı ile bağlantılı turistik aktivite olarak tanımlanmaktadır. Kavramı genişletirsek, gastronomi turizmi, birincil ve ikincil gıda üreticilerine, gastronomi festivallerine, restoranlara ve yemeklerin tadına bakmanın ve/veya gıda üretiminde uzmanlaşmış bir bölgenin ürünlerinin denenmesinin temel neden olduğu belirli yerlere yapılan ziyaretler olarak tanımlanabilir (Millan, Morales ve Perez, 2012, s. 80).

Gastronomi, bir bölgenin kültürel kimliğinin bir parçasıdır. Tarihsel ve kültürel karakteri göz önüne alındığında, yemek sadece turist deneyiminin kolaylaştırıcısı olarak değil, bir turist kaynağı haline gelmiştir (Millan, Agudo ve Morales, 2011, s. 185). Kültürel mirasla bağlantılı daha geniş bir tanım da gastronomi turizmini, ziyaret edilen yerin yemeklerini tatmaktan oluşan, coğrafi bölgenin kültürüne, tarihine ve geleneklerine yaklaşmanın bir aracı olan turistik aktivite olarak tanımlamaktadır (Millan ve Agudo, 2010, s. 95). Gastronomi turizmi, turizmde hem temel hem de destekleyici bir ürün olarak kullanılabilecek yeni turizm türleri arasında yer almaktadır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 181-182). Bölgesel üretken kültürü pekiştirebilir, bölgesel ürünleri geliştirebilir, ürün ve yemek kültürünün tanıtımı yoluyla bölgesel ekonomileri canlandırabilir (Murgado, 2013, s. 99). Bu yüzden gastronomi, destinasyonları farklılaştıran bir unsur ve seyahat kararı koşullandıran ana motivasyonlardan biri olarak kabul edilmektedir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 154). Kültürel geleneği nedeniyle bir destinasyonu ziyaret etmeye motive olan bir turist, yerel gastronomiyi tatmaya ve bölgenin gastronomi kültürü hakkında bilgi edinmeye daha istekli olabilmektedir (Campón-Cerro vd., 2022, s. 4). Uygun turistik ürünler formüle edilirse, gıda sadece bir destinasyonun değerini değil, aynı zamanda kendisinin de değerini artırarak, bölge ve yemek arasında yerel kimliği oynamaktadır (Millan, Agudo ve Morales, 2011, s. 185).

Gastronomik mal ve hizmetler, bir yerin turistik bir destinasyona dönüştürülmesinde önemli faktörlerdir. Bu açıdan zeytincilik ve zeytinyağı üretimi gastronomi turizmi için birer kaynaktır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 182). Gastronomi,

zeytinyağı merkezli, zeytinyağı turizmi faaliyetlerinin altında yatan önemli bir unsur olarak yer almaktadır (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 3) ve turistik faaliyetlerde büyük önem taşımaktadır (Campón-Cerro vd. 2022, s. 2). Bu noktada ZTT ile turistlere gerçekleştirebilecekleri birçok aktivite sunulmaktadır: ekim alanı ziyaretleri, zeytinyağı yemek yapım atölyeleri, tadımlar gibi etkinlikler ile bölgesel ürünlerin ve gastronomik kültürün tanıtımı yapılarak turistlerin bölge ile bağ kurmaları sağlanarak bölge ekonomisi canlandırılabilir.

2.1.3.5. Doğa Temelli Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Doğa temelli turizm; bireylerin ikamet ettikleri çevre dışındaki doğal alanlara gerçekleştirdikleri, rekreasyonel ve doğa-temelli aktiviteleri içeren ziyaretler olarak adlandırılmaktadır (Karaşah, 2018, s. 116-117). Doğa temelli turizmde, bireylerin kültürel ve ekolojik açıdan daha duyarlı seyahatlere yönlendirilmesi ile beraber, (Koroğlu ve Karaman, 2014, s. 96) doğal ve kültürel kaynak değerlerinin korunması ve yerel halkın ekonomik kalkınmasını sağlamak önem arz etmektedir (Kurt Konakoğlu ve Kurdoğlu, 2020, s. 83)

Bireylerin her geçen gün doğaya verdikleri önem ve doğanın iyileştirici etkileri göz önüne alındığında zeytinliklerde yapılan doğa fotoğrafçılığı, trekking, bisiklet sürülmesi gibi doğaya dayalı aktiviteler ZTT kapsamında doğada gerçekleştirilebilecek faaliyetler olarak yer almaktadır.

2.1.3.6. Eko-Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Doğal ve kültürel kaynakları koruması ve doğaya yönelik olması açısından sürdürülebilir özelliği taşıyan eko-turizm, doğayı tanımayı, anlamayı, gözetmeyi, doğadan zevk almayı, doğal ve kültürel değerleri görerek, bu kaynakların artırılması, korunması ile birlikte sosyal, ekonomik koşulları en iyi düzeye getirmeyi sağlamaktadır (Erdoğan, 2003'den aktaran Çelik Uğuz, 2011, s. 343). Eko turizme katılan bireyler, doğal güzelliği bozulmamış veya kirlenmemiş doğal ortamlara seyahat ederek, bölgedeki manzarayı izleyebilir, bitkileri, hayvanları ve kültürel değerleri inceleyerek eko-turizm ile ilgili faaliyetlere katılım sağlamaktadır (Orams, 1995, s. 4).

Zeytinlik alanlarda gerçekleştirilecek eko-turizm uygulamaları ile ZTT'ne katılım sağlayan bireyler doğa yürüyüşleri, botanik bahçe gezileri, zeytinlik gezileri ve rotaları, terapötik zeytinlik manzaralarını izleme, zeytinliklerde inziva, yoga ve meditasyon gibi faaliyetler gerçekleştirebilmektedir.

2.1.3.7. Kültür Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Kültür turizmi, bireylerin eğitim, sanat, festivallere katılım, tarihi ve kültürel değerleri tanıma, kutsal mekanları, anıt ve sitleri ziyaret etme gibi kültürel motivasyon amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Çelik Uğuz, 2011, s. 340). Zeytin ve zeytinyağı, tarihi mirasının önemi nedeniyle kültür turizmi ile ilişkilendirilmektedir (López-Guzmán vd., 2016, s. 66). Zeytin ağacı ve zeytinyağı kültürü böylece tarihe, gastronomiye, geleneklere, manzaraya ve çevreye değer katmaktadır (Ruiz, 2011' den aktaran Folgado-Fernández vd., 2020, s. 22). Bu bağlamda turistler zeytinyağı ile ilgili yerleri ziyaret etmeyi kültürel gezilerinin bir parçası olarak görmektedirler. (López-Guzmán vd., 2016, s. 66).

Zeytinlik dünyasının kültürel çerçevesini ortaya çıkaran temel değer zeytinyağı olduğu bilinmektedir. Zeytinyağının gastronomi, endüstri, kozmetik, vb. amaçlı geleneksel kullanımıyla ilgili bütün faaliyetler, zeytinyağının kültürel mirasının bir parçasıdır (Sanchez ve Ortega, 2016, s. 389). Kültürel ürün, yerel bir kırsal karaktere sahip konaklama, restoranlar ve geleneksel zeytin köyleri gibi özellikleri içermektedir (Molina, Quesada ve Ruiz, 2011, s. 536). Zeytinlikler, miras varlıkları yaratma konusunda eşsiz bir potansiyele sahiptirler. Elbette ki bunun nedenleri arasında zeytin ağacının uzun ömürlülüğü, rustikliği ve estetik duruşu nedeniyle tarih boyunca kazandığı simgesel karakterler ve ürünlerinin çeşitli beslenme, kozmetik ve terapötik kullanımlarından kaynaklanmaktadır (Anglés, 2009'dan aktaran Sanchez ve Ortega, 2016, s. 378). Zeytinyağı endüstriyel mirası, tüm dünyada giderek artan bir şekilde turistik kaynaklarına dönüştürülmektedir (Folgado-Fernández vd., 2020, s. 17).

Zeytin ve zeytinyağı kültürünün yaşatılmasında ZTT'nin büyük bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir. Turistler müze ziyaretleri gerçekleştirebilir, el sanatları atölyeleri, festivaller ve sanatsal etkinliklere katılım sağlayabilmektedir.

2.1.3.8. Etkinlik ve Festival Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Etkinlik turizmi, destinasyonlara ait otantik turizm kaynaklarının turistik bir çekicilik haline getirilerek, özel etkinliklerin planlanıp, uygulanması ile destinasyonlara gelen turist sayısının artırılması amaçlanmaktadır. Etkinliklerin belirli zamanlarda yapılması ve tekrarlanması etkinlik turizminin en önemli özelliklerinden birisidir (Kömürcü ve Günlü Küçükaltan, 2020, s. 2722). Bu etkinlikler fuarlar, festivaller, sergiler şeklinde olabileceği gibi kültürel ya da sportif etkinlikler şeklinde de gerçekleşebilmektedir (Timur, Çevik ve Kıyık Kıcıır, 2014, s. 57).

Festival, 'dönemi, yapıldığı çevre, katılanların sayısı veya niteliği programla belirtilen ve özel önemi olan sanat gösterisi' olarak tanımlanmaktadır. Spor festivalleri, tiyatro festivalleri bu tanıma örnek olarak gösterilebilir. Festival kavramının bir diğer tanımı ise 'bir bölgenin en ünlü ürünü için yapılan şenlik, gösteri' olarak tanımlanmıştır. Bu tanım doğrultusunda kayısı festivali, ot festivali örnek olarak gösterilebilir (Türk Dil Kurumu [TDK], 2023). Festivaller toplumların sahip olduğu kültürel öğelerin gelecek nesillere aktarılıp, geleneğin yaşatılması açısından önem arz etmektedir (Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015, s. 308). Festivallerin olumlu etkileri arasında, bölgede turizm faaliyetlerinin gelişimini sağlayarak boş zamanları değerlendirmede alternatif sunması, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmesi, sosyal yaşamı canlandırması ve bölgenin imajını geliştirmesi olarak sıralanmaktadır (Bezirgan ve Çolakoğlu, 2017, s. 76).

ZTT kapsamında pek çok bölgesel etkinlik ve festival düzenlenebilmektedir. Dünyada bir ilk olarak Olea Therapia Festa (Zeytin terapi festivali) düzenlenerek hem bölgenin hem de yöresel ürünlerin tanıtımı yapılarak bölge halkına ek gelir sağlanarak bölgenin imajı geliştirilebilir. Festivaller geleneksel hale getirilerek zamanla uluslararası düzeyde katılımı gerçekleştirilebilir. Ayrıca zeytin temalı sanatsal sergiler, sportif etkinlikler de düzenlenebilecek etkinlikler arasında yer almaktadır.

2.1.3.9. Yaratıcı Turizm ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Yaratıcı turizm, bir destinasyonun geleneksel el sanatlarına, kültürel mirasına ve/veya kendine has karakterine ilgi duyan bireylerin, seyahatleri sırasında yerel halk ve yaşayan kültürle bağlantı kurarak hem otantik bir deneyim yaşamasını hem de yaratıcı potansiyellerini geliştirme fırsatı sunan bir turizm türüdür (Richards ve Raymond, 2000, s. 18; Gülüm, 2015, s. 88). Farklı turizm türlerini bünyesinde

barındıran veya farklı turizm türlerini geliştirebilecek özelliklere sahip destinasyonlar, yaratıcı turizm sayesinde ekonomilerini geliştirerek, rekabet güçlerini artırmaktadırlar (Güven, 2016, s. 326). Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo (2019, s. 5) tarafından zeytinyağı turizminin yaratıcı turizme özgü ayırt edici özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Alyakut ve Akpulat (2020, s. 119) tarafından ‘Balıkesir- Ayvalık’dan Yaratıcı Turizm Uygulamalarına Örnekler: Zeytin Hasatı- Tadımı’ yaratıcı turizm uygulamalarına örnek olarak gösterilmiştir. Bütün bunlar göz önüne alındığında ZTT kapsamında anıtsal zeytin ağacı ziyareti, zeytin ağacı ve çekirdeği ile hediyelik eşya yapımı, zeytin terapi atölyesinde krem ve sabun yapımı, gibi aktivitelerin yaratıcı turizm uygulamaları olarak turistlere özgün deneyimler yaşatacağı ve turistlerin destinasyonu tekrar ziyaret etmelerini sağlayacağı düşünülmektedir.

2.1.3.10. Kamp ve Karavan Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Günümüzün önemli tatil değerlerinden birisi olan kampçılık faaliyeti bireylerin doğa ile iç içe tatil yapmalarını ve doğa ile etkileşim kurmalarını sağlayan, kökeni Antik Yunan’a dayanan en eski açık hava rekreasyon faaliyetlerinden birisidir (Birdir, Unur ve Dalgıç, 2015, s. 168). İnsanlar kent yaşamının zihinsel ve fiziksel baskılarından kısa süreli de olsa uzaklaşma ve doğada yaşama isteği ile beraber doğal alanlarda gerçekleştirilebilen rekreatif etkinliklere yönelmektedir. Buradan hareketle kamp etkinliği bireylerin yüksek düzeyde doğada vakit geçirmelerini sağlaması, doğal sportif aktivitelere ve konaklama biçimlerine olanak sunması nedeniyle oldukça fazla tercih edilmektedir (Topay ve Koçan, 2009, s. 116). ZTT ile zeytinlik kırsal alanlarda doğaya zarar vermeden doğa ile iç içe, doğanın dinlendirici etkisinin insan ruhu ve bedeninde hissedileceği, zeytinliklerin gölgesinde eşsiz deneyimlerin yaşanacağı otantik bir kamp ve karavan deneyimi gerçekleştirilebilir.

2.1.3.11. Glamping Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi İlişkisi

Glamping; Kitle turizmi ve bilindik turizm faaliyetlerine alternatif olarak, ‘glamper’ ismiyle adlandırılan farklı talep kitlesi ile bireylerin kamp alanı bulma ve kamp malzemesi taşıma kaygısı olmadan, şehrin gürültülü ve stresli ortamından uzaklaşarak otel konforunda lüksten ödün vermeden doğada tatil deneyimi

yaşamalarını sağlayan turizm çeşididir (Tüter vd., 2018, s. 207). Lüks kampçılık olarak adlandırılan glamping kavramının geçmişine bakıldığında, Osmanlı döneminde padişahların özellikle savaşa giderken yanlarında götürdükleri sarayı aratmayacak şekilde dizayn ettikleri çadırları, lüks eşyaları, ipek halıları ve mobilyaları ile varlığını göstermektedir (Olçay ve Turhan, 2017, s. 982). Lüks kamp hayatında, büyüleyici dış mekânlarda kral yatağı, klima ve özel banyo gibi doğada lüks olarak kabul edilen imkânlar sunulmaktadır (Vrtodusic Hrgovic, 2018'den aktaran Ardıç Yetiş, 2021, s. 134). ZTT ile zeytincilik bölgelerinde doğaya zarar vermeden, zeytin ağacından yapılmış lüks ve otantik eşyalar ile özel zeytin banyoları eşliğinde, fiziksel konforu üst düzeyde arayan turistlere yönelik otantik ve eşsiz bir deneyim sunacak işletmelerin faaliyete geçirilebileceği düşünülmektedir.

2.1.4. Zeytin Terapi Turizmi (ZTT) Faaliyetleri

Geleneksel turizme alternatif olarak öne çıkan zeytinyağı turizmi, “zeytinyağı üretim yerlerine ziyaretler, bu alanlarda konaklama, zeytinyağı bazlı yemekler üzerine aşçılık kursları, zeytinyağı satın alma gibi faaliyetleri içeren bir turizm şekli” olarak ele alınmaktadır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 182).

Zeytinyağı turizmi, zeytinyağı etrafında oluşturulan faaliyetler bütününe dayanmaktadır. Turistler, ürünün zeytinlikten zeytinyağına nasıl dönüştürüldüğünü öğrenmek için güzergahlardan ve turistik faaliyetlerden yararlanabilmektedirler (Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon, 2019, s. 2). Zeytinyağı etrafında turist deneyimleri yaratmak için en iyi stratejik seçenek, turistin çeşitli deneyimsel aşamalardan geçmek zorunda kalacağı bir rota oluşturmaktır (Murgado, 2013, s. 107-108). Bunlar arasında, bazen zeytin hasadıyla aynı zamana denk gelen zeytinliklere ve zeytinyağı işletmelerine ziyaretler, yağların tadımı, zeytinyağının ana bileşen olduğu tipik yöresel yemeklerin denenmesi ve ziyaretçilerin bölge ile ilişki kurmasına izin veren diğer kültürel ve doğa ile ilgili faaliyetler yer almaktadır (Parrilla-González, Murgado ve Torres-Ruiz, 2020, s. 2). ZTT faaliyetleri, zeytin ve zeytinyağı turizmi faaliyetlerini kapsamakla birlikte zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezleri, zeytin bahçeciliği, zeytin anıt ağaç ziyaretleri gibi zeytin ve zeytinyağı ile gerçekleştirilen sağlık, güzellik, dinlenme amaçlı çeşitli faaliyetleri de kapsayarak bir bütün oluşturmaktadır.

2.1.4.1. Zeytin ve Zeytinyağı Rotaları

Turist rotalarının oluşturulması, gıdaya dayalı turistik ürünlerin tasarımı ve geliştirilmesinde stratejik seçeneklerden birisidir. Genel olarak rotalar, farklı alanlar arasındaki iş birliğini teşvik ederek turizm yoluyla ekonomik kalkınmayı sağlamak için bir araç olarak hizmet eden bir dizi etkinlik ve çekiciliğin yaratılması olarak tanımlanmaktadır (Murgado, 2013, s. 103). Turist teklifinin bu şekilde tematikleştirilmesi, kırsal turizmde farklılaşma ve uzmanlaşmaya yönelik yeni trendler açarak halihazırda var olan (tesisler, bilgi ve beceriler, vb.) değerlerin özgünlüğünü kaybetmeden farklı şekillerde turistlere sunulmasını gerektirmektedir (Molina, Quesada ve Ruiz, 2011, s. 540).

Zeytin ağaçlarının yetiştirilmesi ile karakterize edilen kırsal alanların tarım ekonomilerinin gelişimi için zeytinyağı ve turizm bağlantısının önemli bir unsur haline geldiği diğer deneyimler, zeytinyağı rotalarıdır (De Salvo vd., 2013 s. 31). Zeytinyağı rotaları, zeytinyağı turizminin en önemli unsurlarından biridir. Bu rotalar üreticilerin, konaklama ve yiyecek-içecek sektörü temsilcilerinin, zeytinyağının üretim sürecini ve yöresel mutfaktaki varlığını açıklamalarına olanak tanıyan bir güzergah olarak tanımlanmaktadır (Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon, 2019, s. 2). Bir zeytinyağı turunu karakterize eden unsurlar arasında şunlar bulunmaktadır (Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer, 2022, s. 4);

- (a) onu başka bir bölgeden ayıran zeytinyağı üretimi (PDO),
- (b) bir yol ağı üzerinde geliştirilen güzergah,
- (c) tura bağlı üretim yapan kuruluşlar (zeytinyağı dağıtmak veya satmak),
- (d) zeytinyağı kullanan restoran ve kuruluşlarda zeytinyağı ile yapılan yemek sunumu.

Deneyimsel bir yaklaşıma dayanan zeytinyağı rotaları, belirli bir bölgede tüketicilere sunulan zeytin ve zeytinyağı ile ilgili bir dizi deneyimden oluşarak, zeytin kültürünü ve zeytinyağının değerlendirilmesini pekiştirmektedir (Murgado, 2013, s. 104). Zeytinyağı rotasının uygulanması, kırsal turizm, gastronomi turizmi, kültür turizmi ve farklı turizm tipolojileri arasında sinerji yaratmak için bir fırsat olarak kullanılabilir (Oliveira vd., 2014). Bu bağlamda, zeytinyağı turizm rotasındaki işletmeler arasındaki mevcut iş birliği eksikliği, zeytinyağı turizm hizmeti sağlayıcıları arasındaki deneyimsizlik, personel eğitimi eksikliği, zayıf iş altyapısı, turistik

ürünlerin eksikliği ve ilgili faaliyetlerin kıtlığı bu alanda başarılı turizm geliştirmenin önündeki engeller olarak karşımıza çıkmaktadır (Murgado, 2013, s. 107).

Sonuç olarak güzergâhı karakterize eden ürünlerle ilgili sayısız faaliyet olabilmektedir. Bunlar arasında turistleri kabul eden üreticileri ziyaret ederek zeytinyağı üretim sürecine turistlerin katılımı, ürünlerin tadım için numunelerinin sunulması, yerel ürünlerle geleneksel yemekler sunan restoranlara ziyaretler, müze ziyaretleri vb. etkinlikler ürünü menşei yerine bağlamaktadır (Millan, Fuentes ve Hidalgo, 2017, s. 101).

2.1.4.2. Zeytin ve Zeytinyağı Müzeleri

Uluslararası Müzeler Komitesi tarafından müze “insanlığın maddi ve manevi mirasını bünyesinde barındırarak koruyan, saklayan, gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayan, toplumun gelişiminde önemli bir rol sahibi olan halka açık ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (Çetin ve Küçükkömürler, 2019, s. 4). Yaşayan kültür ve eğitim kurumları olan müzeler, bünyelerinde barındırdıkları kültürel öğeleri, iletişim içerisinde oldukları toplum ve çevreye aktarmanın yanı sıra kendileri de onlardan beslenmektedir. Ayrıca müzeler bünyelerinde barındırdıkları kendi uzmanlık alanlarına ait objeler ile kültürel mirasın aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır (Miral Çavdırılı, ve Adan Gök, 2020, s. 2244).

Son yıllarda sürdürülebilir turizm anlayışı kapsamında geleneksel müzecilik faaliyetlerinin yanı sıra, odak noktaları farklı kültürel unsurlar olan farklı konseptlerde yeni müzeler ortaya çıkmaktadır (Arıkan Saltık ve Yıldız, 2019, s. 151). Gastronomi turizmine olan ilginin ve merakın artması ile beraber dünya genelinde gastronomi temalı müzeler kurulmaya başlanmıştır. Gastronomi müzeleri tema olarak peynir, bal, şarap, zeytinyağı ve mutfak kültürü gibi çeşitli temalarda faaliyet göstermektedir (Savaşkan ve Çavuş, 2021, s. 95).

Sayıları giderek artan gastronomi müzeleri, ait oldukları ülkelerin mutfak kültürlerini, zevklerini, yemeğe atfedilen anlamı ve önemi, yemeklerin ülke ekonomisine etkisini yansıtan dikkat çekici turistik mekanlardır (Şahin ve Aydın, 2017, s. 186-187). Gastronomi müzeleri somut olmayan kültürel mirasın korunması açısından önemli kültürel kuruluşlar arasında yer almaktadır. Mutfak kültürünün yazılı ve sözlü anlatımlarla geçmişten geleceğe aktarılmasını, geleneksel üretim

yöntemlerini, geleneksel mutfak aletlerinin korunmasını ve sergilenmesini sağlamaktadır (Lokman, Yarmacı ve Gdl, 2022, s. 382).

Zeytinyağı müzeleri de bu kapsamda gelişen müzecilik uygulamaları arasında yer almaktadır. Antik çağlardan günümüzde gerçekleştirilen modern teknolojiye kadar olan sürecin, en ilkel işleme tekniklerinden başlayarak canlandırıldığı ve bilgilerinin sunulduğu alanlardır (Arıkan Saltık ve Yıldız, 2019, s. 151). Ayrıca müzelerde ilgili ürünlerin çeşitlerini tadımlayabilme ve satın alabilme imknları da bulunmaktadır (Savaşkan ve avuş, 2021, s. 95). Uluslararası Zeytin Konseyi verilerine göre dünya genelinde otuz dokuz tane zeytinyağı müzesi bulunmaktadır. Bunların on dokuz tanesi İspanya'da, altı tanesi İtalya'da, altı tanesi Fransa'da, üç tanesi Türkiye'de, üç tanesi Yunanistan'da, bir tanesi Portekiz'de ve bir tanesi İsrail'de bulunmaktadır (IOC, 2023).

Sonuç olarak zeytinyağı turizminin varlığı geleneklerin korunmasına katkıda bulunmaktadır ve gençlerin geleneksel zeytinyağı çıkarma ve üretme yöntemlerini öğrenmelerine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda müzeler, sergilenen ve aksi takdirde zamanla kaybolacak olan eski zeytin ve zeytinyağı ile ilgili aletlerin iyi durumda muhafaza edilmesini sağlamaktadır (Canero Morales vd., 2015, s. 147). Ayrıca zeytinyağı turizminin uygulanması, turistik kullanım için restore edilen eski tesislerin yeniden değerlendirilmesine ve zaman içerisinde sanayileşme nedeniyle kaybolmaya başlayan geleneklerin geri kazanılmasına katkıda bulunmaktadır (Pulido-Fernndez, Montilla ve Hidalgo, 2021, s. 70).

2.1.4.3. Fabrika Ziyareti

Zeytinyağı turizmi, şirketlerin ürünlerini geleneksel bir şekilde satmalarını sağlamanın yanında, zeytinyağı üretimi ve zeytin yetiştiriciliği alanından katma değerli turistik ürün ve hizmetler sunmaktadır (Pulido-Fernandez vd., 2022, s. 2). Giderek artan talep ışığında zeytinyağı fabrikaları yavaş yavaş kapılarını turistlere amaya başlamışlardır (Millan, Morales ve Perez, 2010, s. 740).

Zeytinlerin hasat edilemediği Mart'tan Ekim'e kadar olan dönemlerde zeytinyağı turizmi tesislere gelir sağlayarak ekonomik koşullarında iyileştirme sağlayabilmektedir (Tregua, D'Auria ve Marano-Marcolini, 2018, s. 15). Tesisin bir kısmı satışa ayrılarak ürün doğrudan ziyaretçiler tarafından satın alınabilir ve bu da

ürün ve türevleri için yeni bir pazarlama kanalı açarak turizm gelirlerini ve satışları arttırabilmektedir (Millan, Fuentes ve Hidalgo, 2017, s. 105-106). Bu durumda zeytinyağı fabrikalarının, tesislerini turistlerin ziyaretine açma stratejisi cazip olmaktadır (Molina, Quesada ve Ruiz, 2011, s. 537).

Bir fabrikayı ziyaret edilebilecek şekilde uyarlamak, girişimci için altyapıya (tesisin belirli güvenlik standartlarını karşılamalıdır) ve personele (turistlere üretim teknikleri ve özellikleri hakkında bilgi verebilmek için personel eğitimi) yatırım yapması gerektiğinden bir maliyet içermektedir (Millán, Arjona ve Amador, 2014, s. 182). Bu nedenle pek çok fabrika sübvansiyonlar olmadan bu yatırımları yapmayı tercih etmeyerek, ürettikleri zeytinyağı ile tanışacak turistleri kaybetmektedirler (Millan, Fuentes ve Hidalgo, 2017, s. 106). Zeytinyağının doğrudan satışı, turistlerin fabrika ziyareti, zeytinyağı tadımı, zeytinyağı dünyasını öğrenmesi gibi zeytinyağı turizminin geliştirebileceği faaliyetler arasında yer almaktadır (López-Guzmán vd., 2016, s. 59).

2.1.4.5. Zeytin ve Zeytinyağı Tadım Etkinliği

Zeytinyağı turizmi faaliyetleri arasında zeytinyağı tadımı, üretim faaliyetlerine katılım, peyzaj düzenlemesi ve zeytin ağacı ile ilgili ürünlerin satın alınması en çok teşvik edilen faaliyetlerdir (Almeida ve Silveira, 2021, s. 162). Zeytinyağı üreticileri tadımlarında hem kendi ürünlerini hem de maddi olmayan değerlerini ziyaretçilere doğrudan erişim ve eğitim şeklinde sunmaktadırlar (Oplanc, Cop ve Cehic, 2020, s. 142).

Tarımsal gıda üretiminin bulunduğu bölgenin tipik bir yerel ürününün eşlik ettiği zeytinyağı tadımı, turistlere yerel gastronomiyi tanıtmayı, kullanılan zeytinyağının özelliklerini vurgulamayı ve hangi ürünlerin ona en iyi eşlik ettiğini açıklamayı içermektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 6). Yiyeceklerin tadımı ve tipik yerel yemeklerin üretim süreçleri, turistin karmaşık bir kimlik, yaşam tarzı ve gelenek mirası ile temasa geçmesini sağlayan uygulamalardır (De Salvo vd., 2013, s. 25). Ayrıca zeytinyağı tadımı bilgilerini genişletmek isteyen profesyoneller için tasarlanmış öğretici bir kaynağı temsil edebilir ve bu durumda tadım seansları daha karmaşık ve ileri düzeyde olup, profesyonel motivasyona sahip turistlere yönelik olmaktadır (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 6).

Sonuç olarak turistler zeytinyağı fabrikalarını ziyaret ederek, zeytinyağı üretimi hakkında daha fazla bilgi edinebilir ve bir destinasyona özgü farklı yağ çeşitlerini tadararak, asırlık zeytinlik manzaralarının keyfini çıkarabilmektedir (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 143).

2.1.4.6. Zeytinlik Manzaraları

Zeytinlik manzaraları da turistlerin zeytinyağı turizmini deneyimlemeleri için çok çeşitli faydalar sağlamaktadır. Zeytinliklerin hem peyzajı hem de florası ve faunası, yüksek çevresel kalitede bir teklif tasarlamaya izin vermektedir (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 5). Yüzyıllar boyunca zeytinlikler çevresinde, genellikle su kaynaklarına ve derelere yakın yerlere fabrikalar kurulduğundan bu bölgelerde turizm için çekici bir altyapı ağı oluşturulmuştur ve bu sayede zeytinliklerin etkileyici manzaralarına, fabrikalar gibi kültürel miras unsurları da katılmaktadır (Campón-Cerro vd., 2014, s. 64).

Ayrıca, zeytinlik manzaraları UNESCO'nun insanlığın somut olmayan kültürel mirası listesine dahil edilmek üzere aday gösterilebilir. UNESCO'nun bu konudaki çalışmalarının kapsamı, kültürel miras değerini desteklemek ve yerel kültürü tanıtmak amacıyla benzersiz alanların (zeytinlikler ve zeytinyağı mirası) kullanımına, sergilenmesine ve korunmasına odaklanmaktadır (Parrilla-González, Murgado ve Torres-Ruiz, 2020, s. 9).

İnsan eyleminin, zaman içinde önemli ölçüde gelişen üretken etkinliğinin bir sonucu olarak Jaen'de oluşturulan ve şu anda Jaen'in kimliklerinden birisi haline gelen "zeytin ağaçları denizi" manzarası, zeytinlik manzaralarına verilebilecek en güzel örneklerden birisidir (Sanchez ve Ortega, 2016, s. 390).

Sonuç olarak zeytinyağı turizmi, zeytin dünyasını kapsayan kültürün özünün yakalanmasını sağlarken, yemek de dahil olmak üzere zeytinyağı ile ilgili her şey hakkında bilgiyi genişleten, tipik mimarinin zeytin bahçeleri, güzellik, sağlık bakımları ve dinlenme ile bütünleştiği bir turizm şeklidir (Oplanıc, Cop ve Cehic, 2020, s. 144). Bu nedenle değirmenleri ziyaret etmekten kaplıca tedavisine kadar çok çeşitli aktiviteler arasında bu yeni turizm tipolojisi, yeni deneyimler arayan turistler arasında popülerlik kazanmaktadır (Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo, 2019, s. 7).

2.1.4.7. Diğer Zeytin Terapi Turizmi Faaliyetleri

Zeytin Bakım, Onarım, Hasat ve İşleme: Turistler öncelikle zeytin bakımı ve onarımına ardından zeytin hasadı ve zeytinin işlenmesi aşamalarına katılım sağlayarak zeytinyağı üretimi ile ilgili bilgi edinebilir ve sonrasında kendi elde ettikleri ürünlerden zeytinyağlı yöresel yemekler yaparak özgün deneyimler yaşayabilmektedir. Ayrıca bu tür faaliyetler turistlerin bölge ile duygusal bağ kurmalarına, zeytinyağı işletmelerinin hasat döneminde ek gelir ederek tanıtımlarını yapmalarına, ürün satışlarına ve turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerine katkı sağlamaktadır.

Zeytin Köyü/Zeytin Kampı: Zeytin köyü ve zeytin kampı bireylerin zeytin ağaçları ile iç içe bir tatil deneyimi yaşayabileceği, zeytin terapi turizmi faaliyetleri arasında yer almaktadır. Türkiye’de Zeytin Kamp ([http-1](#)) ve Kamp Olive ([http-2](#)) zeytin ağaçları altında konaklayabileceğiniz zeytin kamplar olarak otantik bir deneyim sunmaktadır.

Zeytin ve Zeytinyağı Akademileri/Enstitüleri: Zeytin ve zeytinyağı akademileri / enstitüleri, bireylerin zeytinyağı ile ilgili temel ve profesyonel düzeyde eğitimler alabileceği hem özel ilgi turistleri hem de uzmanlaşmak isteyen profesyoneller için zeytincilik tarihine sahip bölgelerde sadece teorik olarak değil zeytinlikler içerisinde uygulamalı dersler ve bölgesel etkinlikler ile turistlerin zeytin ve zeytinyağı kültürünü deneyimleyerek bilgi edinebileceği faaliyetler gerçekleştirilebilir.

Oleoteca Ziyaretleri: Oleoteca kelime anlamı olarak zeytinyağı kütüphanesi, kitaplığı anlamına gelmektedir. Dünya genelinde İspanya ve İtalya’da Oleoteca’lar mevcut olmakla birlikte oleotecalar’da zeytin ve zeytinyağı ile ilgili ürünlerin satışı gerçekleştirildiği dükkanlar olmakla birlikte içerisinde yeme-içme faaliyetleri de gerçekleştirilebileceğiniz alanlar mevcuttur.

Zeytin Anıt Ağaç Ziyareti: Anıt ağaçlar uzun ömürlülükleri sebebi ile geçmiş ile geleceğe bağlayan yaşayan tarih olarak nitelendirilebilmektedir. Zeytin anıt ağaç ziyaretlerinin bireylere uzun ömürlülüğü ve sağlığı simgeleyerek farkındalık duygularını arttıracakı düşünülmektedir. Ayrıca zeytin anıt ağaç ziyaretleri bizlere bölgenin zeytincilik tarihi ve kültürü hakkında bilgi verirken bu kıymetli ağaçtan toplanan zeytinlerden elde edilen zeytinyağı, ürünün değerini artırmaktadır. Bu noktada zeytin terapi turizmi kapsamında gerçekleştirilen zeytin anıt ağaç ziyaretleri ile turistlerde farkındalık yaratılarak bölgenin otantik ve eşsizliği belirtilmiş olmaktadır.

Zeytin Ürünleri ve El Sanatları Atölyeleri: Zeytin ürünleri ve el sanatları atölyelerinde zeytin ile ilgili resim çalışmaları, zeytin ağacından enstrüman yapımı, zeytin ağacından sepet yapımı, zeytin ağacı işlemeciliği ve zeytin ile ilgili hediyelik eşyalar yapımı gerçekleştirilebilmektedir.

Zeytin ve Zeytinyağı Banyosu: Zeytinyağı banyosu Antik Çağlardan beri güzellik ve kozmetik amacıyla kullanılan zeytinyağı ile vücudu dinlendirmek ve yenilemek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Zeytinyağının nemlendirici özelliği ile beraber cildin nefes alması ve ölü derilerin atılması sağlanarak vücuda zindelik kazandırılmaktadır.

Zeytin Bahçeciliği: Zeytin bahçeciliği bireylerin doğada vakit geçirme ve paylaşımında bulunma isteklerini karşılayarak, zeytin bahçelerinde toprak ve su ile stres atılması, meditasyon, yoga ve inziva gibi faaliyetlerin gerçekleştirilebileceği alanlar olarak zeytin terapi turizmi için önem arz etmektedir.

Zeytin ve Zeytinyağı Sağlık Merkezleri: Zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezlerinde zeytinyağı ile gerçekleştirilen kozmetik ve güzellik bakımları ile zeytinyağının halk hekimliği ve sağlık amaçlı kullanımları uzmanlar tarafından turistlere uygulamalı olarak öğretilerek turistlerin bakım yaptırarak evlerinde uygulayabileceği teknikleri öğrenmiş olmaları artan tıbbi maliyetler ve sağlık

turizmdeki son yıllarda yaşanan gelişmeler göz önüne alındığında zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezlerinin önemini ve gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Doğa Temelli Rotalar (Yürüyüş, Bisiklet, ATV vb.): Doğa temelli zeytin rotaları bölgenin yapısına göre yürüyüş, bisiklet, ATV motor rotaları şeklinde değişiklik gösterebilmektedir. Bu tür rotalar turistlere bölgeyi yerinde deneyimleme ve görme avantajı ile beraber turistlerin bölge ile bağ kurmalarını sağlayarak unutulmaz deneyimler yaşamalarını sağlayabilmektedir.

2.1.5. Bahadınlı Köyünün ZTT Potansiyeli

Çalışmanın bu kısmında Bahadınlı köyünün Swot analizine yer verilmiştir. Yapılan swot analizi ile Bahadınlı köyünün ZTT potansiyelinin güçlü ve zayıf yönleri tespit edilerek, sahip olduğu fırsatlar ve tehditler belirlenmiştir.

Çizelge 6. Bahadınlı Köyünün Zeytin Terapi Turizmi Potansiyelinin Swot Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ul style="list-style-type: none">• Bölgenin büyük bir zeytin ve zeytinyağı geleneğine sahip olması,• Bölgenin önemli bir ticaret geçmişine ve anıtsal mirasa sahip olması,• Zeytin ve zeytinyağı ile ilgili tarihi fabrika ve zeytincilik envanterlerine sahip olması (taş baskı makineler, küpler, sırkalar),• Köye özgü festival ve şenliklerin düzenlenmesi,• Köyün kamp ve karavan turizmi, doğa temelli turizm, için uygun alanlara sahip olması,• Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmaya istekli olması,• Köyün taşıma merkezi olması,• Ulaşım ve altyapı imkanlarının gelişmiş olması.	<ul style="list-style-type: none">• Köyde yiyecek-içecek ve konaklama işletmesi bulunmaması,• Köyde turistlerin sadece temel ihtiyaçlarını karşılayacak yerlerin olması (bakkal, wc),• İşletmelerin hasat dönemi faaliyet göstermesi,• Yerel halkın turizm konusunda eğitim eksikliği,• Adadağı zeytinyağının tanıtım eksikliği,• Köy imajının zayıflığı.

Çizelge 6-devamı

Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none">• ZTT faaliyetlerini uygulayan ilk köy unvanı alınması,• Köyün farklı turizm türlerini uygulamaya elverişli olması,• Köy halkı ve işletme sahiplerinin ZTT'ne olumlu bakması,• Köy halkının turizmden gelir sağlama isteği,• Gençlere iş imkanı sağlanarak, göç önlenabilir	<ul style="list-style-type: none">• Köyün taşıma kapasitesinin aşılıp, tahribata yol açılması,• Çevre, gürültü, trafik kirliliği oluşması,• Madra dağındaki altın madeni nedeniyle zeytinliklerde verim düşüklüğü yaşanması ya da kuruma riski,• Finansman problemleri.

2.2. İlgili Araştırmalar

Millan, Morales ve Agudo (2010) Cordoba (İspanya) 'da zeytinyağı turizmine katılan turistlerin profilini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada, zeytinyağı turistini olgun yaştaki, orta-yüksek gelir düzeyine sahip bireyler olarak tespit etmişlerdir. Ayrıca bölgedeki halka açık değirmenlerin sayısının özellikle hafta sonları ve tatillerde düşük olduğu belirlenip, bölgenin zeytinyağı turizm teklifinin mevcut talebi yeterince karşılamadığı sonucuna varılmıştır.

Millan, Morales ve Perez (2010) Cordoba (İspanya) 'da yaptıkları çalışmada zeytinyağı turizm rotalarına çekilecek olan turistlerin profilini belirleyerek mevcut arzı analiz etmişlerdir. İncelenen zeytinyağı güzergâhlarında, özellikle hafta sonları ve uzun süreli tatillerde halka açık zeytinyağı değirmenlerinin sayısı az olarak tespit edilerek, incelenen bölgede zeytinyağı turizmi arzı, mevcut ve potansiyel talebi yeterince karşılamadığı sonucuna varılmıştır ve rotaları ziyaret eden turist profili ortalama geliri 1001 Euro ile 1500 Euro arasında, orta düzeyde eğitim seviyesine sahip bireyler olarak belirlenmiştir.

Millan, Agudo ve Morales (2011) yaptıkları çalışmada 2008 yılında İspanya'nın güneyinde gerçekleştirilen bir saha çalışmasını analiz ederek zeytinyağı turizm talebini sosyoekonomik bir profilden ve mevcut arz açısından incelemişlerdir. Sonuç olarak zeytinyağı turizminin gelişmesiyle motive olmayan özel kuruluşların ilgisizliğine karşı, turistlerin zeytinyağı işlemeyi ve ilgili endüstrileri tanımaya yönelik artan bir ilgisi olduğu ve bu iki farklı sinerjinin yeni bir turizm segmenti geliştirmek

ve kırsal alanlarda iş ve zenginlik yaratılmasına katkıda bulunmak için etkileşime girebileceği sonucuna varılmıştır.

Ruiz, Martin Lopez ve Molina (2012) yaptıkları çalışmada zeytinyağının maddi olmayan duran varlıklar aracılığıyla ticari olarak yeniden konumlandırılması için yeni stratejiler ve kullanımlarını incelemişlerdir. Sonuçlar zeytinyağı turizmi konseptini oluşturmak için maddi olmayan duran varlıkların kavramsallaştırılmasını önermektedir. Ayrıca zeytinyağının soyut gelişiminin kavramsallaştırılması, küresel pazarlarda rekabetin önünde ürünün yeniden konumlandırılma stratejisine yanıt vermektedir.

De Salvo, Hernandez Mogollon, Clemente ve Calzati (2013) yaptıkları çalışmada İspanya ve İtalya'da gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetlerini karşılaştırmışlardır.

Murgado (2013) yaptığı çalışmada İspanya'da zeytinyağı turizminin durumunu analiz etmektedir. Zeytinyağı ve gastronomi turizmi uzmanlarıyla yapılan nitel görüşmeler sonucunda, zeytinyağına dayalı turizm ürünlerinin tasarımına, geliştirilmesine rehberlik edecek ve ilgili deneyimlerin yaratılmasına yardımcı olacak tavsiyeler önerilmektedir.

Campon-Cerro, Clemente, Hernandez-Mogollon, De Salvo ve Calzati (2014) yaptıkları çalışmada bütüncül, sürdürülebilir ve katılımcı bir bakış açısıyla zeytinlik alanların geliştirilmesine yönelik öneriler sunularak, Güney Avrupa'nın zeytinlik alanlarına uygulanabilecek bir turizm yönetim modeli önermişlerdir.

Millan, Arjona ve Amador (2014) yaptıkları çalışmada Endülüs (İspanya)'da son beş yılda halka açık değirmenleri ziyaret eden zeytinyağı turistlerinin sayısı üzerinden zeytinyağı turizmine olan talep incelenmiştir. Sonuç olarak Endülüs'te zeytinyağı turizmi talebi aylara göre belirlenmiş olup, zeytinyağı turizminin gelişimi için stratejiler önerilmiştir.

Millan, Hidalgo ve Fuentes (2015) yaptıkları çalışmada Endülüs (İspanya)'da zeytincilik bölgelerinde gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetlerinin kırsal ve bölgesel kalkınmaya etkilerini değerlendirilerek SWOT Analizi yapmışlardır.

López-Guzmán, Morales, Cuadra ve Orgaz-Agüera (2016) yaptıkları çalışmada Endülüs (İspanya)'da zeytinyağı turizmine katılan turistlerin sosyo-demografik profillerini ve motivasyon unsurlarını incelemişlerdir.

Sanchez ve Ortega, (2016) yaptıkları çalışmada Jaen (İspanya)'da zeytinliklerin yıllara göre üretimi, kapsadığı alan, peyzaj ve ekonomik boyutları ile zeytinin kültürel miras değerini incelemişlerdir.

Millan, Fuentes ve Hidalgo (2017) yaptıkları çalışmada Endülüs (İspanya)'da bölgenin zeytinyağı turizmi kapsamındaki mevcut durumunu inceleyerek, zeytinyağı rotasındaki şirketler ile anket yapılmış ve bölgede zeytinyağı turizminin geliştirilmesine katılım düzeyleri incelenmiştir.

Orgaz-Agüera, Cuadra, Lopez-Guzman ve Morales (2017), Endülüs (İspanya)'da yaptıkları çalışmada zeytinyağı turizmine katılan turistlerin profillerini incelenmiştir. Sonuçlar emekli, orta-yüksek gelirli, üniversite eğitime sahip, 60 yaş ve üstü kadınların başlıca turistler olarak öne çıktığını göstermektedir. Ayrıca turistlerin ana motivasyonları coğrafi bölgeyi ziyaret etmek, zeytinyağı dünyasını öğrenmek ve bölgesel gıdaları tüketmektir.

Ruiz, Molina ve Quesada (2018), yaptıkları çalışmada zeytinyağı turizmine katılan turistlerin zeytinyağının soyut yönlerini nasıl algıladıklarını değerlendirmek ve zeytinyağı turizmi için potansiyel talebi tahmin etmeyi amaçlamışlardır. Sonuç olarak, ankete katılanların yüzde 60'ından fazlası, zeytinyağı üretim sürecini öğrenmek için zaman ve parasını yatırım amacıyla, ziyaret etmeyi düşündüğü destinasyonların ekonomi, kültür ve toplumsal yönleriyle, zeytinyağı turizmi arasında bağlantı kuran faaliyetleri içeren bir turizm çeşidi talep etmektedir.

Pulido-Fernández, Montilla ve Hidalgo (2019) yaptıkları çalışmada zeytinyağı turizminin, turizm tipolojisini karakterize etmek ve ana faaliyetlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Sonuçlar kapsamlı bir bibliyografik incelemeye ve bir uzman paneline dayanarak, bu turizm tipolojisinin özel ilgi turizmine karşılık geldiğini ve diğer belirli turizm türleriyle bağlantıları olan üç tür genel ilgi turizminden (kırsal, doğa ve kültürel) kaynaklandığını göstermektedir.

Folgado-Fernandez, Campon-Cerro ve Hernandez-Mogollon (2019) yaptıkları çalışmada Extremadura (İspanya)'nın La Serena ilçesinde zeytinyağı turizminin gelişimini analiz etmişlerdir. Çalışma seyahatleri sırasında zeytinyağı turizmi hakkındaki deneyimleri sorulan 208 turisti içermektedir. Sonuç olarak zeytinyağı turizminin sürdürülebilir destinasyonlar olarak kırsal ortamlarda elde edebileceği büyük bir gelişim potansiyeli vurgulanarak, zeytinyağı geleneğine sahip kırsal

yerleşim yerleri yöneticilerinin, turizm stratejilerini bu yerel ürünün gastronomik ve kültürel bağlamına dayandırabileceğini sonucuna varılmıştır.

Folgado-Fernández, Alarcón, Viscomi ve Hernández-Mogollón (2020) yaptıkları çalışmada nicel bir analiz yoluyla turizm bağlamında zeytin endüstriyel mirası ile ilgili literatürü incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlar bu konunun kavramsal açıdan derinleştirilmesine yardımcı olup zeytin endüstriyel mirası temasının turizm yönetiminden ziyade mimari, miras, coğrafi ve bölgesel çalışmalarla daha yakından bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır.

Oplanić, Čop ve Cehić (2020) yaptıkları çalışmada Istria (Hırvatistan)'da mağazası bulunan bir zeytinyağı müzesinin ziyaretçilerinin motivasyonlarını nitel ve nicel yaklaşımlarla incelemişlerdir. Elde edilen sonuçlar, ziyaretçilerin ortalama profilini tanımlamakta ve menşei ülke ile müzeyi ziyaret etme nedenleri arasında önemli bir farklılık ortaya koymaktadır.

Carrillo-Hidalgo, Casado-Montilla ve Pulido-Fernández (2021) yaptıkları çalışmada Endülüs (İspanya)'da zeytinyağı turizm şirketlerinin yöneticileriyle görüşerek zeytinyağı turizmi şirketlerinin birbirleriyle ve turizme dahil olan diğer aktörlerle iş birliği yapma eğilimini belirlemeyi amaçlamışlardır. Sonuçlar, şirketlerin iş birliği yapma önceliğinin düşük olduğunu, kamu sektörünün tercih edilen aktör olduğunu ve iş birliği ağlarına ekonomik sermaye yatırma eğiliminin asgari düzeyde olduğunu göstermektedir.

Dancausa-Millan, Millan ve Alcocer (2022) yaptıkları çalışmada zeytinyağı turizmi gibi gastronomi rotaları içerisinde bir gurme unsuru olarak, zeytinyağını turist bakış açısıyla incelemişlerdir. Spesifik olarak amaç, gıdanın, onu üreten insanların gelirlerini artıran bir turistik cazibe merkezi haline gelebileceğini incelemektir. Zeytinyağı turizmi ile uğraşan kişilerin profilini ve bu faaliyeti gerçekleştirme motivasyonlarını belirlemek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Sonuçlar zeytinyağı turizmine, zeytinyağının benzersizliğine rağmen çok az talep olduğu ve gelişmekte olan bir turizm segmenti olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca zeytinyağı turizmi, bu faaliyet ile uğraşan kişiler tarafından yüksek puan almasına rağmen, uluslararası pazara sınırlı giriş yapmıştır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ve teknikleri, veri toplama süreci ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmektedir.

3.1. Araştırmanın Deseni

Nitel araştırmalar, araştırmacı tarafından, insanların deneyimlediği bireysel ve toplumsal olay ve olguların temel niteliklerini açıklamak için, bireyleri doğal ortamlarında gözlemleyerek, olay ve olguların oluşum süreçlerini incelemek amacıyla yürütülen açıklayıcı ve yorumlayıcı bir süreci ifade etmektedir (Baltacı, 2018, s. 233). Ayrıca ele aldığı konuları, insanların olay ve olgulara verdikleri anlam bakımından inceleyerek, araştırmacıya yorumlayıcı ve keşfedici zihinsel süreçler sunmaktadır (Baltacı, 2019 s. 370). Bu araştırmada açık uçlu ve keşif odaklı bir yöntem olduğu için nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Katılımcılara açık uçlu sorular sorulmuş ve yerinde gözlem çalışmaları (köy hayrına katılım, deve yatağı mevki, değirmen, fabrika ziyaretleri vb.) ile elde edilen veriler desteklenmiştir. Araştırma soruları detaylı bilimsel literatür taraması ve benzer çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Bu araştırmada Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan derinlemesine görüşme sonucunda köyün mevcut durumu ile ilgili bilgiler, köyde zeytincilik tarihi, zeytin ve zeytinyağı kültürü, zeytin ve zeytinyağının halk hekimliğindeki kullanımı, köydeki inanışlar, ritüeller, köyde gerçekleştirilen turistik faaliyetler, şenlikler, festivaller öğrenilmiş olup, ZTT' ne bakış açısı, ZTT' ne sağlanabilecek katkı ve faydalar ile ZTT kapsamında bölgede gerçekleştirilebilecek faaliyetler belirlenerek Bahadınlı'nın ZTT potansiyelini ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Zeytinyağı işletme sahipleri ile yapılan derinlemesine görüşmelerde işletmelerin zeytinyağı turizmine bakış açıları, işletmelerde gerçekleştirilen turistik faaliyetler, ZTT' ne bakış açıları, ZTT kapsamında işletmelerde gerçekleştirilebilecek faaliyetler ile bölgede

gerçekleştirilecek ZTT etkinliklerine katılım düzeyleri ve katkıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda yerinde gözlem ve katılımcılardan elde edilen veriler analiz edilerek Bahadınlı köyünün ZTT potansiyeli ve uygulanabilirliğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Nitel araştırmalarda evren, insan toplulukları, sosyal gruplar veya çok çeşitli olay ve olgular olabileceği gibi, araştırmacının gerçekte incelediği ve araştırdığı olguları içerisinde barındıran bir kıta, bir ülke, bir şehir, ya da bir kurum da evreni oluşturabilir (Baltacı, 2018, s. 234).

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden kasıtlı örnekleme yöntemi seçilmiştir. Kasıtlı örneklemede, örnekleme kimlerin seçileceği araştırmacının yargısına bırakılmaktadır ve bu sayede araştırmacı, araştırmanın amacına en uygun kişileri araştırma sürecine dahil edebilmektedir (Balcı, 2011'den aktaran Çelik ve İçbay 2017, s. 92). Bu bağlamda araştırmanın evrenini Burhaniye ilçesi oluştururken, araştırmanın örneklemini ise Çizelge 7'de belirtildiği üzere Burhaniye ilçesinde en fazla zeytinyağı işletmesine sahip olan Bahadınlı köyü oluşturmaktadır. Bahadınlı köyünde 1 tanesi kooperatif işletmesi, 1 tanesi de kapalı olmak üzere toplam 6 adet zeytinyağı işletmesi bulunmaktadır.

Çizelge 7. Burhaniye İlçesinde Bulunan Zeytinyağı Üretim İşletmeleri

Bahadınlı	6
Cumhuriyet	2
Hürriyet	1
Kırtık	1
Kızıklı	1
Kocacami	1
Pelitköy	5
Şahinler	2
Şarköy	4
Taylheli	4

Burhaniye İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2023

3.3. Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler yazmaya ve doldurmaya dayalı testler

ve anketlerdeki sınırlılığını ortadan kaldırarak, sahip olduğu belli düzeydeki standartlığı ve esnekliği nedeniyle, belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmeye yardımcı olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003'den aktaran Altunay, Oral ve Yalçınkaya, 2014, s. 64).

Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, muhtar görüşme soruları ve işletme görüşme soruları şeklinde olmak üzere 2 farklı formda oluşturulmuştur. Muhtar görüşme soruları detaylı bilimsel literatür taraması ve Tarhan (2020) tarafından 'Kırsal Kalkınma Kapsamında Lavanta Tarımı - Ekoturizm İlişkisi: Isparta İli Kuyucak Köyü Örneği' adlı çalışmada kullanılan köy muhtarı anket formundaki sorularından yararlanılarak 68 soru oluşturulmuştur. İşletme görüşme soruları detaylı bilimsel literatür taraması ve Civelek (2013) tarafından 'Sürdürülebilirlik Kapsamında Agroturizm ve Kırsal Kalkınma İlişkisi: Muğla Yöresindeki Tatuta Çiftliklerinin Agroturizm Potansiyeli Yönünden Değerlendirilmesi' adlı çalışmada kullanılan işletmeye yönelik sorularından yararlanılarak 25 soru oluşturulmuştur. Görüşmeler Bahadınlı köyü muhtarı ve 5 adet zeytinyağı işletmesi sahipleri ile yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

3.4. Verilerin Toplanma Süreci

Verilerin toplanma sürecinde Bahadınlı köyü muhtarı ve işletme sahipleri ile yüz yüze görüşmeler Temmuz – Ağustos 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılacak kişiler konu hakkında önceden bilgilendirilip, randevu alınarak, katılımcıların hepsi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında katılımcılardan ses kaydı için izin alınarak, sonrasında görüşmeler analiz edilmiştir.

3.5. Verilerin Çözümlemesi

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmış, köy muhtarı ve işletme sahiplerinden elde edilen veriler ses kayıtları 2 kez dinlenerek bilgisayar ortamında yazıya geçirilmiştir. Yazıya geçirilen bulgular bilgisayar ortamında program kullanılmadan araştırmacı tarafından betimsel analiz gerçekleştirilerek, sınıflandırılmış ve yorumlanmıştır.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde Bahadınlı köyü muhtarı ve Bahadınlı köyünde bulunan zeytinyağı işletmeleri ile yüz yüze yapılan derinlemesine görüşmelerin bulguları sınıflandırılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

4.1. Bahadınlı Köy Muhtarı ile Gerçekleştirilen Yarı-Yapılandırılmış Görüşme Sonuçları

Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan derinlemesine görüşme 2022 yılının Temmuz ayında gerçekleştirilmiştir. Mülakat sorularında: köy hakkında genel bilgiler, köyün tarihi, köyün zeytin varlığı, doğal ve kültürel yapılar, altyapı ve üst yapısı, köyde zeytinciliğin tarihi, zeytin ile ilgili ritüeller, halk hekimliğinde kullanımı, bölgede zeytin ve zeytinyağı odaklı gerçekleştirilen faaliyetler, ZTT'ne bakış açısı, köyün ZTT kapsamında potansiyelinin belirlenmesi ve gerçekleştirilebilecek faaliyetler ile ilgili sorular sorulmuş ve yanıtlar araştırmacı tarafından nitel olarak sınıflandırılarak betimsel analiz gerçekleştirilmiştir.

Bahadınlı köyü muhtarının yarı-yapılandırılmış görüşme sorularına verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir:

Bahadınlı Köyünün Tarihi: Köyün tarihi hakkında arşivlerde bilgiye rastlanılmamaktadır. Köyün ismi ve tarihi ile ilgili net bir bilgi bulunmamakla birlikte aşağıdaki rivayetler mevcuttur. “... İlk rivayet *Burhaniye*’yi *Burhanettin* kurduğu ve *Burhanettin*’in yeğeni *Bahattin* köyün bulunduğu bölgeye yerleşince *Bahattin*’in yeri olarak anıldığı sonrasında *Bahattinli* ve *Bahadınlı* olarak anıldığı söyleniyor. İkinci rivayet ise köy isminin hala faaliyet gösteren *Yağcı fabrikasının* kurucusu *Bahattin Yağcı*’dan geldiği yönünde. *Bahattin Yağcı*’nın *Adadağ*’ın yarısına sahip olduğu için köyün ismini *Bahattin Yağcı*’dan aldığı söyleniyor. Köyün en az 200 yıllık bir köy olduğu söyleniyor. 1940’lı ve 1950’li yıllarda köyde 30-40 hane olduğu varmış, sonrasında üst tarafında bulunan köylerden (*Kuyucak, Çallı, Yaylacık, Karadere, Kurucaoluk*) göç alarak merkez köy olmuşuz. 1990’lı yıllarda köy nüfusu 900’ün üzerine çıkmış ama 2000’li yıllarda göç vermiş ve şu anda 613 nüfusa sahip.”

Bahadınlı köyü muhtarı ile gerçekleştirilen görüşme sonucunda Bahadınlı köyü nüfusu, hane halkı, gelir kaynakları, köyde bulunun kamu, hizmet binaları, altyapı, üstyapı, ulaşım olanakları ve köy ile ilgili genel bilgiler Çizelge 8’de Bahadınlı köyünde bulunan doğal, kültürel ve tarihi yapılar ve kutlama/şenlikler/festivaller gibi etkinlikler ile köye ait tüm kaynak değerler Çizelge 9’da gösterilmiştir.

Çizelge 8. Bahadınlı Köyü Hakkında Genel Bilgiler

Köy nüfusu	613
Hane sayısı	350
Konut sayısı	428 Adet
Köye özgü en önemli değerler	Zeytin, Zeytinyağı, Adadağı
Köyün ana gelir kaynağı	Zeytincilik
Köyün diğer gelir kaynakları	Bitkisel üretim Hayvansal üretim (yaklaşık 10 hane) Arıcılık (birkaç hane)
Zeytin Arazisi	400 Dönüm
Zeytin ağacı sayısı	202.500 Adet
Tarım arazisi (Meyve, Sebze, Tahıl ürünleri)	Çok az
Zeytin dışı ağaç türleri	Dere kenarında Çınar, Söğüt vb. ağaç vardır.
Köyde bulunan kamu hizmet ve binaları	İlköğretim okulu Sağlık Ocağı Cami Köy odası Muhtarlık Binası
Köyde Bulunan Hizmet, Üretim Yerleri ve Tesisler, İşletmeler	Zeytin ve Zeytinyağı Fabrikası/ Yağhane (5 adet aktif olan ve 1 adet kullanılmayan toplam 6 tane ve de geçmişte evlerin bodrumunda bulunan yağhaneler ve/veya yağ depoları),
	Bakkal (2 Tane), Su kuyuları (2 Tane), Marangoz (1 Tane), Demirci (1 Tane), Kahvehane (2 Tane) ve altında bulunan atıl olan dükkanlar, Berber (2 Tane) Mezarlık (Eski ve Yeni), Harman Yeri, Köprü (3 Tane), Diğer (Futbol Sahası planı var), Aş evi.
Ortak Kullanım Alanları	Okul avlusu, Cami, Kahvehane önü.
Kooperatif	Bahadınlı Tarımsal Kalkınma/Kırsal Kalkınma Kooperatifi (1968 Bahadınlı, Çamtepe, Kurucaoluk, Yaylacık, Karadere, Kuyucak köylerinden 162 kişinin bir araya gelmesiyle kooperatif kurulmuş 1970 yılında ise Kooperatif fabrikası hizmete geçmiştir.)
Eğitim	4+4 eğitim sistemi için taşıma merkezi (1990’lı yıllardan sonra Yaylacık, Kurucaoluk, Çamtepe ve Karadere’de ki okullar kapanmış ve öğrenciler Bahadınlı köyüne servislerle ulaşım sağlayarak gelmektedir.)

Çizelge 8-devamı

Ulaşım	Köye ulaşım asfalt yol, köy içi parke taşı.
Altyapı	1994 yılında köy kendi altyapısını imece usulü yapmıştır.
Üstyapı	Bahçe için yüzeysel yeraltı suları vardır. İçme suyu olarak Düdüklü suyu haricinde köyün şebeke suyuna katkı sağlayan kuyu ve derin sondaj mevcuttur.
Yaşanan Doğal Olaylar	1996 yılında büyük sel, 2004-2006 arası 2.sel olmuştur.

Çizelge 9. Bahadınlı Köyünde bulunan Doğal, Kültürel, Tarihi Değerler ve Yapılar

Mağaralar / Vadiler / Ovalar	İnkaya Mağarası
Dere/ Gölet/ Şelaleler / Baraj	Karınca Deresi, Reşit Barajını destekleyecek Bahadınlı Regülatörü (eleme, yıkama) projesi mevcuttur.
Arkeolojik alanlar	Dedekaya (kale-karakol-gözetleme kulesi olarak kullanılmış ve üzerinde lahit mezar bulunmaktadır) ve İnkaya (inanış merkezi olduğu söylenmektedir)
Tarihsel değerler	Adadağı ve eteğinde bulunan Deve Yatağı mevkii,
Tarihi Yapılar	Adadağı Mevkii/Eski Su Değirmeni, Papazın evi, Ev ya da Rum karakolu olarak kullanılmış yapı (Baş değirmenin yanı), Baş değirmen, Koz dibi değirmeni, Yar dibi değirmeni, Uzunoluk değirmeni, Adadağı Mevkii/Deve yatağı (Arnavut döşeme yol vardır.) İnkaya Mağarası, Eski Hamam, Konuk evi
Manzara ve Seyir Noktaları	Dedekaya mevki (Vadi manzarası) Adadağı mevki (Körfez manzarası) İnkaya mevki (Karınca çayı manzarası) Gran tepe (Körfez ve Adadağı manzarası) (Gran tepede manzarasından dolayı 2018 yılında kahvaltı salonu açılmış ve 2020 yılında kapatılmıştır.)
Trekking parkurları / Bisiklet Rotaları	Dere kenarı köy içi ring, Adadağı Rotası,
Festivaller / Şenlik / Kutlamalar	Köy hayrı (Gran/Kran hayrı da denilmektedir), Hıdırellez kutlamaları, 3 gün 3 gece düğünler.
Piknik ve mesire yerleri	Dere kenarı

Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan görüşme ışığında köyün temel sorunları, zeytincilik faaliyetindeki sorunlar, kamusal sorunlar / eksiklikler ve turizm alanındaki eksiklikler çizelge 10’da belirtilmiştir.

Çizelge 10. Bahadınlı Köyü ile İlgili Sorunlar / Eksiklikler

Köy ile ilgili Temel Sorunlar	- İşsizlik
	- Göç
	- İletişim problemleri (ve tanıtım)
	- Kuraklık
Zeytincilik ile İlgili Sorunlar	- Marka eksikliği vardır. (Ürün direkt tüketici ile buluşturulamayıp araçlar ile satış gerçekleştirilmektedir, bu da ürünün satış fiyatını arttırmaktadır)
	- Üretim maliyetinin çok olması (silkme, budama, gübreleme, işçi tayfası)
	- Tanıtım ve pazarlama eksikliği
	- Devlet desteği yetersizliği
	- Üretici bilinçsizliği Ürünün yüksek fiyattan satmak ya da üründen en iyi verimi alabileceği şekilde (yağlık-zeytinlik vb. şekilde) ayırtmamaktadır.)
- Teknolojik aletlerin pahalılığı (Geleneksel yöntemde zeytin sırım ile toplanırken dalların kırılması ve dalların bir yıl sonra tekrar gelişip meyve vermeye başlaması ile var yılı yok yılı yaşanması, zeytin toplama makinasında böyle bir sorun yaşanmamaktadır.)	
Kamusal Sorunlar/Eksiklikler	- Büyükşehir Yasası (2012 yılında mevzuattan geçen ve 2014 yılında yürürlüğe giren büyükşehir yasası ile birlikte (Avarız) muhtarlığa ait ağaçlar (108 dönüm arazi) büyükşehir belediyesi tarafından toplatılmaktadır ve bu durum köy için gelir kaybına yol açmıştır.)
Turizm Alanındaki Eksiklikler	- Köye gelen turistler için konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi eksikliği

Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan görüşme ışığında köyde zeytinciliğin tarihine, ticaretine, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili ritüel ve inanışlara, halk hekimliğindeki kullanımlarına, köyde zeytin ve zeytinyağına verilen değer, zeytin ve zeytinyağı geleneği ve kültürü, yöresel yemekler, el sanatları, zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile yapılan geri dönüşüm faaliyetleri, zeytinyağı üretim yöntemleri,

depolama yöntemleri, köyde gerçekleştirilen rekreatif / eğitsel faaliyetler, şenlikler ve köyün gelişimi için neler yapılabileceğine ilişkin sorulara verilen yanıtlar sonucunda aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

Bahadınlı Köyünde Zeytinciliğin Tarihi Hakkında Bilgiler: Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytinciliğin tarihi hakkındaki sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Adadağı’ndaki ilk zeytin ağaçları Yunanlılar tarafından dikilmiştir. Köy içerisindeki diğer zeytin ağaçlarının ise 1910 yılından sonra dikildiği söyleniyor.

- “... Adadağı’ndaki zeytinlerden üretilen zeytinyağı Osmanlı İmparatorluğu’nda kandil yağı olarak kullanılmıştır.

- “... Köyde geçmiş zamanda taş baskı öncesinde evlerin altında mengenerler vardı. Yağlar o şekilde sıkılmış, bizim evin altında da vardı.

Bahadınlı Köyünde Zeytin ve Zeytinyağı Ticaretinin Tarihi: Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytin ve zeytinyağı ticaretinin tarihi hakkındaki sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Dedekaya M.Ö. 4. Yüzyılda kale, karakol ya da gözetleme kulesi olarak kullanılmış. Ticareti, bölgeyi koruduğu ve yardımlaşma amacı ile bölgesel nokta olduğu düşünülüyor.”

- “... İnkayanın orada sunak olduğu ve ticareti yürütmek, haberleşmek ve kontrolü sağladığı düşünülmektedir.”

- “... İpekyolu’nun Madra dağının sırtından geçtiği ve İpekyolundan bir yol döndüğü söyleniyor. Bizim köyün karşısında Adadağının sırtından Yaylacık dağından (Yaylacık ve avunduk köyünün ortasından) deve yatağı denilen mevkiye, düzlüğe iner. Tevatura göre deniz oraya kadar geliyormuş. Küçük bir liman olduğu söyleniyor. Muhitin adının deve yatağı olması develerin dinlenmesinden geliyor.”

Bahadınlı Köyünde Zeytin ve Zeytinyağı verilen değer ile gelenek ve kültürü: Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytin ve zeytinyağına verilen değer ile gelenek ve kültürüne yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Zeytin ağacı zahmetsiz bir ağaçtır, zararı yoktur çok kıymetlidir, ve zeytin ya da zeytinyağının, zeytinle ilgili bir şeyin herhangi bir zararı ya da olumsuzluğu yoktur, zeytin ağacı kutsaldır o olmazsa yaşayamayız.”
- “...Edremit Körfezi içerisinde en iyi zeytinyağının Adadağından elde edildiğine inanırız. Zeytinyağının en yoğun tüketildiği bölgeyiz.”
- “... Zeytin yaprağı barışı simgelemektedir.”
- “... Eskiden zeytin mezatı yapılırdı, kahvehaneleri önünde cazgır biri gelir bağırdı, yıllık kiraya verilirdi zeytinlikler.”

Zeytin, Zeytinyağı, Zeytin Ağacı ve Dalı ile İlgili Ritüel ve İnanışlar:

Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı, dalı ile ilgili ritüel ve inanışlara yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadelere ulaşılmıştır.

- “... Nişanlıyken aralarındaki bağ bozulmasın, ölümsüz olsun diye, gül dibine altın yüzük gömülürmüş.”
- “... Zeytin toplarken çatal zeytin bulmak kıymetlidir, bereket anlamına gelir.”
- “... Zeytin ağacının dibinden çıkan deliceden sapan yapılmış.”
- “... Gelenek olarak ölünün yıkanacağı cenaze suyu ısıtılırken içerisine mezarlıktan alınan servi ağacı dalı ve zeytin dalı koyulur.”
- “... Zeytin hasadı sonunda mülk sahibi işçilerine helva eklemek yedirir.”
- “... Sünnet çocuğu öğle namazını müteakip camiden atla bayraklar eşliğinde eve geldiğinde attan inmeden anneanne, babaanne, dedeler kısaca büyükler çağrılır ve ne veriyon ne istiyon denilir, ne veriyon ne istiyon sonra büyüklerin kimisi 5 tane zeytin ağacım var ya da 10 tane zeytin ağacım var ne derse onu veriyom der ve sünnet çocuğunun olur.”

Zeytin ve Zeytinyağının Sağlık Üzerine Etkileri ve Geleneksel Tıpta

kullanımı: Bahadınlı köyü muhtarının zeytin ve zeytinyağının sağlık üzerine etkileri ve geleneksel tıpta kullanımı hakkındaki sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadelere ulaşılmıştır.

- “... Sağlık üzerinde etkisi vardır. Son yıllarda kolon kanserinin arttığı fakat bölgede bu oranın az olduğu ve bunun zeytinyağı sayesinde olduğu söylenmektedir.”

- “... Ağrıyan yer zeytinyağı ile ovulup naylon ile sarılır. Çocuklara kabızlıkta zeytinyağı içirilir.”
- “... Ağrı şişlikte sırta beze sürülüp koyulur.”
- “... Küçükbaş hayvanlara zeytin yaprağı yem olarak yedirilerek fayda sağladığı düşünülmektedir.”
- “... Bağırsak sorunu olan kişilere sabah 1 kaşık zeytinyağı içmesi önerilmektedir.”

Yöresel Yemekler: Bahadınlı köyü muhtarının köye ait yöresel yemekler sorusuna verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Zeytin kebabı yaparız, sele zeytinler yeni olgunlaşırken toplanır, tuzlanır. 1-1,5 ay tuzlu suda bekletiyorsun sonra çıkarıp çomağa diziyon ve kömürün içine atıyon yarım dakika bir dakika sonra çıkarırsın ve yersin.”
- “... Bütün yemekler zeytinyağı ile yapılır. Pilaki, hamur çorbası, piyaz, geleneksel türlü çorbası, bulgur pilavı, zeytinyağlı yaprak sarma, zeytinyağlı biber dolması, imam bayıldı.”

El Sanatları: Köyde zeytin ile ilgili el sanatları üretimi günümüzde yapılmamaktadır, fakat geçmişte var olduğu söylenmektedir. “... Geçmişte halı, çul dokuması ve oyma yapılmış.”

Köyde bulunan tarihi fabrika ve zeytincilik envanterleri: Bahadınlı köyü muhtarının köyde bulunan tarihi fabrika ve zeytincilik envanterlerine yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Köyde tarihi fabrika var, tarihi taş baskı sistemleri, küpler, sııklar, Darcık denen taşıma ve depolama kabı var.”

Zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile yapılan geri dönüşüm faaliyetleri: Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile yapılan geri dönüşüm faaliyetlerine yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “...Zeytin dalı öğütülüp gübre, zeytin dalı ise ocakta yakıt olarak kullanılır.”

Zeytinyağı üretim yöntemleri: Bahadınlı köyü muhtarının zeytinyağı üretim yöntemleri hakkındaki sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadelere ulaşılmıştır.

- “... Zeytin geleneksel yöntemde sıvık, modern yöntemde ise makine ile toplama, sallama, çırpma yöntemi ile toplanıyor. Zeytinyağı üretiminde günümüzde sürekli sistem kullanıyoruz. Bu sistem verimliliği ve günlük üretim kapasitesini artırıyor.”

Zeytin ve zeytinyağı depolama yöntemleri: Bahadınlı köyü muhtarının zeytin ve zeytinyağı depolama yöntemlerine yönelik verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadelere ulaşılmıştır.

- “... Ürünler eski küp ya da plastik bidonda, güneş görmeyen serin ve kuru yerde saklanır.”
- “... Eskiden ama çok eski zamanda deride taşırlarmış zeytinyağını, hayvan derisinden yapılmış böyle büyükçe saklama depolama kabı.”

Bahadınlı Köyünde Gerçekleştirilen Rekreatif ve Turistik / Eğitsel Faaliyetler/ Şenlikler / Festivaller: Bahadınlı köyü muhtarının köyde gerçekleştirilen rekreatif, turistik, eğitsel faaliyetler ile şenlikler, festivaller sorularına verilen cevaplar ışığında elde edilen ifadeler aşağıda verilmiştir.

- “... Dere kenarında Adadağı eteklerinde karavan kampı yapılıyor.”
- “... Fabrika ve değirmen (Eski su değirmeni, Baş değirmen, Koz dibi değirmeni, Yar dibi değirmeni, Uzunoluk değirmeni) ziyareti gerçekleştirilmektedir.”
- “... Geçmiş zamanlarda dere kenarında tatlı su balıkçılığı yapılırdı, iki çeşit balık vardı (biri kefalın küçüğü şeklinde beyaz sade balık diğeri ise kahverengi renkli katırca denilen balıktır) 1996 ve 2006 yılında gerçekleşen afetlerden sonra dere yapısı değişmiş ve balıklar ölmüştür.”
- “... Kavak Mantarı Rotası (dere kenarından Karadere yaylasına doğru) vardır. Köyde rehberlik yapacak bilgili kişiler vardır.”
- “... Çallı, Kuyucak, Çamtepe’den Bahadınlı’ya inen rota var.”
- “... Her yıl Bahar aylarında 2022 yılında 24 Mayıs’ta yapılmış köy hayrı vardır (Gran hayrı ya da Kran Hayrı da denilmektedir) Geleneksel çorba (hayırdan bir gün önce hamurun açılıp, kesilip ardından kurutulup çorba yapılması), etli pilav ve ayran ile köy halkı ve dışarıdan gelen insanlara ikram edilir.”

- “... Ramazan ayı içinde gençler olarak biz böyle gördük yetişen gençlere de böyle bıraktık arife akşamı sabahı bayram olacak ya o gün gece davulu gençler alır bütün köyün içini gezer gece sabaha kadar, işte o eve gider baklava alır bu ev para veriri öyledir yani.”

- “... Düğünler üç gün üç gece sürer, cuma günü öğleden sonra başlar pazar günü akşam biter.”

- “... Gezek geleneği vardır. Eski zamanlarda bütün yıl boyunca her gün kahve önüne misafirler, yaşlı ve yoksullar tüketsin diye iki sofraya kurulmuş. Eskiden tüm yıl boyunca verilirdi, köyün zenginliğini, bolluk ve bereketini simgelerdi şimdi gezek geleneği sadece ramazan ayında yapılıyor. Muhtar ramazanın ilk iftar yemeğini verir ardından ramazan ayı boyunca her gün bir aile yemek verir. Kahve önlerine de misafir gelebilir, evi uzak olan yaşlılar yorulmasın diye onlara tepsiyle yemek gönderilir.”

- “... Halk eğitim el sanatları, dokuma, dikiş nakış gibi kadınlara yönelik kurslar düzenlendi.”

Bahadınlı Köyünün Gelişimi İçin Yapılabilecekler: Bahadınlı köyü muhtarının köyün gelişimi için yapılabilecekler sorularına verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

- “... Tüzel kişiliğin kaldırılması gerek.”

- “... Zeytin altına başka bitki ekimi gibi zeytincilik harici gelir getirecek gelir kaynakları üretilmeli.”

- “... Köyün kalkınması için zeytincilik faaliyetleri, turizm ve zeytin turizmi faaliyetleri, bitkisel üretim/organik tarım faaliyetleri gibi faaliyetlerin geliştirilmesi lazım.”

Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan derinlemesine mülakat ışığında zeytin terapi turizmine bakış açısı ve sosyo-ekonomik etkileri, ZTT kapsamında bölgede gerçekleştirilebilecek faaliyetler, ZTT etkinliklerine yerel halkın katılım düzeyi ve katkılarına ilişkin sorulara verilen yanıtlar sonucunda aşağıdaki ifadeler ulaşılmıştır.

Zeytin Terapi Turizmine Bakış Açısı ve Sosyo-Ekonomik Etkileri: Bahadınlı köyü muhtarının ZTT’ne bakış açısı ve sosyo-ekonomik etkilerine yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında derlenen olumlu ve olumsuz yönler aşağıda belirtilmiştir.

Olumlu Yönleri: ‘‘... Köyün / bölgenin tanıtımı, iş imkanı, köyün imajına, ürün satışına katkı sağlar, hizmet ve destekler artar, gençler göç etmez, çevrenin korunması, köy halkı için alternatif bir geçim kaynağı olabilir, bölgenin göç vermesinin önüne geçerek, göç almayı bile sağlayabilir, ekonomik gelir, iş imkanı sağlar.’’

Olumsuz Yönleri: ‘‘... Olumsuz yönü yoktur. Her anlamda katma değer sağlar.’’

Zeytin Köy veya Zeytin Terapi Köy unvanı almak istenir.

Zeytin Terapi Turizmi kapsamında Bahadınlı köyünde gerçekleştirilebilecek faaliyetler: Bahadınlı köyü muhtarının köyde ZTT kapsamında gerçekleştirilebilecek faaliyetlere yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında aşağıdaki ifadelere ulaşılmıştır.

- ‘‘... Zeytinyağı tadım turları düzenlenebilir.’’
- ‘‘... Zeytin Terapi Turistlerine yönelik organik ürün yetiştirme ve/veya satış hizmetleri yapılabilir.’’
- ‘‘... Ev pansiyonculuğu veya benzeri konaklama hizmetleri yapılabilir.’’
- ‘‘... Geleneksel yemeklerin hazırlanması ve satışı yapılabilir.’’
- ‘‘... Rehberlik hizmetleri (kırsal alan kılavuzluğu) gerçekleştirilebilir.’’
- ‘‘... Geleneksel zeytin üretimi, hasat vb. etkinlikler düzenlenebilir.’’
- ‘‘... Hobi bahçeciliği ve tıbbi bitki ve aroma yetiştiriciliği yapılabilir.’’
- ‘‘... Bisiklet rotaları, anıtsal ağaç rotası vb. rotalar oluşturulabilir.’’

ZTT kapsamında düzenlenecek etkinliklere / festivallere katılım düzeyi: Bahadınlı köyü muhtarının köyde ZTT kapsamında düzenlenecek faaliyetlere yerel halkın katılımına yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında ‘‘... yerel halk zeytin terapi festivali düzenlenirse bunu şenliğe dönüştürmek ister ve festivalden yöresel ürünler satarak ek gelir edebilir’’ sonuçlarına ulaşılmıştır.

4.2. Bahadınlı Köyünde bulunan Zeytinyağı İşletme Sahipleri ile Gerçekleştirilen Yarı-yapılandırılmış Görüşme Sonuçları

Katılımcılar ile yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme 2022 yılının temmuz ayında gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme sorularında: Bahadınlı köyünde

bulunan zeytinyağı işletmelerinin kuruluş yılları ve nedenleri, zeytin varlıkları, istihdam edilen personel sayısı, faaliyet süreleri, yerel halk ile ilişkileri, zeytincilik ile ilgili sorunlar, işletmelerin turizme bakış açıları, işletmelerin turizm amaçlı kullanımı, işletmelerde gelecekte planlanan faaliyetler, ZTT'ne bakış açısı, ZTT'ne sağlayabilecekleri katkı, destek, faydalar ve işletmelerin ZTT kapsamında değerlendirilebilme potansiyelleri ile ilgili sorular sorulmuş ve yanıtlar araştırmacı tarafından nitel olarak sınıflandırılarak betimsel analiz gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 11. Katılımcıların demografik bilgileri

İşletme Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	İşletmedeki Görevi	İşletmede Çalışılan Süre
K1	Erkek	58	İlkokul	İşletme Müdürü	10 yıl
K2	Erkek	47	Lisans	İşletme Ortağı	3 yıl
K3	Erkek	53	Lise	İşletme Sahibi	20 yıl
K4	Erkek	70	Lisans	İşletme Sahibi	40 yıl
K5	Kadın	53	Lisans	İşletme Sahibi	8 yıl

İşletmeler hakkında genel bilgiler: Bahadınlı köyünde 1'i kooperatif işletmesi olmak üzere toplam 6 adet zeytinyağı işletmesi bulunmaktadır. 1 işletme günümüzde aktif olmadığı için herhangi bir bilgiye ulaşamamış ve 5 zeytinyağı işletmesi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Verilen cevaplar ışığında işletmeler günümüzde sürekli sistem zeytinyağı üretimi gerçekleştirmektedir. Ayrıca K2 ve K5 işletmeleri zeytinlik icar etmektedir. Çizelge 12'de işletmelerin kuruluş yılları, üretim kapasiteleri, işletmelere ait zeytin varlıkları ve icar alınan zeytinlikler detaylı olarak gösterilmektedir.

Çizelge 12. İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

İşletme Kodu	Kuruluş Yılı	Makine(ler) ve Üretim Kapasiteleri	İşletmeye ait zeytin varlığı	İcar alınan zeytinlik
K1	1910	- 60'lık makine /24 saatte 60 ton (600 çuval) - 40'lık makine / 24 saatte 40 ton (400 çuval)	1200 dönüm (12.000 ağaç)	-
K2	1960	-60'lık makine /24 saatte 60 ton	150 dönüm (1500 ağaç)	- 1500 dönüm (15.000 ağaç)
K3	1968	- 90 ton /24 saatte	200 dönüm (2000 ağaç)	-
K4	1983	-36 ton / 24 saatte	400 dönüm (4000 ağaç)	-
K5	2015	-60 ton / 24 saatte	100 dönüm (1000 ağaç)	- 500 dönüm (uzun dönem kiralık) - 500 / 1000 dönüm her sene köylüden günlük ve icar zeytin
F	İşletme faaliyette olmadığı için herhangi bir bilgiye ulaşılamamıştır.			

*Her dönüm 10 ağaçtan hesaplanmaktadır.

Katılımcıların yarı-yapılandırılmış görüşme sorularına verdikleri yanıtlar aşağıdaki gibidir:

İşletmelerin kuruluş amacı: İşletmelerin kuruluş amaçları genel olarak benzer özellikler taşımaktadır. Verilen cevaplar derlendiğinde 4 işletme hasat zamanı yaşanan sorunlara bireysel veya kolektif olarak çözüm bulma arayışı ile kurulmuştur. K5 işletmesi ise ‘... atalarından yadigâr zeytinlikleri çocuklarına miras bırakma’ düşünce ile kurulmuştur.

‘... zeytin fazla olduğu ve başka fabrikalarda sıkım esnasında sorun yaşamamak için fabrika kurulmuştur (K2).’

‘... hanım’ın böyle bir geçmişi olduğu ve çocuklarına böyle bir miras bırakmak istemeleri ile faaliyetlerine başlıyorlar (K5).’

İşletmelerin faaliyet gösterdiği dönemler: K1, K2, K3, K4 işletmeleri yılın yaklaşık olarak 4-5 ayı (sezonun verimine göre değişmektedir) faaliyet göstermektedir. Zeytin hasat döneminde faaliyetlerine başlayıp, yağ sıkımı gerçekleştikten sonra

yaklaşık olarak şubat ayı gibi faaliyetlerini sonlandırmaktadır. K5 işletmesi ise ürün yelpazesinin genişliği sayesinde yılın 12 ayı faaliyet göstermektedir.

İşletmelerin istihdam olanakları: İşletmelerde istidam edilen personel sayısı mevsimsel olarak farklılık göstermektedir. 3 işletme, 12 ay sabit personel istihdam ederek hasat zamanı personel sayısını artırırken, 2 işletme sadece zeytin hasat dönemi personel istihdam etmektedir. Çizelge 13’de işletmelerde istihdam edilen personel sayısı detaylı olarak gösterilmiştir.

Çizelge 13. İşletmelerde İstihdam Edilen Personel Sayısı

İşletme Adı	12 Ay İstihdam Edilen Personel Sayısı	Mevsimlik Çalıştırılan Personel Sayısı
K1	1	7
K2	-	10
K3	-	10
K4	2	4
K5	6	6

İşletmelerin faaliyet alanları: İşletmelerin ana faaliyetleri zeytinyağı üretimi olmakla beraber faaliyetler işletmelere göre çeşitlilik göstermektedir. K1, K2 ve K4 işletmeleri yalnızca zeytinyağı üretimi gerçekleştirirken, K3 işletmesi zeytinyağı, sabun ve zeytin ağacından hediyelik eşya (askılık, yer sehпасı) üretimi gerçekleştirmektedir. K5 işletmesi ise zeytin, zeytinyağı, doğal ürünler (reçel, sirke) üretimi, zeytin ve zeytinyağı ile yapılan kozmetik ürünler, özel zeytinyağlı sabunlar ve uçucu yağlar üretimi gerçekleştirmektedir. Ayrıca K5 işletmesinin içerisinde tıbbi ve aromatik bitkiler bahçesi bulunmaktadır.

İşletmelerin yerel halkla olan ilişkileri: Verilen yanıtlar işletmelerin yerel halk ile iyi bir ilişki içerisinde olduğu ve personeli köyden istihdam ettiği yönündedir.

İşletmelerin tarihi zeytincilik ekipmanlarına sahiplik düzeyi: Verilen cevaplar ışığında K4 işletmesi hariç her işletmede zeytinciliğe ait tarihi varlıklar mevcuttur. K1 işletmesinde geçmişte kullanılan alanlar olarak 1 Atölye, 3 tane Depo, 1 Personel Yatakhanesi mevcuttur. Ayrıca fabrika içerisinde tarihi zeytinyağı sıkım

sistemi, fabrikanın girişinde geçmişte pirina taşınması için kullanılan raylı sistem, kozak taşı ve eski yağ tankları, K2 işletmesinde tarihi zeytinyağı sıkım sistemi, tarihi küpler, tarım aletleri ve ekipmanları, K3 işletmesinde geçmişte kullanılmış yağ küpleri ve aletleri, K5 işletmesinde zeytin çuvalları ve kozak taşı mevcuttur.

“... Kozak taşı 10-15 yılda bir değiştirilir. Taş köreldikçe çekiçle dış açılır ve zamanla taş küçüldüğü için zeytini ezmediği zaman taş değiştiriliyor (K1).”

“... Zeytin geçmişi için işletme girişine dekor amaçlı taş ve eski zeytin çuvalları koyulmuştur (K5).”

İşletmelerin zeytincilik ile ilgili uyguladığı/uygulanması planlanan geri dönüşüm/atık yönetimi faaliyetleri: Verilen cevaplar derlendiğinde işletmeler genel olarak pirinayı ücret karşılığı pirina fabrikalarına vermektedir. Ayrıca K2 işletmesi zeytin dalını odun ve zeytin yaprağını hayvan yiyeceği olarak kullanırken K3 işletmesi zeytin yaprağından çay yapmaktadır. Bunlara ek olarak işletmelerde gelecekte yapılması planlanan geri dönüşüm faaliyetleri mevcuttur. K2 işletmesi karasuyun zararsız olabileceğini düşünüp bunu araştırmak isterken, K5 işletmesi zeytin yaprağından kağıt ve posasından peeling yapmak istemektedir.

“... Zeytin ağacı yaprağından kağıt üretimi, Zeytin posasından peeling yapılmak istenmektedir (K5).”

“... Karasuyun faydalı olabileceğini düşünüyorum. Zeytin bu kadar kıymetliken suyunun bile faydalı olacağı düşünüyorum. Gelecekte bunun araştırmasının yapılması gerekiyor (K2).”

“... Zeytin yaprağı çayı yapılmaktadır (İlaçsız yerden seçilen yapraklar gölgede kurutulur). Zeytin ağacı ile yapılan hediyelikler, 5 cm boyutunda ağacın kesilip 1 yıl gölgede kurutulmasının ardından kullanılmaktadır. Yoksa çatlamaktadır (K3).”

“... zeytin yaprağı bizde zeytin işlenirken ayrılan yaprak olarak köylü hayvanı için maliyetsiz olarak gelir alır götürür küçükbaş hayvanına verir (K4).”

Zeytincilik ile ilgili sorunlar: İşletmeler tarafından zeytincilik ile ilgili birçok sorun belirtilmiştir. Ortak belirtilen sorunlar arasında maliyetlerin artması, modern zeytin aletlerinin pahalılığı, devlet desteğinin yetersizliği ve işletmelerin mevsimsel faaliyet göstermesi yer alırken, Madra dağındaki altın madeni, tanıtım ve pazarlama

eksikliği, ekolojik dengenin bozulması, alım gücünün düşüklüğü ile beraber zeytinyağının tüketilememesi, bilinçsiz üreticinin atadan kalma yöntemleri bilmemesi ve yanlış ilaçlama, belirtilen diğer belirtilen sorunlar arasında yer almaktadır.

“... Zeytinyağının toplumsal açıdan değeri bilinmemektedir. Çiftçiye yapılan mazot desteği, dönüm parası vb. destekler yetersizdir. Tanıtım ve pazarlama eksikliği vardır (K3).”

“... Denetim eksikliği (Soğuk sıkım, Taş baskı adı altında hijyen koşulu ve sıcaklık gibi koşulların uygun olmadığı yerlerde üretim yapılmaktadır), İşletmelerin sertifika eksikliği vardır ve köylünün az mahsule çok para kazanma isteği, ihracat eksikliği, zeytinyağının yerele anlatılması gerekiyor (K5).”

“... Bölgedeki altın madeni zeytinlikler için sorun oluşturmaktadır (K1).”

“... Zeytin ve zeytincilik konusundaki en temel sorun Madra'daki altın madenidir. Altın madeni dolayısıyla zeytinliklerin kuruma riski olabileceği düşünülmektedir. Son aylarda bölgedeki çınar ağaçları kurumuştur. Daha önce Kozak bölgesindeki altın madeni sonrasında fıstık çamları fıstık vermedi. Ayrıca dışarıdan bilmeyen kişilerin zeytinlik alıp bilgisizce bakım yapılması, iklim değişikliği ve fabrikaların 12 ay iş yapamaması en temel sorunlarımız arasındadır (K2).”

İşletmelerin turizm amaçlı kullanımı: K1, K2, K3 ve K5 işletmelerinde turizm amaçlı işletme içi geziler yapılmaktadır. E işletmesi farklı olarak zeytinyağı tadımı ve atölye çalışmaları düzenlenmektedir. K1, K2 ve K3 işletmeleri talep olursa turist amaçlı farklı etkinlikler düzenleyebileceklerini belirtmiştir. K4 işletmesi ise soruya cevap vermek istemediğini belirtmiştir.

“... Geleneksel zeytin yöntemleri turizm amaçlı kullanılabilir, turistlere gösterilip, uygulamalı olarak öğretilir, tadım etkinliği gerçekleştirilebilir (K1).”

“... Modern ve geleneksel yöntemler fabrikada gösterilip, turistik amaçlı kullanılabilir. Yöntemlerin bütün aşaması ve uygulaması isteyen turistlere uygulamalı olarak gösterilebilir K(3).”

“... Atölyemiz var. Eğitimler, zeytin ve zeytinyağı tadımları ile hasattan itibaren zeytin ve zeytinyağı üretimine katılarak yöresel yiyeceklerle son bulan etkinlikler yapılmaktadır (K5).”

İşletmelerde turizm amaçlı kullanılabilir alanlar: Verilen bilgiler ışığında K1 işletmesinde depo, personel yatakhane ve işletme avlusu, K5 işletmesinde Yönetim Binası (konaklama yapılabilir) 5 odalı ve 3,5 banyolu, satış ofisi, K2, K3 ve K4 işletmelerinde işletme avlusu turizm amaçlı kullanılabilir alanlar olarak yer almaktadır.

İşletmelerin zeytin terapi turizmine bakış açısı: K1, K2, K3 ve K5 zeytin terapi turizminin olumsuz hiçbir etkisi olmayıp, olumlu etkileri arasında *“işgücü ve geçim kaynağı olabileceği, köyün ticari, ekonomik ve tanıtımına katkı sağlayacağını belirtilirken,”* K4 ise *“turistik faaliyetlerin olumlu bir etki sağlamayacağını.”* belirtmiştir.

“... Ticari ve ekonomik olarak gelir sağlar. Kültürel olarak ise köyün tanıtımına katkı sağlar (K1).”

“... Zeytine ait hiçbir faaliyetin olumsuz etkisi olmaz. Olumlu olarak, tanıtım sağlanırsa ülkemizde zeytinyağı tüketim kültürü artabilir (K3).”

Zeytin terapi turizminin marka imajına katkısı: K4 işletmesi hariç tüm işletmeler zeytin terapi turizminin marka imajlarını güçlendireceğini belirtmiştir.

“... Evet güçlendirir. İç ve dış pazarda daha çok kişiye ulaşılmış olur (K5).”

İşletmelerin zeytin terapi turizmine yatırım isteği: Verilen cevaplar derlendiğinde K1 ve K4 işletmesi ZTT'ne yatırım yapmak istemediklerini belirtmişlerdir. C işletmesi sadece yatırım yapmak isterken K2 ve K5 işletmeleri hem yatırım yapmak hem de zeytin terapi turizmini uygulayan işletmeci olmak istediklerini belirtmişlerdir.

“... Evet. ZTT'ni uygulayan işletmeci olmak istenir (K2).”

İşletmelerin Olea Therapia Festa (Zeytin Terapi Festivali) katılım istekleri ve katkıları: Verilen yanıtlar derlendiğinde K1, K2, K3 ve K5 işletmeleri Olea Therapia Festa düzenlenirse katılım sağlamak istediklerini ve ellerinden gelen her türlü desteği verebileceklerini belirtmiştir. K4 işletmesi ise katılım sağlamak istemediğini belirtmiştir.

“... Maddi ve manevi elden gelen her türlü destek verilir (K2).”

“... Festivale katılım sağlanmak istenir, her türlü destek verilir. Festival tanıtıma çok büyük katkı sağlar (K3).”

“... Atölye desteği verilebilir (K5).”

İşletmelerin zeytin terapi turizmi kapsamında düzenlenebilecek workshoplara katılım istekleri: Verilen cevaplar ışığında işletmeler genel olarak düzenlenecek workshoplara katılım sağlamak istemektedirler. K1 işletmesi kendi markası olmadığı için katılım sağlayamayacağını belirtmiş, K5 işletmesi workshop’u düzenleyen Ana sponsor olabileceğini belirtmiştir. K4 işletmesi ise soruya cevap vermemiştir.

“... Evet. Workshoplarda etkinliği düzenleyen (Ana Sponsor) olmak istenir (K5).”

“... Bölgesel olarak katılım sağlanabilir. Ekonomik koşullar uygun olursa dünya çapında da katılım sağlanabilir (K3).”

“... İşletmemizin markası olsa workshopa katılmak isteriz fakat toptan satış yapıyoruz (K1).”

İşletmelerin zeytin terapi köyü ve zeytin terapi akademisine katkıları: K1 ve K3 işletmeleri paydaş olabileceklerini belirtirken K2 ve K5 işletmeleri kurucu olmak istediklerini belirtmişlerdir. K4 işletmesi ise soruya yanıt vermek istemediğini belirtmiştir.

İşletmelerde zeytin terapi turizmi kapsamında gelecekte yapılması planlanan faaliyetler: Bu soruya farklı cevaplar verilmiştir. K1 ve K4 işletmeleri zeytin ile ilgili gelecekte yapılması planlanan herhangi bir faaliyetleri olmadığını belirtmişlerdir. K2 işletmesinde müze ve restoran yapımı, K3 işletmesinde geleneksel yöntemde kullanılan aletlerin sergilenmesi için alan ve restoran yapımı, K5 işletmesinde ise workshoplar ve eğitim akademisi yapımının planlandığı belirtilmiştir.

“... Gelecekte müze ve restoran yapılması istenmektedir. Galeri, sergi yapılabilir (K2).”

“... Gelecekte geleneksel yöntemde kullanılan aletlerin sergilenmesi ve restoran yapımı planlanmaktadır (K3).”

“... Eğitim Akademisi yapılması düşünülmektedir (K5).”

İşletmelerin tur acentaları ile iş birliği: K4 işletmesi hariç K1, K2, K3 ve K5 işletmeleri tur acentaları ile iş birliği yapmak istemektedir. Farklılık olarak K5 işletmesi zeytin hasat sezonu dışında iş birliği yapabileceklerini belirtmiştir.

“... Şenlik, Dönemsel aktiviteler olarak acentalar ile çalışılabilir. Zeytin hasat sezonu hariç dönemlerde (K5).”

İşletmelerin zeytin terapi turizminin teşvik edilmesi ve desteklenmesine bakış açısı: K4 işletmesi hariç K1, K2, K3 ve K5 işletmeleri zeytin terapi turizminin devlet tarafından teşvik edilip desteklenmesini belirtirken, K5 işletmesi sadece devlet değil Avrupa Birliği ve Tarım Müdürlükleri tarafından da desteklenmesi gerektiğini belirtmiştir.

4.3. Bulguların Yorumlanması

Bahadınlı köyü muhtarı ile yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonucunda aşağıdaki sonuçlara varmak mümkündür:

- Bahadınlı köyü muhtarının ana köyün geçim kaynağı, altyapı, üstyapı, ulaşım ve eğitim olanaklarına yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında köyün ana geçim kaynağı zeytincilik olarak belirtilmiş ve köy halkının imece usulü köyün altyapısını inşa ettiği belirtilmiştir. Ayrıca hem köyün ana yollarının asfalt ve köy içi yolların parke taşı olması hem de eğitim olarak ilköğretim ve ortaöğretimde taşıma merkezi olması köyde ulaşım sorunu olmadığını ve köyün gelişmişlik düzeyini göstermektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarının köyde zeytinciliğin tarihine yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında Bahadınlı köyünde zeytinciliğin tarihi net olarak bilinmemekle birlikte atalardan aktarılan bilgiler ışığında Adadağı mevkiindeki ilk zeytin ağaçlarının Rumlar tarafından dikildiği ve Adadağında yetişen zeytinlerden üretilen zeytinyağının Osmanlı İmparatorluğu'nda kandil yağı olarak kullanıldığı belirtilmektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarının köyde ticaretin tarihine yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında Bahadınlı köyünde ticaretin asırlar öncesine dayandığını düşünülmektedir. Atalardan aktarılan bilgilere göre bugün kalıntıları bulunan Deve yatağı mevkiinin İpek yoluna bağlandığı ve liman olarak kullanıldığı düşünülmektedir. Ayrıca Dedekaya adı verilen ve (M.Ö. 4. yüzyılda kale ve gözetleme kulesi) olarak kullanılan ve İnkaya adı verilen yapının (ticareti yürütmek, haberleşmek ve kontrolü sağlamak) amacı ile kullanıldığı göz önüne alındığında deve yatağı mevki hakkındaki anonim görüşleri doğrular nitelikte olduğu düşünülmektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarının köy ile ilgili sorunlara yönelik verdiği yanıtlar ışığında Bahadınlı köyü ile ilgili sorunlar arasında ilk sırada 2014 yılında yürürlüğe giren tüzel kişiliğin ardından köy statüsünden çıkarılarak avarız adı verilen muhtarlığa ait zeytin ağaçlarının belediyeye tarafından hasat ettirilip köye gelir sağlamaması gelmektedir. Diğer sorunlar arasında göç, işsizlik, tanıtım ve pazarlama eksikliği ile köye gelen turistlerin kullanabileceği yiyecek-içecek ve konaklama işletmemesi bulunmamaktadır.

- Bahadınlı köyü muhtarının köyde bulunan doğal, tarihi ve kültürel yapılar ile gerçekleştirilen rekreatif ve turizm amaçlı faaliyetler yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında Bahadınlı köyünde tarihi değirmenler, mağara, gözetleme kulesi gibi doğal, tarihi ve kültürel değere sahip yapılar bulunmaktadır. Köy içerisinde turistik kullanım amaçlı olarak dere kenarının kamp, piknik ve mesire yeri olarak kullanılması, kavak mantarı rotası gibi faaliyetlerin gerçekleştirildiği alanlar mevcut olmakla birlikte köyde kısıtlı düzeyde faaliyet gerçekleştirilmektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarının köyde gerçekleştirilen şenlikler/festivallere yönelik sorulara verdiği yanıtlar sonucunda köyde geçmişten günümüze aktarılan köy hayrı ve Gezek geleneği köy halkının şenlik ve festivallere katılım sağlayarak önem verdiğini göstermekle birlikte neredeyse tek geçim kaynağı zeytincilik olan Bahadınlı köyünün zeytin ağacı bolluğunu, zeytinden iyi bir gelir ettiğini ve köyün zenginliğini göstermektedir.

- Bahadınlı köyünde zeytin ve zeytinyağının sağlık üzerine etkilerine etkileri ve geleneksel tıpta kullanımına ilişkin sorular verilen cevaplar ışığında Bahadınlı köyünde zeytin, zeytinyağı, zeytin dalı ve zeytin yaprağı halk hekimliğinde atalardan öğrenilen yöntemler ile insanlar ve hayvanlar üzerinde uzun yıllara dayalı kullanım geçmişine sahip olduğu belirlenmiştir.

- Bahadınlı köyü muhtarının zeytin ve zeytinyağı hakkındaki görüşlerine öğrenmeye yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında zeytin ağacı kutsal kabul edilmektedir ve zeytin ağacı olmazsa yaşanamayacağı belirtilmiş olup, zeytin ağacı hakkında hiçbir olumsuz düşünce belirtilmemiştir.

- Bahadınlı köyü muhtarına sorulan köye özgü zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile ilgili ritüeller, inanışlar, zeytin ve zeytinyağı kültürü ve geleneği hakkındaki sorulara verilen yanıtlar ışığında Bahadınlı köyünde zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile ilgili birçok ritüel ve inanış olduğu belirtilmiş olup, Darcık adı

verilen ve geçmişte kullanılan (hayvan derisinden yapılan, zeytinyağı ve diğer malzemeleri taşıma ve depolama aracı) taşıma ve depolama aracı ile geçmişte evlerin altında bulunan yağhaneler köyde zeytin ve zeytinyağı kültürü ile geleneğinin varlığını destekler nitelikte olduğu düşünülmektedir.

- Bahadınlı köyünün ZTT kapsamında potansiyelini ortaya çıkarmaya yönelik sorulara verilen yanıtlara göre köydeki zeytin ve zeytinyağı ile ilgili ritüeller ve inanışlar, zeytinyağının halk hekimliğinde kullanımı, zeytin ve zeytinyağı kültürü, köyde bulunan zeytinyağı işletmeleri, değirmenler ve zeytincilik ile ilgili diğer doğal, tarihi ve kültürel yapılar Bahadınlı köyünün ZTT potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarının ZTT'ne bakış açısı ve ZTT'nin köye etkilerini ortaya koymaya yönelik sorulara verdiği yanıtlara göre ZTT köy için alternatif geçim kaynağı olarak göç verilmesini önleyeceği ve çevrenin korunmasını sağlayarak her anlamda katma değer sağlayacağı düşünülmektedir. Olumsuz hiçbir etkisinin olacağı düşünülmemektedir.

- Bahadınlı köyü muhtarına köy halkının ZTT kapsamında gerçekleştirebilecekleri faaliyetleri öğrenmeye yönelik sorulara verdiği yanıtlar ışığında köy halkının Ztt kapsamında sırasıyla zeytin terapi turistlerine yönelik organik ürün yetiştirme ve satış hizmetleri, ev pansiyonculuğu, geleneksel yemeklerin hazırlanması ve satışı ile kırsal alan kılavuzluğu yapabileceği belirtilmiştir.

- Bahadınlı köyü muhtarının ZTT'ne yönelik sorulara verdiği cevaplar ışığında zeytin köy veya zeytin terapi köyü unvanı alınmak istenerek köyde ZTT ile ilgili faaliyetler gerçekleştirilmek istenmektedir.

Bahadınlı köyünde bulunan zeytinyağı işletme sahipleri ile yapılan yarı-yapılandırılmış görüşme sonucunda aşağıdaki sonuçlara varmak mümkündür:

- İşletmelerin kuruluş amaçları bazı yönleriyle farklılık gösterse de çıkış noktaları genel olarak aynıdır. Zeytin varlığının bolluğundan dolayı hasat zamanlarında fabrikalarda oluşan yoğunluk ve zeytinyağı sıkım aşamasında yaşanan sorunlar neticesinde bireysel ya da kolektif çözüm bulma arayışları zeytinyağı işletmelerinin kurulması ile sonuçlanmıştır. İşletmelerin sahip olduğu zeytin ağacı varlığı bu durumu desteklemektedir. Günümüzde zeytinyağı üretiminde sürekli sistem makinalar kullanılmaktadır

- İşletmeler yılın yaklaşık 4-5 ayı faaliyet göstermektedir ve bu durum işletmelerde çalışan personel sayısının dönemsel olarak farklılık göstermesine sebep olmakla birlikte personel genel olarak köy halkından istihdam edilmektedir.

- İşletmelerde üretilen ürünler ve saklama koşulları tesiste bulunan makinalara teçhizata göre değişiklik göstermekle beraber tesislerin ana üretim faaliyeti zeytinyağı olmakla beraber zeytin ve zeytinyağlı kozmetik ürünler, özel zeytinyağlı sabunlar, duş jeli, doğal ürünler (reçel, sirke) ve zeytin ile hediyelik eşya üretimi gerçekleştiren işletmeler mevcuttur.

- Katılımcıların zeytincilik ile ilgili uygulanan ya da gelecekte uygulanması planlanan geri dönüşüm ve atık yönetimi sorularına verilen cevaplar günümüzde zeytin dalının odun ve zeytin yaprağının çay olarak değerlendirilmesi olmakla beraber işletmeler gelecekte zeytin yaprağından kağıt, posasından peeling yapımı ve zeytinden çıkan karasuyun zararsız olduğu düşünülmeyle beraber gelecekte bunun araştırılarak karasuyun zararsız olması halinde karasuyu değerlendirebilecekleri alternatif ürünler aramaktadır.

- Katılımcılara zeytincilik ile ilgili sorunlar sorulduğunda verilen cevaplar maliyetlerin artması, modern zeytin aletlerinin pahalılığı, yetersiz devlet desteği ve işletmelerin mevsimsel olarak faaliyet göstermesi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu nedenle işletmeler ek gelir sağlayacak faaliyet arayışı içerisinde.

- Katılımcılara işletmelerin turizm amaçlı kullanımına ilişkin sorulara verilen yanıtlara göre işletmelerde genel olarak işletme içi geziler, zeytinyağı tadımı ve atölye çalışmaları yaptırılmasına rağmen katılımcılar işletmelerin turizm amaçlı kullanımını önemsemektedir ve gelecekte turizm amaçlı farklı faaliyetler gerçekleştirmek istemektedirler.

- İşletmelerin ZTT'ne yönelik algılarını ortaya koymaya yönelik sorulara verilen yanıtlara göre işletmeler ZTT'nin olumlu etkileri arasında işgücü, bölgenin tanıtımı ve ekonomik gelir sağlayacağı ve marka imajlarını güçlendireceği yönünde olurken, olumsuz hiçbir etkisinin olacağı düşünülmemektedir.

- İşletmelerin ZTT kapsamında düzenlenecek workshoplara, festivallere vb. etkinliklere katılım isteklerine yönelik sorulara etkinlik, festival gibi faaliyetlerin bölgenin tanıtımını yapacağı ve gelir sağlayacağı için katılım sağlamak istediklerini ve maddi manevi her türlü desteği vereceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcılar tur

acentaları ile iş birliği yaparak işletmelerini turizm amaçlı kullanmak istediklerini belirtmişlerdir.

- İşletmelerin ZTT'ne verecekleri destekleri ortaya koymaya yönelik sorulara verilen yanıtlara göre işletmelerin bazıları zeytin terapi köyü ve zeytin terapi akademisinde kurucu işletme bazıları ise paydaş olmak istemekle beraber işletmelerin çoğunluğu ZTT'ne yatırım yapmak istemektedir.

- Katılımcılara ZTT kapsamında gelecekte yapılması planlanan faaliyetlerini ortaya koymaya yönelik sorulara verilen yanıtlara göre işletmeler ZTT kapsamında gelecekte faaliyetlerini çeşitlendirerek müze, restoran ve eğitim akademisi yapmak istediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca işletmelerde turizm ve konaklama amaçlı kullanıma uygun açık alanlar, tarihi bina ve zeytinlik manzaralı yapılar mevcuttur.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar

Bu araştırmada Bahadınlı köyünün ZTT potansiyeli ortaya çıkarılarak köy muhtarı ve zeytinyağı işletme sahiplerinin ZTT'ne bakış açıları, gerçekleştirilebilecek faaliyetler, destek ve katkılarını belirlemek amaçlanmıştır. Bu bağlamda Bahadınlı köy muhtarı ile yapılan görüşmeden elde edilen bulgulara göre Madra Dağı'nda yer alan Adadağı sınırları içerisinde bulunan Bahadınlı köyünün ana ve neredeyse tek geçim kaynağı zeytincilik olmakla birlikte köyde zeytin ve zeytinyağı ticaretinin tarihi Osmanlı İmparatorluğu'na dayanmaktadır. Adadağı mevkiindeki zeytinlerden elde edilen zeytinyağı, Osmanlı İmparatorluğu'nda kandil yakıtı olarak kullanılmıştır. Adadağı mevkiindeki ilk zeytin ağaçlarının Rumlar tarafından dikildiği bilinmekle birlikte köy içerisindeki diğer zeytin ağaçları 1910 yılından sonra dikilmiştir. Bahadınlı'da bulunan tarihi zeytin ve zeytinyağı üretim araç ve gereçleri, köyde zeytinyağı üretiminin asırlar öncesine dayandığını göstermektedir.

Köy muhtarı ve işletme sahipleri tarafından köy ile ilgili temel sorunlar, zeytincilik ile ilgili sorunlar, kamusal sorunlar/eksiklikler ve turizm alanındaki eksikler olarak birçok sorun ve eksik belirtilmiştir. Maliyetlerin artışı zeytinciliğin önündeki en büyük engel olarak belirtilmekle birlikte, Madra Dağı'nda gerçekleştirilen altın madeni sonrasında zeytinliklerin kuruma ve yok olma riski, yetersiz devlet desteği, 2014 yılında yürürlüğe giren Büyükşehir yasası ile birlikte muhtarlığa ait 'Avarız' adı verilen zeytin ağaçlarının büyükşehir belediyesi tarafından toplanıp elde edilen gelirin belediyeye ait olmasının köyde gerçekleştirilmek istenen faaliyetler ve sorunların çözümünü geciktirerek girişimciliği öldürdüğü, köy içerisinde herhangi bir konaklama ve yeme-içme işletmesi bulunmaması köyde turizmin geliştirilebilmesi açısından köyün gelişiminin önündeki en büyük sorunlar arasında yer almaktadır. Bahadınlı köyünde tarihi değirmenler, mağara, gözetleme kulesi gibi doğal, tarihi ve kültürel değere sahip yapılar ve dere kenarının kamp, piknik ve mesire yeri olarak kullanılması köyde kültürel, tarihi yapılar ve turizm amaçlı kullanılabilir alanlar olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Köy muhtarı ve işletme sahiplerinden elde edilen bulgulara göre köyde atalardan miras kalan zeytin ve zeytinyağının halk hekimliğindeki kullanımları, zeytin, zeytinyağı, zeytin ağacı ve dalı ile ilgili ritüel ve inanışların mevcudiyeti, zeytinyağlı yöresel yemekler, zeytinciliği ait taş baskı sistemler, tarihi küpler, sıranklar, kozak taşı vb. zeytincilik envanterlerine sahiplik düzeyi sonucunda Bahadınlı köyünün ZTT potansiyeline sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Köy muhtarı ve işletme sahiplerinden elde edilen bulgulara göre ZTT'ne karşı olumsuz bir bakış açısı olmamakla birlikte, olumlu bakış açıları arasında köyün tanıtımına katkı sağlayacağı, imajını ve ekonomisi güçlendireceği, istihdam sağlanarak göçün önlenebileceği sonuçlarına ulaşılmıştır. İşletmelerin ZTT kapsamında turistik faaliyetler gerçekleştirmek istemeleri, acentalar ile iş birliği, workshop (atölye çalışması) ve festivallere katılım sağlamak istemeleri, zeytin terapi köyü ve zeytin terapi akademisinde kurucu ve paydaş olmak istemeleri ile Olea Therapia Festa'yı uygulayıcı ve paydaş işletme olmak istemeleri sonucunda bölgede ZTT'nin geliştirilmek istenerek, gerçekleştirilecek faaliyetlere destek verilerek katılım sağlanacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bahadınlı köyünde geçmişte ve günümüzde gerçekleştirilen etkinliklere baktığımızda gezek geleneği, üç gün üç gece düğünler, köy hayrı gibi faaliyetler köyün kültürel zenginliğinin ve yerel halkın festival, şenlik gibi faaliyetlere katılım sağlayarak önem verdiğini göstermektedir. Ayrıca köy muhtarı ve işletme sahiplerinin Olea Therapia Festa' ya olumlu bakış açıları ve düzenlenmesini istemeleri, bütün köy halkının bu festivale destek vereceği inancına sahip olduklarını düşündüklerini göstermektedir.

Sonuç olarak Bahadınlı köyünde zeytin terapi turizmi potansiyelinin bulunduğu, muhtarın ve zeytinyağı işletmelerinin zeytin terapi turizminin gelişimine destek olacakları ve zeytin terapi turizmi ile köyün hem ekonomisinin hem de imajının güçleneceğine yönelik olumlu düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular Bahadınlı'da ZTT gelişimi ile ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamıyla özgün bir destinasyona dönüştürülebileceğini göstermektedir.

5.2. Tartışma

Bu araştırmada zeytin ve zeytinyağının güzellik, kozmetik, sağlık ve sağlıklı yaşam amaçlı kullanımlarına da yer veren, yeni bir kavram olarak ZTT kavramının bilimsel literatüre kazandırılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmada Bahadınlı

köyü muhtarı ve köyde faaliyet gösteren zeytinyağı işletmeleri sahipleri ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmeler sonucunda Bahadınlı köyü muhtarı ve zeytinyağı işletmesi sahiplerinin zeytin terapi turizmine bakış açısı, sağlayacakları katkılar ve bölgede gerçekleştirilebilecek ZTT faaliyetleri belirlenmiştir. Araştırma sonucunda Bahadınlı köyünün SWOT analizi ile ZTT potansiyeli ortaya konulması amaçlanmıştır.

Millan, Hidalgo ve Fuentes (2015)'de yaptıkları çalışmada Endülüs İspanya'da zeytincilik bölgelerinde gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetlerinin kırsal ve bölgesel kalkınmaya etkilerini SWOT Analizi yöntemi ile değerlendirmişlerdir. Sanchez ve Ortega, (2016) ise İspanya'da yapmış oldukları çalışmada zeytinyağı turizmini ekonomik, peyzaj boyutlarıyla incelemiş olup zeytinin kültürel miras değerini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada ise bölgenin zeytin, zeytinyağı, zeytin terapi turizmi potansiyeli, SWOT analizi ile ortaya konularak sosyal, toplumsal ekonomik ve kültürel boyutlarıyla incelenmiştir.

Millan, Fuentes ve Hidalgo (2017)'de Endülüs (İspanya)'da yaptıkları çalışmada bölgenin zeytinyağı turizmi kapsamındaki mevcut durumunu inceleyerek, zeytinyağı şirketleri ile görüşmeler yapmış ve bölgede zeytinyağı turizminin geliştirilmesine katılım düzeyleri incelenmiştir. Araştırma sonucunda ise işletmelerin zeytinyağı turizminin gelişimine katılım düzeyleri %50'nin altındayken, bu çalışmada zeytinyağı işletmeleri ile yapılan görüşmeler sonucunda bölgede zeytin, zeytinyağı ve zeytin terapi turizminin geliştirilmesi için katılım düzeyinin yüksek seviyede olduğu ortaya konulmuştur.

5.3. Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Bahadınlı'da ZTT'nin ve ZTT faaliyetlerinin uygulanması ve gelişimi ile ilgili paydaşlara, yerel halka, girişimcilere ve araştırmacılara yönelik birçok öneri sunulmuştur:

Paydaşlara Yönelik Öneriler

- Kamu/özel kurum ve kuruluşlar, işletmeler ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) gibi tüm paydaşlar tarafından Bahadınlı'da ZTT potansiyeli değerlendirilerek turizm arzına yönelik alt yapı ve üstyapı çalışmaları ivedilikle başlatılmalıdır.
- Yerel halkında dahil olduğu tüm paydaşların katılımıyla Bahadınlı'da

Zeytin Terapi Köyü ve/veya Zeytin Terapi Kampı ve Zeytin Terapi Akademisi için bir proje hazırlanarak ulusal ve uluslararası nitelikteki çağrılı projelere başvuru yapılmalı ve kabul edildikten sonra yürütülmeli

- Zeytin Dostu Köy unvanı için çalışmalar yapılmalıdır.
- Köyde zeytin ve zeytinyağı sağlık merkezleri, akademileri ve enstitüleri açılarak zeytin ve zeytinyağının halk hekimliği ve geleneksel tıptaki kullanımları turistlere uygulamalı olarak öğretilir.

- Zeytin Terapi Festivali (Olea Therapia Festa) düzenlenmesi ve uluslararası nitelik kazanması için tüm paydaşların temsilinde bir komisyon kurulmalı.

- Festivalde veya festival dışında düzenlenmek üzere zeytin, zeytinyağı ve zeytin terapi ile ilgili yenilikçi, farklı, bilgi verici ve eğitici unsurlar taşıyan yaratıcı atölye çalışmaları gerçekleştirilerek, zeytin, zeytinyağı ve zeytin terapi temalı etkinlikler (zeytin köyü şenlikleri, zeytin hasat günleri, zeytinli sanat bienali, gönüllü zeytin işleme kutlamaları vb.) düzenlenmelidir.

- ZTT kapsamında Dedekaya ve İnkaya mağarasına tırmanış, kamplı gökyüzü izleme ve seyir etkinlikleri için altyapı çalışmaları başlatılarak, bu alanlarda konaklama imkanı sağlanabilir ve turizme kazandırılabilir.

- Köyde kamp ve karavan alanları belirlenerek duş, wc gibi olanaklar sağlanmalıdır.

- ZTT kapsamında Adadağı mevki zeytin banyosu, zeytin gezintisi, hiking, trekking, bisiklet, gökyüzü izleme vb. faaliyetlerin yürütüldüğü rotalarda merkez olarak turizmde öne çıkarılmalıdır.

- Sürdürülebilir turizm ilkesi doğrultusunda zeytin, zeytinyağı ve zeytin terapi temalı rotalar (doğa yürüyüşü, bisiklet, zeytin gezintisi, zeytin banyosu, terapötik zeytin manzarası) oluşturulmalı ve uygulanmalı,

- Efe vd., 2011 tarafından belirlenen Bahadınlı'da bulunan tarihi ağaçlar (Dedekaya Kızılcı, Bahadınlı Fıstık Çamı 1, Bahadınlı Fıstık Çamı 2, Bahadınlı Çınarı, Kuyubaşı Çınarı) için anıt ağaçlar rotası belirlenebilir.

- Çelik Uğuz ve Ataman 2021 tarafından belirtilen Bahadınlı köyünden geçen Kırtık/Organik Tarım Rotası, Çallı/Yamaç Evler Rotası ve Karadere ve Güzle Yaylası Bisiklet Rotası aktif hale getirilebilir.

- Tarihi taş baskı sistemi, pirina yolu, kozak taşı ve tarihi zeytincilik araç ve gereçlerine sahip Mustafa Sami Yağcı fabrikası müze yapılmalıdır.

- Zeytinyağı fabrikalarında bulunan eski araç ve gereçler için zeytinyağı galerileri açılmalı.
- Köy kahvehanesinin altındaki dükkanlar, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili ürünleri üreten ve satan girişimcilere ve özellikle kadın girişimcilere tahsis edilmeli,
- Kooperatife ait olan zeytinyağı fabrikasının bahçesine zeytin temalı köy kahvaltı salonu açılmalıdır.

Yerel Halka Yönelik Öneriler

- Yerel halkın ek gelir sağlaması için bölgede ev pansiyonculuğu geliştirilmelidir.
- Köy kadınları tarafından Bahadınlı Zeytin Kooperatifi kurulması için destek verilmelidir.

Girişimcilere Yönelik Öneriler

- Zeytin ve zeytinyağı satış mağazası (oleoteca) açılarak bölgesel ürünlerinin satışı gerçekleştirilebilir. İnternet ortamında da satış yapılması önerilmektedir.
- ZTT kapsamında Körfez ve Adadağı manzarasına sahip Gran tepedeki kahvaltı salonu aktif hale getirilebilir.
- Bahadınlı'da dinlenme, eğlence, beslenme, macera gibi turistik hizmetlerin sunulması için turizme yatırım yapılmalı ve turizm işletmeleri (butik otel, pansiyon, restoran, kafe, müze, kahvaltı salonu) kurulmalı ve özendirilmelidir.

Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

- Gelecek araştırmalarda yerel halka ve paydaşlara yönelik görüşme soruları eklenerek çalışmalar yapılabilir.
- Gelecek araştırmalarda örneklem genişletilerek daha fazla zeytinyağı işletmesine sahip kırsal alanlarda araştırmalar gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Agüera, F.O., Cuadra, S.M., López-Guzmán, T., Cañero Morales P. (2017). Estudio de la demanda existente en torno al oleoturismo. el caso de Andalucía. *Universidad de Murcia, Cuadernos de Turismo*, 39, 437-453.
- Almeida, I. and Silveira, L. (2021). Olive-oil tourism in Portugal: Contextualization of the current supply. *Journal of Tourism & Development*, 36 (2), 153-165.
- Alonso, A.D. and Northcote, J. (2010). The development of olive tourism in Western Australia: a case study of an emerging tourism industry. *International Journal of Tourism Research*, 12 (6), 696-708.
- Altunay, E., Oral, G. ve Yalçınkaya, M. (2014). Eğitim kurumlarında mobbing uygulamalarına ilişkin nitel bir araştırma. *Sakarya University Journal of Education*, 4 (1), 62-80.
- Alyakut, Ö. ve Akpulat, A.N. (2020). Kültür Turizmi Ekseninde Yaratıcı Turizm. Tülay Polat Üzümcü (Ed.), Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Arıkan-Saltık, I. (2017). Initiative activities of olive oil tourism: A case from Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (55), 134-151.
- Arıkan-Saltık, I. ve Çeken, H. (2017). Agroturizmde yeni eğilimler: Zeytinyağı turizmi. *Journal of Life Economics*, 4 (4), 89-102.
- Arıkan-Saltık, I. ve Yıldız, M. (2019). Kültür turizminin yeni meyvesi: Zeytinyağı Müzeleri üzerine bir araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6 (2), 147-160.
- Ardıç Yetiş, Ş. (2021). Kapadokya’da turistik ürün olarak kamping mi glamping mi?. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 131-148.
- Arslan, E.E., Karademir, G., Berketaş, S., Çam, M. (2021). Zeytin yaprağı ekstraktı içeren soğuk çay üretimi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 9 (3), 843-849.
- Balıkesir Valiliği. (2023). *Sofradaki Balıkesir*. <http://www.balikesir.gov.tr/sofradaki-balikesir#:~:text=Bal%C4%B1kesir%20ise%20T%C3%BCrkiye%20%C3%BCretiminin%20yakla%C5%9F%C4%B1k,ve%20Marmara%20Adas%C4%B1'nda%20%C3%BCretilmektedir>. [Erişim Tarihi: 12.07.2023].
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (1), 231-274.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 368-388.
- Bezerra, R. and Correia, A.I. (2018). The potential of olive oil for creative tourism experiences in The Northern Region of Portugal. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 51, 55-72.
- Bezirgan, M. ve Çolakoğlu, F. (2017). Festival kalitesinin turistlerin bağlılıklarına etkisi: Burhaniye Deve Güreşleri Festivali örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 74-84.

- Birdir, K., Unur, K. ve Dalgıç, A. (2015). Türkiye'de ve Dünya'da kamping ve yeni bir turistik ürün olarak 'Glamping'. 1. *Eurisia International Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, 28-30 Mayıs, Konya/Türkiye.
- Brooker, E. and Joppe, M. (2014). Entrepreneurial approaches to rural tourism in the Netherlands: distinct differences. *Tourism Planning & Development*, 1-11.
- Burhaniye Belediyesi. (2023). *Burhaniye'de zeytincilik*. <https://www.burbelzeytin.com/sayfa/hakkimizda#:~:text=%C4%B0%C3%A7emizde%20zeytin%20veren%202.130.000,y%C4%B1%209.500%2D11.000%20ton%20aras%C4%B1ndad%C4%B1r>. [Erişim Tarihi: 03.03.2023].
- Burhaniye Kaymakamlığı. (2023). *Ekonomik durum*. <http://www.burhaniye.gov.tr/ekonomik-durum> [Erişim Tarihi: 12.06.2023].
- Burhaniye Ticaret Odası. (2023). *Burhaniye Zeytinyağı*. <https://www.burhaniyeto.org.tr/pages/burhaniye-zeytinyagi> [Erişim Tarihi: 12.06.2023].
- Burhaniye Ticaret Odası Özel Gıda Kontrol Laboratuvarı. (2023). *Hakkımızda*. <https://www.burtolab.com/hakk%C4%B1m%C4%B1zda> Erişim Tarihi: 12.06.2023].
- Büyük, Ö. ve Can, E. (2020). Zeytinyağı kültürel rotalarının turizm potansiyeli açısından değeri ve Türkiye'de uygulanabilirliği. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 23 (1), 191-210.
- Campón-Cerro, A.M., Di-Clemente, E., Hernandez-Mogollón, J.M., De Salvo, P., and Calzati, V. (2014) "Olive oil tourism in Southern Europe: Proposals for tourism development of olive grove rural areas. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 21 (22), 63-73.
- Campón-Cerro, A.M., Folgado-Fernández, J.A. and Hernández-Mogollón, J.M. (2017). Rural destination development based on olive oil tourism: The impact of residents' community attachment and quality of life on their support for tourism development. *Sustainability*, 9 (9), 1624-1640.
- Campón-Cerro, A.M., Di-Clemente, E., Hernández-Mogollón, J.M., and Folgado-Fernández, J.A. (2022). Olive oil tourism experiences: Effects on quality of life and behavioural intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 1-17.
- Cañero-Morales, P.M., López-Guzmán, T.J., Cuadra, S.M., and Orgaz-Agüera, F. (2015). Análisis de la demanda del oleoturismo en Andalucía. *Revista de Estudios Regionales*, 104, 133-149.
- Carrillo-Hidalgo, I., Casado-Montilla, J. and Pulido-Fernández, J.I. (2021). Desarrollo sostenible del oleoturismo: Un análisis de la colaboración entre actores. *Revista de Ciencias Sociales*, 27 (1), 19-38.
- Cehic, A., Mesić, Ž. and Oplanic, M. (2020). Requirements for development of olive tourism: the case of Croatia. *Tourism and Hospitality Management*, 26 (1), 1-14.
- Çelik, M.C. ve İçbay, M.A. (2017). Aday öğretmenlerin mesleğe uyum süreci: bir durum çalışması. *Yaşadıkça Eğitim*, 31 (1), 89-102.
- Çelik Uğuz, S. (2011). Sürdürülebilir turizm kapsamında Burhaniye'nin alternatif turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 332-353.
- Çelik Uğuz, S. (2021). Sağlık Turizminde Yeni Uygulamalar ve Alternatifler, Ed. Şükran Karaca, İçinde: Multidisipliner Yaklaşımla Sağlık Turizmi, 30. Bölüm, ss. 627-650, Nobel Yayıncılık.

- Çelik Uğuz, S. ve Ataman, H. (2021). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bisiklet Turizmi ve Edremit Körfezi'ndeki Bisiklet Rotaları. *III. Kent Konseyleri Sempozyumu*, Balıkesir Kent Konseyi, ss.243-256.
- Çetin, M. ve Küçükkömürler, S. (2019). Destinasyon çekicilik unsuru olarak Gastronomi Müzeleri: Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 1-17.
- Civelek, M. (2013). *Sürdürülebilirlik kapsamında agro-turizm ve kırsal kalkınma ilişkisi: Muğla yöresindeki tatuta çiftliklerinin agro-turizm potansiyeli yönünden değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cizrelioğlu, M.N., Altun, Ö. ve Altıntaş, T. (2020). Yerel halkın özel ilgi turizmi açısından inanç turizme bakışı: KKTC örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 1246-1263.
- Dancausa-Millan, G., Millán, M.G. and Huete-Alcocer, N. (2022). Olive oil as a gourmet ingredient in contemporary cuisine. A gastronomic tourism proposal. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 29, 1-8.
- De Salvo, P., Hernández-Mogollón, J.M., Di-Clemente, E., and Calzati, V. (2013). Territory, tourism and local products. The extra virgin oil's enhancement and promotion: A benchmarking Italy-Spain. *Tourism and Hospitality Management*, 19 (1), 23-34.
- Durlu Özkaya, F., Özkaya, M.T., Tunalıoğlu, R., Bayar, R. ve Tunalıoğlu, E. (2018). Anadolu'da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (3), 263-274.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. ve Sönmez, S. (2011). Burhaniye-Doğal Kaynak Değerleri. Burhaniye Belediyesi Kültür Yayınları No:13, Sistem Basın Yayın, Ankara.
- Efe, R., Soykan, A., Cürebal, İ. ve Sönmez, S. (2013). Dünyada, Türkiye'de, Edremit Körfezi Çevresinde Zeytin ve Zeytinyağı. Edremit: Edremit Belediyesi Kültür Yayınları No: 7.
- Folgado-Fernandez, J.A., Campon-Cerro, A.M. and Hernandez-Mogollon, J.M. (2019). Potential of olive oil tourism in promoting local quality food products: A case study of the region of Extremadura, Spain. *Heliyon*, 5 (10), 1-8.
- Folgado-Fernández, J.A., Alarcón, S.P., Viscomi, P., and Hernández-Mogollón, J.M. (2020). Olive oil industrial heritage and tourist development. State of the art. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3 (1), 16-32.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A. ve Özekici, Y.K. (2015). Bir turizm çeşitliliği olarak festival etkinliklerinin sınıflandırılması: Türkiye üzerine bir değerlendirme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5 (13), 306-323.
- Guarino, F., Falcone, G., Stillitano, T., De Luca, A.I., Gulisano, G., Mistretta, M., and Strano, A. (2019). Life cycle assessment of olive oil: A case study in southern Italy. *Journal of Environmental Management*, 238, 396-407.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm-halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi. *Millî Folklor*, 27 (105), 87-98.
- Gürbüz, M. ve Öğüt, S. (2018). Zeytin yaprağının potansiyel sağlık yararları. *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (3), 242-253.

- Güven, A. (2016). Yaratıcı turizm kapsamında Antalya ili turizm kaynaklarının değerlendirilmesi. *3.Uluslararası Çin'den Adriyatik'e Sosyal Bilimler Kongresi, Antalya, Turkey*, 326-337.
- Hernández-Mogollón, J.M., Di-Clemente, E., Folgado-Fernández, J.A., and Campón-Cerro, A.M. (2019). Olive oil tourism: State of the art. *Tourism and Hospitality Management*, 25 (1), 1-29.
- International Olive Council. (2023). *Olive museum routes*. <https://www.internationaloliveoil.org/olive-world/olive-museums-routes/> [Erişim Tarihi: 26.01.2023].
- International Olive Council. (2023). *Production*. <https://www.internationaloliveoil.org/wp-content/uploads/2022/12/IOC-Olive-Oil-Dashboard-2.html#production-1> [Erişim Tarihi: 10.06.2023].
- Karaşah, B. (2018). Artvin kentindeki doğa-temelli turizm olanaklarının irdelenmesi. *Uluslararası Artvin Sempozyumu*, Artvin: Artvin Çoruh Üniversitesi, ss. 114-128.
- Kaya, O. (2006). *Ölüm turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı ziyaret eden turistlerin ziyaret motivasyonlarını anlamaya yönelik bir araştırma ve sonuçları*. Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kocadağlı, A.Y. (2009). Türkiye’de zeytincilik faaliyetlerinde Edremit Körfezi kıyılarının önemi. *İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Coğrafya Dergisi*, 19, 28-58.
- Kömürcü, S. ve Günlü Küçükaltan, E. (2020). Etkinlik turizmi ve inanç turizmi paradoksu: Hac seyahatlerinin turizm yazınındaki yerini belirlemeye yönelik bibliyometrik bir analiz. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (24), 2720-2745.
- Köroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin gelişiminde toplum temelli doğal kaynak yönetiminin önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (26), 95-106.
- Kurt Konakoğlu, S.S. ve Kurdoğlu, B.Ç. (2020). Doğa temelli turizm koridorlarının oluşturulmasına yönelik bir öneri: Amasya kent örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 7 (1), 83-95.
- Küçükkömürler, S. ve Öztekin Uluksar, F. (2018). Türk mutfak kültüründe zeytinyağı kullanımı: Muğla örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (2), 194-212.
- Küçükkömürler, S., Şirvan, N.B. ve Sezgin, A.C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2 (2), 78-85.
- Lokman, U., Yarmacı, N. ve Güdül, H. (2022). Turizmde çekicilik unsuru olarak Gastronomi Müzeleri: Adatepe Zeytinyağı Müzesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (1), 380-399.
- López-Guzmán, T., Cañero-Morales, P.M. Cuadra, S.M., and Orgaz-Agüera, F. (2016). An exploratory study of olive tourism consumers. *Tourism and Hospitality Management*, 22 (1), 57-68.
- Millán, M.G. and Agudo, E.M. (2010). El Turismo gastronómico y las denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. *PASOS, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (1), 91-112.

- Millán, M.G., Morales, E. and Agudo, E.M. (2010). El oleoturismo como motor de desarrollo rural. La denominación de origen de montoro-adamuz. *Mundo Agrario*, 11 (21), 1-28.
- Millán, M.G., Morales, E. and Pérez, L. (2010). Olive oil Tourism as a vehicle for rural development in the province of Cordoba. *Revista Turismo & Desenvolvimiento*, 13 (14), 739-748.
- Millán, M.G., Agudo, E.M. and Morales, E. (2011). Análisis de la oferta y la demanda de oleoturismo en el sur de España: un estudio de caso. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8 (67), 181-202.
- Millán, M. G., Morales, E. and Pérez L. (2012) Análisis del turismo gastronómico en la provincia de Córdoba. *Tourism & Management Studies*, 8, 78-87.
- Millán, G., Arjona, J.M. and Amador, L. (2014). A new market segment for olive oil: olive oil tourism in the South of Spain. *Agricultural Sciences*, 5 (3), 179-185.
- Millán, M.G., Hidalgo, L.A. and Arjona-Fuentes, J.M. (2015). El oleoturismo: una alternativa para preservar los paisajes del olivar y promover el desarrollo rural y regional de Andalucía (España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 60, 195-214.
- Millán, M.G., Arjona-Fuentes, J.M. and Hidalgo, L.A. (2017). Olive oil tourism: promoting rural development in Andalusia (Spain). *Tourism Management Perspectives*, 21, 100–108.
- Millán, M.G., Pablo-Romero, M.P. and Sánchez-Rivas, J. (2018). Oleotourism as a sustainable product: An analysis of its demand in the south of Spain (Andalusia). *Sustainability*, 10 (101), 1-19.
- Miral Çavdırılı, C. ve Adan Gök, Ö. (2020). Müzeler ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (3), 2241-2262.
- Molina Moreno, V., Quesada Rubio, J.M. and Ruiz Guerra, I. (2011). Potencial del oleoturismo como diversificación económica del sector cooperativo agrario: el caso español. *Revista de Ciencias Sociales*, 17 (3), 533-541.
- Murgado, E.M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: Olive oil tourism. *Options Méditerranéennes*, 106, 97–109.
- Nguyen, T. (2018). *Olive Tourism Practice in Italy*. (Master's Thesis). Radboud Universiteit.
- Novelli, M. (2005). Niche tourism, contemporary issues trends and cases. Burlington: Butterworth Heinemann Publications.
- Olçay, A. ve Turhan, U. (2017). Türkiye’de glamping hizmeti veren işletmelerin sahip ve yöneticilerinin “yeni turizm trendi Glamping” ile ilgili görüşleri (Muğla ve Antalya örneği). *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (4), 980-996.
- Oliveira, S., Lopez-Guzman, T., Virgilio Gonzalez, F., and Coelho, J. (2014). The olive oil tourism as a development factor in rural areas. *VII. International Tourism Congress Proceedings Book*, Umman.
- Oplanic, M., Cop, T. and Cehic A. (2020). Olive tourism: understanding visitors' motivations. *Acta Turistica*, 32 (2), 141-167.
- Orams, B.M. (1995). Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism Management*, 16 (1), 3-8.
- Özata, E. ve Cömert., M. (2016). Zeytinyağı ve sağlıklı yaşam. *Zeytin Bilimi*, 6 (2), 105-110.

- Parrilla-González, J.A., Murgado-Armenteros, E.M. and Torres-Ruiz, F.J. (2020). Characterization of olive oil tourism as a type of special interest tourism: an analysis from the tourist experience perspective. *Sustainability*, 12 (15), 1-10.
- Polat, R. ve Satıl, F. (2010). Burhaniye ve Havran yörelerinde zeytin ve zeytin ürünlerinin kullanım alanları. *Zeytin Bilimi*, 1 (1), 23-29.
- Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. and Carrillo-Hidalgo, I. (2019). Introducing Olive-Oil Tourism as a Special Interest Tourism. *Heliyon*, 5 (12), 1-8.
- Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J. and Carrillo-Hidalgo, I. (2021). Análisis del comportamiento de la demanda de oleoturismo desde la perspectiva de la oferta. *Revista Investigaciones Turísticas*, 21, 67-85.
- Pulido-Fernández, J.I., Casado-Montilla, J., Carrillo-Hidalgo, I., and Pulido-Fernández, M. de la C. (2022). Evaluating olive oil tourism experiences based on the segmentation of demand. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 1-10.
- Quesada, J.M., Molina Moreno, V. and Ruiz Guerra, I. (2010). Oleoturismo en España: potencialidad de éxito internacional en escenarios actuales. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 5 (2), 1534-1560.
- Richards, G. and Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Ruiz Guerra, I., Molina Moreno, V. and Martín Lopez, V.M. (2011). El oleoturismo como atractivo turístico en el medio rural Español. *Papers de Turisme*, 49 (50), 89-103.
- Ruiz Guerra, I., Martín López, V.M. and Molina Moreno, V. (2012). Los intangibles del Aceite de Oliva como ventaja competitiva. *Intangible Capital*, 8 (1), 150-180.
- Ruiz-Guerra, I., Molina, V. and Quesada, J.M. (2018). Multidimensional research about oleotourism attraction from the demand point of view. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 25 (2), 1-15.
- Sánchez Martínez, J.D. and Ortega Ruiz, A. (2016). El monocultivo olivarero jiennense: conformación histórica, valores patrimoniales y proyección cultural-turística. *Cuadernos de Turismo*, 37, 377-402.
- Savaşkan, Y. ve Çavuş, Ş. (2021). Gastronomi temalı müzelerin ziyaretçi deneyimlerinin incelenmesi: Adatepe Zeytinyağı Müzesi örneği. *Uluslararası Turizmde Yeni Jenerasyonlar ve Trendler Kongresi (INGANT'21)*, 93-114.
- Sevim, D., Varol, N. ve Köseoğlu, O. (2022). Küresel iklim değişikliğinin zeytin yetiştiriciliği ve zeytinyağı üzerine etkileri. *Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 36 (2), 415-432.
- Smith, M. and Kelly, C. (2006a). Holistic tourism: journeys of the self?. *Tourism Recreation Research*, 31 (1), 15-24.
- Smith, M. and Kelly, C. (2006b). Wellness tourism. *Tourism Recreation Research*, 31 (1), 1-4.
- Soykan, F. (1999). Doğal çevre ve kırsal kültürle bütünleşen bir turizm türü: kırsal turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 67-75.
- Şahin, Ö. and Aydın, A. (2017). A cultural, gastronomic, and touristic asset: The Kuşadası Oleatrium Olive and Olive Oil History Museum case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 180-199.

- Tanrısevdi, A. ve Çavuş, Ş. (2003). Özel ilgi turizmi ve özel ilgi turizmi kapsamında kuşadası ve çevresinde var olan potansiyel kaynaklar üzerine kuramsal bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (1), 9-22.
- Tarhan, Y. (2020). *Kırsal kalkınma kapsamında lavanta tarımı-ekoturizm ilişkisi: Isparta ili kuyucak köyü örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Bartın: Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2022). *Zeytin üretimi, 1988-2022*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/DownloadIstatistikselTablo?p=zX8mhYRLjC64H6cTlITyXEI4QyF32QNXZJFQV9KwzVcBxRaF6iW3wMsw09iX6DqR> [Erişim Tarihi: 09.06.2023].
- T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2015). 2015 yılı zeytin ve zeytinyağı raporu.
- Türk Dil Kurumu. (2023). *Festival*. <https://sozluk.gov.tr/> [Erişim Tarihi: 12.04.2023].
- Tempesta, T. and Vecchiato, D. (2019). Analysis of the factors that influence olive oil demand in the Veneto Region (Italy). *Agriculture*, 9 (154), 1-17.
- Timur, N.M., Çevik, S. ve Kıyık Kıcı, G. (2014). Etkinlik turizmi: kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (1), 56-83.
- Topay, M. ve Koçan, N. (2009). Kamping / çadırli kamp için alan seçim kriterlerinin belirlenmesi ve Bartın-Uluyayla'da örnek bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri: A* (1), 116-128.
- Tregua, M., D'Auria, A. and Marano-Marcolini, C., 2018. Oleotourism: local actors for local tourism development. *Sustainability*, 10 (5), 1-20.
- Tüter, D.N., Duran, E., Yıldırım, H.M., ve Eryücel, Ö. (2018). Sürdürülebilir turizmde yeni trend glamping turizmi: Çanakkale örneği. *International West Asia Congress of Tourism Research – (IWACT' 18)* ss. 205-216.
- Ulusal Zeytin ve Zeytinyağı Konseyi (UZZK). (2022). 2022-2023 Üretim sezonu sofralık zeytin ve zeytinyağı rekoltesi ulusal resmi tespit heyeti raporu.
- Zuzic, K. (2014). Developing special - interest tourism offerings in the Istria region. *Quaestus Multidisciplinary Research Journal*, 8, 164-184.

http-1:

<https://www.zeytinkamp.com/> (Erişim Tarihi: 04.06.2023)

http-2:

<https://kampolive.com/> (Erişim Tarihi: 04.06.2023)

EKLER

EK 1: İşletme Görüşme Soruları

Kişisel Bilgiler

Cinsiyetiniz:

Yaşınız:

Eğitim Durumu:

İşletmedeki Görevi:

İşletmede Çalışılan Süre:

Görüşme Soruları

1. İşletmeniz kaç yıldır faaliyetini sürdürmektedir?
2. İşletmenizin kuruluş amacı ve öykünüz nedir?
3. İşletmeniz hangi dönemlerde faaliyet göstermektedir?
4. Zeytin ağacı sayınız, toplam araziniz, üretim alanı ve çalışma kapasiteniz ne kadardır? Zeytin, zeytinyağı (yakıt, posa, geri dönüşüm) ve diğer üretim (hediyelik eşya) faaliyetleri çeşitleri nelerdir? İşletmenizde sizden başka kişiler çalışıyor mu? Çalışıyorsa sayısı nedir?
5. Ürünlerinizi kendiniz mi üretiyorsunuz, dışarıdan mı temin ediyorsunuz? Üretim yöntemleriniz (toplama, işleme ve depolama) geleneksel yöntem, modern yöntem veya karma yöntem mi açıklayınız? Bu yöntemler hakkındaki düşünceleriniz nedir?
6. Turizm için hangi yöntemi ne amaçla kullanırsınız? (Ör. Modern yöntemi ticaret amaçlı, geleneksel yöntemi turizm için vb.) Ve bu yöntemleri hangi aşamada turistlerle hangi paylaşmak ister misiniz? (toplama, üretim, zeytin bakım ve onarımı, tadım, satış, budama vb.)
7. Sürdürülebilirlik doğrultusunda neler yapmaktasınız? (Koruma, kullanma ve kimliklendirme) Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm için zeytin ve turizm nasıl geliştirilmelidir? (Kültürel, toplumsal ve ekonomik açıdan değerlendiriniz)
8. Yerel halkla iş birliği içerisinde misiniz? Faaliyetlerinizden haberdarlar mı? Personel ihtiyacınızı köyden mi dışarıdan mı temin etmektesiniz?
9. Zeytin turizmi kapsamında ne tür hizmetler sunmaktasınız açıklayınız? Zeytin turizmi kapsamında ne gibi iyileştirmeler yapılmalıdır?
10. Sizce bölgemiz ve ülkemiz için en temel sorun nedir? İşletmenizdeki temel sorun ve/ veya sorunlarla ilgili midir?
11. İşletmenizde zeytin ve turizmi ile ilişkilendirebileceğimiz turizm faaliyetleri var mıdır?
12. İşletmenize zeytin ile ilgili turizm faaliyetleri için turist geldiğinde ne tür faaliyetler yaptırırsınız? (Fabrika / Atölye / Yağhane / Galeri ziyaretleri,

Gezinti, Yürüyüş, Zeytin hasadına katılım, Zeytin ve zeytinyağı tadımı, zeytinyağı üretimine katılım, Zeytinyağlı yöresel lezzetler tadımı, Festival ve şenlikler, vb.)

13. Zeytin terapi turizmi hangi turizm türleri ile ilişkilendirilebilir? (Kırsal Turizm, Tarım Turizmi, Eko Turizm, Gastronomi turizmi (kültür, tadım ve yemek), Sağlık Turizmi, Bütünsel turizm (sessizlik, huzur, inziva ve şifa), Sağlıklı Yaşam Turizmi (Wellness), Ekoloji Temelli Sağlık Turizmi (Eco Wellness) Kültür / Kültürel Miras Turizmi (müze, galeri, yerel mimaride konaklama, yeme-içme, rota), Endüstriyel Miras Turizmi (fabrika, yağhaneler ve atölye imalathanelerine ziyaret), Sanat Turizmi (zeytin ile ilgili sanat eserleri üretimi, sanat atölyeleri ve hediyelik eşya, Güzellik turizmi (zeytin ve zeytinyağı içerikli bakım ve güzellik ürünlerinin kullanımı), Mutluluk turizmi, Doğa Turizmi (Zeytinlikler içerisinde yürüyüş, bisiklet, kamp vb.), Manzara Turizmi (manzara ve zeytin bahçeleri) vb. ve Zeytin Terapi Turizmi Rotaları, Zeytin Terapi Festivali (Olea Therapia Festa)
14. Zeytin ile sanat arasındaki ilişkiyi nasıl yorumlarsınız? (**Van Gogh'un Zeytin ağaçları resmi**, Zeytin konulu filmler (**Ör. 2012 yılında yayınlanan Zeytin adlı filmde "Olive" bir çocuğun savaşın ortasında babasının anısına Filistin'deki köyüne bir zeytin fidanı götürme ve dikme çabasını konu alıyor**), Şiir (**Ör. Fikret Turhan Şiiri Bir.../ Zeytin ağacı.. / ekmeliyim ki.../ Bin yıl.../ yaşasın diye...**) Dizi, Tiyatro, Kitap, zeytin konulu belgesel, zeytin tasarımlı heykel vb. / Bölgenizde bu tür sanatsal faaliyetlerin yer almasını ister misiniz?
15. İşletmenizde zeytin ile ilgili yapılan ya da yapılması planlanan sanatsal faaliyetler var mıdır? (Galeri, Sergi, Atölye Çalışmaları, El Sanatları, Kozmetik vb.)
16. Sizce ZTT imajı markanızı güçlendirir mi?
17. Zeytin, Zeytinyağı ve Zeytincilik ile ilgili workshoplar yapılsa katılır mısınız?
18. Olea Therapia Festa yapılsa katılır mısınız? Katılırsanız ne tür katkılar sağlarsınız? (Destek, Katkı, Fayda)
19. ZTT için yatırım yapar mısınız? Yaparsanız bu yatırımlar neler olur? ZTT ni uygulayan işletmeci olmak ister misiniz?
20. İşletmenizde ZTT kapsamında tur acentaları ile işbirliği yapmak ister misiniz?
21. İşletmenizde zeytin terapi turizminin gelişimine katkı sağlamak için neler yapılabilir?
22. Zeytin ağacı ve yaprağı ile yapılan mevcut geri dönüşüm, atık yönetimi/değerlendirilmesi gibi faaliyetleri ya da gelecekte yapılması planlanan faaliyetler var mıdır? Varsa nelerdir?
23. Zeytin, zeytincilik, zeytin kültürü, zeytine ait tüm faaliyetler ve zeytin terapi turizmi doğal, kültürel ve çevresel kaynaklar üzerindeki etkileri ve ekonomik katkısı nelerdir? (Olumlu ve olumsuz)
24. ZTT devlet ve diğer kurumlar tarafından teşvik edilmeli ve desteklenmeli midir?

25. Zeytin terapi turizmi faaliyetlerinin gelişimini katkı sağlayarak zeytin terapi köyü ve zeytin terapi akademisini siz mi kurmak istersiniz yoksa paydaş mı olmak istersiniz?

EK 2: Köy Muhtarı Görüşme Soruları

BAHADINLI KÖYÜ GENEL BİLGİ FORMU

İLİ : BALIKESİR

İLÇESİ : BURHANİYE

KÖY : BAHADINLI KÖYÜ

Tarih:...../...../2022

1.Köyünüzün tarihini kısaca anlatır mısınız? (İlk kuruluş yılı, kurucuların nereden geldiği, geliş nedenleri, köyün şimdiki ahalsinin ne zaman ve nereden geldiği vb.)

2.Köyünüzün yerleşim yapılanması nasıldır?

- Tek mahalleli Çok mahalleli

3. Aşağıdaki tabloyu köyde bulunan konut sayılarına göre doldurunuz.

KULLANIMA GÖRE KONUTLAR	SAYI
Yöresel mimariye sahip sürekli kullanılan konut	
Yöresel mimariye sahip olmayan sürekli kullanılan konut	
Yöresel mimariye sahip sadece yazın kullanılan konut	
Yöresel mimariye sahip olmayan sadece yazın kullanılan konut	
İkincil Konut	
Kullanılmayan/Atıl konut	
Restore edilen konut	
Modern mimariye sahip konut	
Yenilikçi ve ekolok tasarımlı konut	
İyileştirme yapılan konut	
TOPLAM	

4. Aşağıdaki tabloyu köyde bulunan hane halkı sayılarına göre doldurunuz.

Hane halkı sayısı	
Son on yılda dışarıdan gelip köyünüze yerleşen hane halkı sayısı	
Son on yılda köyünüzden ayrılan hane halkı sayısı	
Son on yılda köyünüzden ayrılıp daha sonra dönen hane halkı sayısı	
Köyünüzdeki yaşlı nüfus sayısı (60 yaş ve üzeri)	
Köyünüzdeki genç nüfus sayısı (18 yaş ve üzeri)	
Zeytincilik faaliyetinde bulunan hane halkı sayısı	

5. 2021 üretim yılında köy (muhtarlık) arazisinin kullanılış biçimini belirtiniz.

	Arazinin Kullanılış Biçimi	Toplam (Dekar)
1	Tarım arazisi (Meyve, Sebze, Tahıl ürünleri)	
2	Zeytin Arazisi	
3	Yapılaşma ve Turizm alanı	
4	Otlak (mera) arazisi	
5	Koruluk ve orman arazisi (fundalık ve makilik dâhil.)	
6	Tarıma elverişsiz arazi (taşlık, bataklık, çorak arazi vb.	
7	Zeytin ağacı sayısı	
8	Anıtsal Zeytin Ağaç ve Ağaçları	
9	Zeytin dışı ağaç türleri	
10	Diğer ağaç türleri ve Anıtsal Ağaç ve ağaçlar	
	TOPLAM	

6. Köyünüzün zeytin ağacı ve zeytin arazisi varlığında 10-15 yıl öncesine göre bir değişme var mı? Arttı mı, azaldı mı?

7. Köyde tarihi yapı/eser var mı? Varsa neler olduğunu belirtiniz. (Fabrikalar, Değirmenler, Misafirhaneler, Dini Yapılar, Hamam, Karakol vb.)

Var

Yok

8. Aşağıdaki alt yapı tesislerinden hangileri köyde mevcuttur? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

İçme suyu

Elektrik

Posta-telefon

Sulama suyu (Dere, Kuyu, Membaa, Yağmur biriktirme, Dsi açıklayınız)

Kanalizasyon

Yol

İnternet

Diğer

9. Köyde aşağıdaki kamu ve hizmet kuruluşlarından hangileri bulunmaktadır? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

İlköğretim okulu

Lise

Sağlık Ocağı

Postahane

Cami

Köy odası

Karakol

Muhtarlık Binası

Diğer

10. Köyde aşağıdaki hizmet ve üretim yerlerinden hangileri bulunmaktadır? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

Bakkal

Su kuyuları

Zeytinyağı Fabrikası ve

Yağhane

Marangoz

Demirci

Kahvehane

Turizm İşletmeciliği (Otel, Kamp, Pansiyon, Lokanta)

Berber

Mezarlık

Harman Yeri

Diğer

11. Köydeki eğitim hizmetinin ne durumdadır?

(Köyde okul var mı? Varsa ne durumdadır? Kaç öğrencisi var? Diğer köylerden eğitim için gelen var mı? Varsa hangi köyler ve kaç öğrenci? Köyünüzde okul yoksa, öğrenciler hangi okula gitmektedir? Ulaşım nasıl sağlanmaktadır?)

12. Köyde halk eğitim kursu, kurs ya da benzeri bir eğitici faaliyet var mı / yapıldı mı? Varsa hangi alanda ve kimlere yöneliktir? (Zeytincilik, Hediyeleşme eşya, Tarım, İlaçlama, Sulama ile ilgili eğitimler)

13. Köyün başlıca gelir kaynakları nelerdir? (Öncelik sırası vererek 3 seçenek işaretleyiniz)

- Zeytincilik Bitkisel üretim Hayvansal üretim Turizm
 Ormancılık faaliyetleri Arıcılık El sanatları Kira
 Ahşap oymacılığı Taşımacılık Diğer

14. Köyde kooperatif var mı? Varsa hangisi olduğunu belirtiniz? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- Yok Tarım Kredi Kooperatifi Tarım Satış Kooperatifi
 Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Köy Kalkınma Kooperatifi
 Üretim Kooperatifi Sulama Kooperatifi Orman Kooperatifi
 Diğer (Zeytin ile ilgili Kooperatif)

15. Köyde yetiştirilen tarımsal ürünler özellikle Zeytin ne şekilde değerlendirilmektedir? (Birden fazla işaretleme yapılabilir)

ÜRÜNLER	Kooperatiflere	Tüccarlara	Yağ hane	Fabrikalara	Doğrudan Satış	Öz Tüketim
Zeytin						
Zeytinyağı						
Kozmetik Ürünler (Sabun, Şampuan vs.)						
Bitkisel						
Hayvansal						

16. Köyde yetiştirilen tarımsal ürünlerin ve özellikle zeytin ve zeytinyağı ürünlerinin pazarlama sorunu var mı? Varsa nedenlerini açıklayınız?

- Var Yok

17. Köylü, tarımsal faaliyetlerde ve özellikle zeytincilik ile ilgili faaliyetlerde zararlılar için kimyasal ilaç ve kimyasal gübre/NPK kullanır mı? Türü nedir ve kullanım miktarı ne kadardır? Gübreleme ve zirai ilaç kullanımını konusunda bilgilendirme ya da kontrol yapılıyor mu?

18. Köyünüzde bitkisel, hayvansal ve zeytincilik üretim faaliyetlerinde herhangi bir kurumdan kredi, katkı, yardım ya da destek (teknik ve/ veya bilgi) alınıyor mu? (Bankalar, Tarım Kredi Kooperatifi, Belediye, Ticaret Odası, Ziraat Odası, İl ya da Gıda ve Hayvancılık Müdürlüğü)

19. Köyünüz ve yakın çevresinde bulunan tesisler nelerdir? (Birden fazla seçenek işaretlenebilir)

- Küçük sanayi Süt Fabrikası Orman ürünleri (parke vb.)
 Küçük atölye Konaklama tesisleri (Otel, Pansiyon)
 Yiyecek içecek İşletmeleri (Lokanta, Bakkal, Büfe) Yol kenarı dinlenme tesisleri Hediyelik eşya Tarımsal ürünlerin satıldığı dükkanlar Zeytin ve Zeytinyağı Fabrikası/ Yağhane Diğer

20. Tarımsal ve Zeytincilik üretim faaliyetlerinde en çok karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

21. Köyde el sanatları üretimi özellikle zeytin ile ilgili el sanatları üretimi var mı? Bu üretimin satışı yapılıyor mu?

22. Köyünüzde tarım ve zeytincilik işlerinde işçiler köyden mi temin ediliyor yoksa dışarıdan mevsimlik işçi mi geliyor?

23. Zeytin Turizmi, Zeytinyağı Turizmi ve Zeytin Terapi Turizmi denince ne anlıyorsunuz? Zeytin ile turizm yapılır mı, yapılırsa nasıl olur? Olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir?

Olumlu Yönleri

- Köyün/bölgenin tanıtımı İş imkanı Köyün imajına katkı sağlar
 Ürün satışına katkı sağlar Hizmet ve destekler artar Gençler göç etmez Çevrenin korunması Diğer

Olumsuz Yönleri

- Çevrenin bozulması Kötü alışkanlıkların artışı Göç artar
 Yöresel kimliğin kaybı Doğanın kirlenmesi Diğer

24. Köyünüze gelen turistlerin katıldıkları doğaya dayalı/kültürel amaçlı aktiviteler var mı? Varsa nelerdir?

- Yok Doğa yürüyüşleri yapmak Bisiklet Kamp
 Doğadaki hayvan ve bitkileri gözlemlemek Yerel yemekleri tatmak

- Tarihi yerleri ziyaret etmek Doğada spor aktiviteleri yapmak
- Dağcılık Diğer Kültür Turizmi Fabrika ve Değirmen Ziyareti

25. Köyde dışarıdan gelen ziyaretçilerin konaklayacağı bir tesis var mı?

- Yok Otel Ev pansiyon Pansiyon
- Çadır Kampı Karavan Kampı Diğer

26. Köyde dışarıdan gelen ziyaretçiler için yeme-içme tesisi ve yerleri var mı?

- Lokanta Büfe Bakkal
- Mesire alanı Çay bahçesi Piknik yeri

27. Köyde doğa yürüyüşü rotaları, bisiklet rotaları yada alternatif rotalar (derede balık tutmak, yıldız izleme, bitki inceleme, kuş gözlemciliği, bitki ve mantar toplama, şifalı otlar) ve bunlara köyden rehberlik yapacak bilgili kişiler var mıdır?

28. Yeme- içme, rehberlik ve zeytin turizmi ile ilgili bir kurs ya da eğitim faaliyeti olsa köyünüzden katılan olur mu?

29. Köyde geleneksel olarak düzenlenen faaliyetler var mı (şenlik, festival, spor etkinlikleri, dayanışma günleri vb.)? Varsa nelerdir? Hangi zamanlarda düzenlenmektedir ve katılım düzeyi nasıldır?

30. Düğün, cenaze, mevlit gibi özel günlerde kullanılacak ortak alanlar var mı?

31. Köyünüze özgü gelenek ve göreneklerin nelerdir? Bu gelenek ve göreneklerin unutulmuş ya da unutulmaya yüz tutmuş olanlar var mıdır? Açıklayınız.

32. Köyünüze özgü yerel yemekler var mıdır? Varsa nelerdir?

33. Köyünüze özgü yerel kıyafetler (giyim, kuşam, el dokumaları, halı, kilim, heybe) var mıdır? Günümüzde kullanılmakta mıdır? Açıklayınız.

34. Köyünüzde önemli tarihi kişiler, kültürel kimliği ile bilinen ve ileri gelen bilir kişiler var mıdır? Eğer varsa bu kişiler kimlerdir açıklayınız?

35. Sizce köyünüze özgü en önemli değer/değerler nelerdir?

36. Köyünüzde ve civarında yaşadığını bildiğiniz yaban hayvanları var mı? Varsa hangi türler olduğunu belirtiniz

37. Köyünüzde ve civarında bitki ve şifalı bitkiler, mantar çeşitleri, şifalı otlar, vb. var mı? Varsa hangi türler olduğunu belirtiniz

38. Köyünüzde ve yakın çevresinde aşağıda belirtilen doğal/kültürel yapılar ve/veya rekreasyonel aktivitelerden hangileri bulunmaktadır?

	Bulunduğu/Yapıldığı Mevki	Yöresel Adı
Mağaralar / Vadiler		

Şelaleler / Baraj		
Kanyonlar / Dere		
Yaylalar		
Piknik ve mesire yerleri		
Önemli doğa olayları		
Arkeolojik alanlar		
Tarihsel değerler		
Organik tarım alanları		
Yerel yemekler		
Trekking parkurları / Bisiklet Rotaları		
Festivaller / Şenlik / Kutlamalar		
Diğer		

39. Sizce zeytin turizmi, zeytinyağı turizmi, zeytin terapi turizmi, köy halkı için alternatif bir geçim kaynağı olabilir mi?

40. Sizce Zeytin Köy veya Zeytin Terapi Köy unvanı almak ister misiniz? Eğer alırsanız köyünüz nasıl bir gelişim gösterir?

41. Bu unvan ile turizm ve zeytin birleşince göç verme ve göç alma durumunuz ne olur?

42. Zeytin işletmeleriniz var mı? (Fabrika, Yağhane, Atölye,)

43. Zeytin ile ilgili faaliyetlerde Geleneksel Yöntem ve modern yöntemlerden hangilerini kullanıyorsunuz? (Zeytin yağı teknikleri, zeytin toplama teknikleri)

44. Zeytin ve Zeytincilik ile ilgili araç-gereçler nelerdir? (Yetiştiricilikten toplamaya, üründen satışa ve sunuma kadarki tüm araç-gereçler) (Varsa fotoğraf çekilmelidir)

45. Zeytin ve zeytinyağı ile hazırlanan gıda ürünleri (Zeytinyağlı yemekler, içecekler, vb,) ve gıda ürünleri dışında hazırlanan ürünler nelerdir? Hediye eşya, vb.)

46. Zeytine ait özlü sözler, deyimler, türküler, Ata sözleri, hikayeler, masallar, şiirler, öyküler var mıdır? Varsa nelerdir?

47. Zeytin ve zeytinyağının ağaçtan sofraya kadar olan süreci hakkında ne düşünüyorsunuz? (Şifaları, Faydaları, Olumsuzlukları)

48. Zeytin Terapi Festivali düzenlenirse yerel halk bunu bir şenliği dönüştürerek maddi bir gelir elde eder mi? Festivale ne tür katkılar sağlar?

49. Sizce köy halkı zeytin ve zeytin terapi turizminden gelir elde etmek amacıyla aşağıdaki faaliyetlerin hangilerini yapmak ister? (Öncelik sırası vererek 3 seçenek işaretleyiniz)

Hiçbiri
hizmetleri

Ev pansiyonculuğu veya benzeri konaklama

- Rehberlik hizmetleri
- Geleneksel yemeklerin hazırlanması ve satışı
- Zeytin Terapi Turistlerine yönelik organik ürün yetiştirme ve/veya satış hizmetleri
- Hobi bahçeciliği
- Tıbbi bitki ve aroma yetiştiriciliği
- Diğer

50. Sizce köyünüzün en temel problemleri nelerdir? (Öncelik sırası vererek 3 seçenek işaretleyiniz)

- İşsizlik
- Yangın
- Göç
- Okul olmaması/yetersizliği
- Sağlık ocağı olmaması/yetersizliği
- İletişim problemleri
- Kuraklık
- Ulaşım problemleri
- Atıklardan kaynaklanan çevre kirliliği
- Altyapı problemleri
- Diğer

51. Evsel atıklarınızı nasıl bertaraf ediyorsunuz? Geri dönüşüm, yenilenebilir enerji (Rüzgar, Güneş vb.), Arıtma tesisi, Kompost üretim, yağmur suyu uygulamaları yapmakta mısınız?

52. Köyünüzde sel, deprem, toprak kayması vb. doğal olaylar yaşandı mı? Yaşandıysa hangi yıl ya da dönemlerde yaşanmıştır?

53. Çevre kirliliği (Su, Hava, Toprak, Ses, Gürültü) mevcut mudur?

54. Köyünüzde yeraltı suyu ya da maden kaynakları var mıdır? Durumları hakkında bilgi veriniz?

55. Sizce köyünüz nasıl kalkınır? (Öncelik sırası vererek 3 seçenek işaretleyiniz)

- Turizm ve zeytin turizmi faaliyetleri ile
- İş olanaklarının artırılmasıyla
- Bitkisel üretimle/organik tarım faaliyetleriyle
- Ormancılık faaliyetleriyle
- Hayvansal üretimle
- Zeytincilik faaliyetleri
- Altyapı ve ulaşım problemlerinin çözülmesiyle
- Sağlık ve eğitim ile ilgili olanaksızlıkların giderilmesiyle
- Diğer

56. Kalkınma konusunda yerel ve merkezi yönetimlerden ne beklersiniz?

57. Siz neler yapabilirsiniz?

58. Köyünüzde kadınların zeytin ile ilgili faaliyetler dışında yaptıkları işler var mıdır? Varsa nelerdir? (Halı, kilim tezgahı, el sanatlar vb.)

59. Köyünüzde şimdiye kadar kadınlara ve çocuklara yönelik bir eğitim / kurs çalışması yapıldı mı? Yapıldıysa, kurs hangi kişi ya da kurum tarafından düzenlendi? Ne zaman düzenlendi? Hangi konularda? Kaç kişi katıldı?

60. Köyünüzde tarımsal üretimde İmece ve Ortak çalışmalar var mı? Varsa nasıl işler? Zeytin hasadında bu çalışmaları nasıl yapmaktasınız?
61. Köyünüzde zeytin ve zeytinyağı ticaretinin tarihi nedir?
62. Köyünüzde üretilen zeytinyağı Osmanlı İmparatorluğu'na kandil yağı / sofralık yağ olarak kullanılmış mıdır?
63. Köyünüzde geçmişten günümüze uzanan geleneksel zeytin kültürü var mıdır?
64. Köyünüzde zeytin ile ilgili ritüeller ve inanışlar var mıdır? Varsa nelerdir? (Zeytin, zeytin dalı, zeytin yaprağı, zeytin ağacı, zeytin tarlası vb.)
65. Zeytin ağacı, zeytin dalı gibi maddeleri yakıt olarak kullanmakta mısınız? Kullanıyorsanız bunlar nelerdir açıklayınız?
66. Zeytin ve Zeytinyağı ürünlerini nasıl depolayıp, saklamaktasınız? Geleneksel yöntemleriniz var mı? Varsa nelerdir?
67. Zeytinin yaşam tarzınız üzerinde etkisi var mıdır? Varsa nelerdir?
68. Atalarınızdan öğrendiğiniz zeytin ve zeytinyağı ile yapılan geleneksel tedavi ve şifa yöntemleri var mıdır? Varsa nelerdir?