



Journal of Recreation and Tourism Research

Journal home page: www.jrtr.org

ISSN:2148-5321

DOI: 10.31771/jrtr.2019.22

KÜLTÜR TURİZMİNİN YENİ MEYVESİ: ZEYTİNYAĞI MÜZELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA¹

Işıl ARIKAN SALTİK^a 

Mehtap YILDIZ^b 

^a Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Muğla, Türkiye (isilas@mu.edu.tr)

^b Muğla İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Kültür Varlıkları ve Müzeler Şubesi, Muğla, Türkiye (mehtapyildiz48@gmail.com)

ARTICLE HISTORY

Received:

01.04.2019

Accepted:

11.06.2019

Anahtar Kelimeler:

Kültür turizmi
Zeytinyağı müzesi
Zeytinyağı turizmi

ÖZ

Müzeler, kültür ve turizm arasında karşılıklı etkileşimin en yoğun olduğu turizm arzı unsurları içinde yer almaktadır. Sürdürülebilir turizm anlayışı kapsamında gelişen ve farklı kültürel öğelere odaklanan güncel müzecilik uygulamalarından birisi de zeytinyağı müzeleridir. Zeytin ve zeytinyağının dünya genelindeki kültürel değeri, bu müzelere diğer müzelerden daha evrensel bir nitelik kazandırmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren zeytinyağı müzeleri incelenmekte, temel özellikleri, sundukları ürün ve hizmetler, gerçekleştirdikleri ve dahil oldukları etkinlikler değerlendirilmektedir. Çalışma zeytinyağı müzelerine özgünlük ve rekabet gücü kazandıracağı düşünülen uygulama önerileri ile tamamlanmaktadır. Öneriler içinde; bir zeytin dalında zeytin veya yaprağı ile sembolize edilmiş sertifika sistemi tasarımı; zeytinyağı müzelerini ve bu konseptte uygun konaklama işletmelerini kapsayan paket veya özel tur biçiminde ürün ve hizmetlerin sunulduğu zeytin rotaları geliştirilmesi gibi uygulamalar yer almaktadır

ABSTRACT

Museums are among the elements of tourism supply that the interaction between culture and tourism is at the most intense level. Olive oil museum is one of the contemporary museum practices that emerged within the scope of sustainable tourism concept and focused on different cultural elements. The cultural value of olive and olive oil throughout the world gives olive oil museums a universal character than the others. In this study, the olive oil museums in Turkey are examined and the basic characteristics of the olive oil museum, products and services they offer, the activities they are involved in are evaluated. The study is concluded with some recommendations expected to bring originality and competitiveness to olive oil museums. Some of the recommendations are the designment of a certification system symbolized by olive or leaf in an olive branch and the development of olive routes by providing products and services in the form of packages or private tours including olive oil museums and compatible accommodation facilities.

Keywords:

Cultural tourism
Olive oil museum
Olive oil tourism

***Sorumlu Yazar:** Işıl ARIKAN SALTİK

E posta: isilas@mu.edu.tr

¹ Bu çalışma, 10-13 Mayıs 2018 tarihlerinde eşzamanlı olarak gerçekleştirilen 7. Ulusal Kırsal Turizm Kongresi ve 2. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Kongresi’nde (IRTAD) sunulan ve özet olarak bildiri kitapçığında yayımlanan "Kültür Turizminin Yeni Meyvesi: Zeytin Müzeleri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı bildirinin genişletilmesiyle hazırlanmıştır.

GİRİŞ

Sürdürülebilir turizm yaklaşımının yaygınlaşması ve tüketim anlayışında gerçekleşen değişimlerle birlikte; hem turistlerin hem de yerel halkın turizm ürünü ve faaliyetlerine yönelik beklentileri de farklılaşmaktadır. Turizm talebindeki bu farklılaşma doğrultusunda turizm arzında da bir değişim sürecinin başladığı ve özellikle kültür turizmine yönelimin arttığı görülmektedir. Kültür ve turizmi, birbirinden kesin sınırlarla ayırmak oldukça zordur; tam tersine birbirlerinin gelişimini destekleyen, bütünleşik bir yapıya sahiptirler. Müzeler, kültür ve turizm arasında karşılıklı etkileşimin en yoğun düzeyde olduğu turizm arzı unsurları içinde yer almaktadır. Son yıllarda geleneksel müzecilik faaliyetlerinin yanı sıra, sürdürülebilir turizm anlayışı kapsamında gelişen ve farklı kültürel unsurlara odaklanan yeni müzeler ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda başlayan müzecilik uygulamalarından birisi de zeytinyağı müzeleridir. Çalışmada öncelikle müzecilik ve türleri, müzelerin turizm sektöründeki yeri ve önemi açıklanarak, zeytin müzeleri hakkında bilgi verilmektedir. Ardından araştırma kapsamında incelenen, ülkemizde faaliyet gösteren zeytinyağı müzelerine ilişkin bulgular sunulmaktadır. Çalışma, araştırma bulguları ışığında yapılan değerlendirmeler ve araştırma kısıtlarının belirtilerek sunulan önerilerle tamamlanmaktadır. Araştırmanın bu konuda çalışmak isteyen araştırmacılara ve bu alanda faaliyet göstermek isteyen işletmelere yol gösterici olması beklenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Müzecilik ve Türleri

Millîterarası Müzeler Konseyi (1974) tarafından yapılan tanımda müzeler, *“insanoğlunun ve çevresinin kesin kanıtlarını, eğitim, çalışma ve insanlığın estetik hazzı için toplayan, koruyan, araştıran, ileten ve sergileyen, halka açık, toplumun ve toplumun gelişiminin hizmetinde olan kâr amacı gütmeyen kalıcı bir kuruluş”* olarak tanımlanmıştır. Özel Müzeler ve Denetimleri Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre başvurular değerlendirilerek özel müze statüsü verilip verilmeyeceği tespit edilmektedir. Müzeler eserlerin sergileme sırasında kullanılan tekniklere göre veya kültürel varlıkların ait olduğu bilim dallarına göre sınıflandırılmakta ve isimlendirilebilmektedir.

Dünya genelinde müzeler; sanat müzeleri, tarih müzeleri, antropolojik (arkeoloji, etnografya, vb.) müzeler, doğa tarihi müzeleri, bilim ve endüstri müzeleri ile çeşitli uzmanlık dallarıyla ilgili müzeler olmak üzere altı farklı grupta sınıflandırılmaktadır. Türkiye’de ise sınıflandırma dünya sınıflandırmasına benzemekle birlikte biraz daha farklı şekilde yapılmıştır. Buna göre Türkiye’de müzeler; tarih ve sanat müzeleri, arkeoloji ve etnografya müzeleri, arkeoloji müzeleri, etnografya müzeleri, anıt müzeler, müze evler, devrim müzeleri, askeri müzeler, özel müzeler ve açık hava müzeleri olmak üzere on farklı grup altında toplanmıştır.

Ülkemizde bazı müzeler ören yerlerinde yer almakta ve faaliyetleri, gelirleri, ziyaretçileri bir bütün olarak kayıt altına alınmakta ve değerlendirilmektedir. Ören yeri, tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli uygarlıkların ürünü olup, topografik olarak tanımlanabilecek derecede belirgin ve kendine özgü özelliklere sahip, aynı zamanda tarihsel, arkeolojik, sanatsal, bilimsel, sosyal veya teknik bakımlardan dikkate değer, insan emeği ile oluşturulmuş kültür varlıkları ile tabiat varlıklarının birleştiği alanları ifade eder. Muğla, Fethiye Caunos Örenyeri, Muğla, Milas Euromos Örenyeri, Ankara Gordion Müzesi ve Tümüüs Örenyeri, Aydın Afrodisyas Müzesi ve Örenyeri, Osmaniye Karatepe Aslantaş Müzesi ve Örenyeri bu duruma örnek olabilecek yerler arasındadır.

Müze türleri, kurucusu ve işletmecisi açısından değerlendirildiğinde özel müzelerin diğerlerinden farklılaştığı görülmektedir. Dünya genelinde kültür etkileşiminin yaşanmasıyla ve koleksiyonerlerin eserlerini daha büyük alanlarda sergilemek istemeleri nedeniyle özel müze kurma ihtiyacı doğmuştur. Bu müzeler, halkla etkileşimi sağlayan ortamlar yaratarak müzelere ilgiyi artırmıştır (Altunbaş ve Özdemir, 2012). Özel müzeler, kendi hizmet alanlarında amaçlarına uygun çalışmalar yapmak isteğinde olan girişimciler tarafından kurulabilmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığınca, kültür ve tabiat varlıklarını koruma kanunu çerçevesinde, yönetmelikte belirtilen kuruluş, görev, yönetim, gözetim ve denetim konularında gerekli şartları taşıyan, kurum, kuruluş, gerçek veya tüzel kişilere, özel müze kurma yetkisi verilmektedir.

Bakanlıklar, kamu kurum ve kuruluşları, gerçek ve tüzel kişilerle vakıflar, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu’nun 26. Maddesi uyarınca, Bakanlıktan izin almak şartıyla, kendi hizmet konularının veya amaçlarının gerçekleştirilmesi için her çeşit taşınır kültür varlığını içeren müzeler

kurabilmektedirler. 8 Ocak 2018 tarihi itibarı ile Bakanlık denetiminde 239 özel müze faaliyet göstermektedir. Bununla birlikte Türkiye’de özel müzelerin ağırlıklı olarak holdinglere ya da köklü ailelere ait olduğunu belirten Demir (2013), bu durumun belirtilen kuruluşların kendi bünyelerinde kurdukları müzelerin finansmanını da kendileri yapması nedeniyle, özel müzelerin devamlılığı açısından taşıdığı riske dikkat çekmektedir.

Genelde koleksiyonerlik çalışmalarından sonra elde ettikleri eserleri daha büyük alanlarda sergilemek isteyenler özel müze kurma talebinde bulunmaktadırlar. Özel müzeler, bulundukları il veya ilçede, Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı müze müdürlükleri tarafından, yılda en az bir kez denetlenmektedirler. Özel müzeler eser satın alma yetkilerine sahiptirler. Bakanlığa bilgi vererek eserlerini müzeleri dışında herhangi bir yerde sergileyebilmektedirler. Ancak yurt dışında eserlerini sergilemek için Bakanlıktan izin alma mecburiyeti vardır. Özel müzelerin başka kurum veya kuruluşlara devredilmesi de mümkündür. Bir devir söz konusu olduğunda, müzeyi devralan aynı haklara sahip olmakta ancak belge sahibinin değiştiğinin Bakanlığa bildirilmesi gerekmektedir. Bakanlığın tespit ettiği en yüksek ücretten fazla olmaması şartıyla özel müzeler giriş ücreti de alabilmektedir. Özel müze kurulmasıyla ilgili tüm işlemler, “Özel Müzeler ve Denetimleri Hakkında Yönetmelik” çerçevesinde yürütülmektedir.

Kültür Turizmi ve Müzeler

Müzeler sadece kültürel varlıkların depolandığı, korunduğu ve sergilendiği yerler değil, aynı zamanda, toplumun hafızasının da gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlayan önemli kurumlar olarak dikkat çekmektedir (Altunbaş ve Özdemir, 2012). Bu nedenle, kültür turizmi söz konusu olduğunda müzeler ve turizm arasındaki etkileşimin yoğunluğu artmaktadır. Hughes (2002) turizm ve kültür arasındaki ilişkiyi değerlendirdiği çalışmasında, kültür turizminin genel olarak geniş bir yelpazedeki kültürel çekiciliklere yapılan ziyaretleri tanımladığını belirtmektedir. Kültür turizminin önemli bir unsuru olan müzelerin, hem tamamen kültür odaklı turistleri hem de yüzeysel olarak kültürle ilgilenen turistlerin ilgi alanında olduğunu ifade etmektedir.

Kültür turizmine müzelerin katılım biçimi farklılaşmakta, hatta bazen müzeler gereksiz partnerler olarak algılanabilmektedir. Bu durumun önüne geçmek için, müzeler kültürel bir kaynak olarak önyargısız biçimde değerlendirilmeli ve işlevsel hale getirilmelidir. Jolliffe ve Smith (2001) çalışmalarında, müzelerin kültürel miras turizmine katılma yeteneklerini etkileyen faktörleri incelemiştir. Bu faktörler içinde, müzelerin diğerlerinden farklılaşan biçimde olması gerekliliğinin yanı sıra, müzelerin geleneksel rolü, işlevleri, sorumlulukları ve diğer kültürel miras turizmi unsurlarından farklılaşan niteliklere sahip olması yer almaktadır. Bununla birlikte, kültürün turizm gelişimi için bir kaynak olarak görülmesi ve müzelerin turizm içinde kültürün gelişimine etkin katılımına yönelik kaynakların sağlanması da, müze ve turizm ilişkisini etkilemektedir.

Türkiye, antik şehirler, ören yerleri ve müzeleriyle zengin bir kültürel mirasa sahip olan ülkelerden biridir. Bu nedenle ülke genelinde kültür turizmine yönelik talep artarak devam etmektedir (Uygur ve Baykar, 2007). Bu duruma uyumlu bir biçimde müze ve müzelerde bulunan eser sayılarında da genel anlamda bir gelişme söz konusudur. Tablo 1’de 2008-2017 yılları arasında, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müze ve ören yerlerinin sayısı, bu müzelerde bulunan eserlerin sayısı ile müzelere gelen ziyaretçilerin sayısına ve değişim oranlarına ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 1. Yıllara göre Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müze ve ören yerlerine ilişkin veriler (2008-2017)

Yıl	Müze sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı	Müze Sayısında Değişim	Eser Sayısında Değişim	Ziyaretçi Sayısında Değişim
2008	159	2.989.749	22 736 238	-	-	-
2009	183	3.044.197	23 000 957	%15 ↑	%1,8 ↑	%1 ↑
2010	185	3.096.599	25 107 203	%1 ↑	%1,7 ↑	%9 ↑
2011	189	3.149.982	28 459 311	%2 ↑	%1,7 ↑	%13 ↑
2012	188	3.177.446	28 781 308	%0,5 ↓	%0,9 ↑	%1 ↑
2013	187	3.174.867	29 566 691	%0,5 ↓	%0,1 ↓	%2,7 ↑
2014	192	3.217.173	29 799 790	%2,7 ↑	%1,3 ↑	%0,7 ↑
2015	193	3.235.113	28 122 934	%0,5 ↑	%0,6 ↑	%5,6 ↓
2016	193	3.311.359	17 247 440	-	%2,4 ↑	%39 ↓
2017	199	3.306.073	20 509 746	%3,1 ↑	%0,2 ↓	%19 ↑

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Web Sayfası, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086 (Erişim Tarihi: 11.05.2019) verilerinden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzelerin sayısında 2009 yılında önemli bir oranda (%15; n=24 müze) artış gerçekleşmiş, takip eden iki yılda daha düşük oranlarla olmakla birlikte artış devam etmiştir. 2012 ve 2013 yıllarında müze sayılarında birer adet azalma olmuş, sonrasında 2016 yılındaki bir duraklamanın dışında, 2017 yılına kadar sınırlı sayıda da olsa artış devam etmiştir. 2017 yılı itibarıyla toplam 199 müze faaliyet göstermektedir. Bu noktada, bakanlığa bağlı müzelerin genel bakım, düzenleme, yenileme vb. çalışmaları nedeniyle dönemsel olarak kapatılabiliyor olması nedeniyle, müze sayısındaki değişimin sadece yeni müze açılışı ile ilintili olmadığı da göz önünde tutulmalıdır.

Müzelerde bulunan eser sayıları incelendiğinde, 2008 yılından 2017 yılına kadar toplamda 316.324 adet eser artışı olduğu gözlemlenmiştir. 2013 ve 2017 yıllarında yaşanan 0,001’lik bir düşüşün dışında, belirtilen yıllar için değişen artış oranlarına sahip olmakla beraber, 2008-2017 arasında müze eser sayılarının % 10,6 oranında arttığı görülmektedir. Bu noktada, müzelerin sayılarının azaldığı bazı dönemler de dahil olmak üzere eser sayılarının genel olarak artış göstermesi müzecilik faaliyetlerinin gelişimini işaret etmesi açısından önem taşımaktadır.

Ziyaretçi sayılarına bakıldığında, 2009, 2015 ve 2016 yıllarında düşüş yaşandığı, diğer yıllarda ise %1 ile %19 arasında değişen oranlarda artış olduğu görülmüştür. Özellikle 2009 yılında müze sayısındaki önemli bir artışa rağmen ziyaretçi sayısının azalması dikkat çekmektedir. Bu durumun, turizm sektörünün, dış faktörler karşısındaki yüksek hassasiyeti nedeniyle, o dönemde uluslararası ekonomik piyasalarda yaşanan sorunlardan dolayı uluslararası turizm talebinde yaşanan azalmadan kaynaklanabileceği düşünülmektedir. 2016 yılında görülen düşüşte (%39) ise, ulusal politik, siyasal ve ekonomik durumundaki sorun ve değişimlerin turizm faaliyetlerinin üzerindeki etkisinin rolü olduğu düşünülmektedir. Takip eden 2017 yılında ziyaretçi sayısında önemli bir yükseliş (%19) olmasına karşın, ulaşılan sayının 2008 yılı ziyaretçi sayısının altında kalmış olması dikkat çekicidir. Bu durum, turizm hareketlerinin çeşitli sebeplerden kolaylıkla olumsuz olarak etkilenmesi ve kısa sürede keskin düşüşler yaşamasına neden olurken, düzelme ivmesinin aynı derecede hızlı olmadığına bir göstergesi niteliğindedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı’na bağlı müzelerin yanı sıra, özel müzecilik faaliyetlerinin de son yıllarda geliştiği görülmektedir. Tablo 2’de 2012-2017 yılları arasında, özel müzelerin sayısı, bu müzelerde bulunan eserlerin sayısı, müzelere gelen ziyaretçilerin sayısı ve bu ziyaretlerden elde edilen gelirlere ilişkin veriler sunulmaktadır.

Tablo 2. Yıllara göre özel müzelere ilişkin veriler (2008-2017)

Yıl	Müze sayısı	Eser Sayısı	Ziyaretçi Sayısı	Müze Sayısında Değişim	Eser Sayısında Değişim	Ziyaretçi Sayısında Değişim
2008	127	297.695	3 582 695	-	-	-
2009	121	368.384	4 817 020	%5 ↓	%24↑	%34↑
2010	149	285.627	5 531 452	%23 ↑	%22↓	%15↑
2011	150	281.195	6 838 609	%0,7 ↑	%1,5↓	%24↑
2012	159	339.045	7 541 861	%6 ↑	%20,6 ↑	%10 ↑
2013	163	356.789	7 807 146	%2,5 ↑	%5 ↑	%3,5 ↑
2014	200	374.393	8 131 778	%22,7 ↑	%5 ↑	%4 ↑
2015	216	393.602	8 925 132	%8 ↑	%5 ↑	%10 ↑
2016	224	374.250	8 040 090	% 4↑	% 5 ↓	%10 ↓
2017	239	386.842	10 151 930	% 6↑	% 3↑	%26↑

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Web Sayfası, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086 (Erişim Tarihi: 11.05.2019) verilerinden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de görüldüğü üzere 2008 yılında 127 olan özel müze sayısı, 2017 yılında 112 müze artarak 239 müzeye çıkmış ve %88 oranında bir artış yaşanmıştır. Müze sayılarında 2009 yılında yaşanan %5 oranındaki azalma dışında, sürekli bir artış olduğu dikkat çekmektedir. Eser sayılarına bakıldığında 2008 yılında özel müzelerde sergilenen eserlere, 2017 yılına kadar 89 bin 147 adet eser ilave edildiği anlaşılmaktadır. Eser sayılarında inişli çıkışlı bir değişim söz konusu olmakla birlikte, en büyük oranda artışın 2009 (%24) ve 2012 (%20,6) olduğu görülmektedir.

Özel müzelerin ziyaretçi sayıları incelendiğinde ise, tıpkı Kültür ve Turizm Bakanlığı’na Bağlı Müze ve Ören Yerleri verilerinde de belirtildiği üzere 2016 yılında bir düşüş yaşandığı görülmektedir. Diğer yıllardaki müze

sayısı ve eser sayısındaki düşüşe rağmen ziyaretçi sayısının sürekli olarak artışı, özel müzelere olan ilginin giderek arttığının somut bir göstergesi niteliğindedir. Rakamlarla ifade edilecek olursa; özel müze ziyaretçi sayısında son on yılda 6.569.235 kişilik bir artış ile %183 oranında bir yükselme sağlandığı görülmektedir. Bu oran özel müzelerin ziyaretçi çekme konusundaki başarılı gelişimini net olarak göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Bu gelişim, ülke genelinde kültür turizmüne verilen değerin artışını göstermesi açısından da önemlidir. Özel müzelerdeki bu olumlu değişim, aynı zamanda dünya genelinde olduğu üzere, ülkemizdeki müzecilik faaliyetlerindeki rekabetçi ortamın bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir. Günümüzde müzeler sayıları giderek artan boş zaman etkinlikleri ve kültürel çekicilikler karşısında ziyaretçi çekmeye devam edebilmek için rekabet içine girmek durumunda kalmışlardır. Bunun sonucunda da, geleneksel misyonları yerini, ziyaretçileri ve hatta sponsorları da çekmeyi sağlayacak kültürel deneyimler yaratmaya yönelik stratejik uygulamalara bırakmaya başlamıştır (Minghetti, Moretti ve Micelli, 2002).

Özel müzeler üzerine yaptığı çalışmasında Gül ve Gül (2017), özel müzelerin ziyaretçilerinin çoğunluğunun ilk ve ortaokul öğrencisi olduğu bu nedenle ziyaretçi sayılarının artırılması için müze yöneticilerinin bu kitleye hitap edecek objeleri ön plana çıkardıklarını ve okul yönetimiyle iyi ilişkiler geliştirdiklerini belirtmektedir. Özel müzelerdeki erkek ziyaretçilerin silah ve benzeri şeyleri, kadınların ise ev ve el işi ürünleri görmeyi tercih ettiklerini tespit etmiştir.

Ankara Üniversitesi Müze Profesyonelleri Projesi kapsamında 80 kamu ve 30 özel müzede görev yapan müze çalışanları, uzmanlar ve yöneticileri kapsayan ve müzeler ile turizm ilişkisini inceleyen bir araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda, çağdaş müzecilik anlayışı çerçevesinde müzelerde sunulan hizmetlerin iyileştirilmesi amacıyla müze çalışanları için düşünülen eğitimlerin ardından, ortaya çıkması öngörülen ekonomik gelişmeler üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Örnek müze üzerinde yapılan hesaplamalar geceleme sayılarında artış olacağı ve bundan ortaya çıkacak ek gelirin 23 milyon TL'ye kadar çıkabileceğini göstermiştir. Müze profesyonelleri (2016) tarafından hazırlanan ve Kültür ve Turizm Bakanlığına da sunulan "Türk Müzeciliğinde Mevcut Durum Analizi" adlı diğer bir raporda, kamu ve özel müzeler karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Kapsamlı istatistik verilerle yapılan açıklamalarda özel müzelerdeki gelişimin hızına da dikkat çekilmektedir.

Türkiye müzeciliği konusunda yapılan bir araştırmada müze ziyaretçilerinin artırılması için yapılması gerekenler incelenmekte, araştırma sonucunda bilgisayar destekli, interaktif ve sanal müzeciliğin yaygınlaştırılması ve mobil telefon uygulamalarının müzecilikte kullanılmasının faydalı olacağı vurgulanmaktadır. Bunların yanı sıra müzelerde sinema, film ve belgesel gösterimi gibi organizasyonların düzenlenmesi, müzelerde bulunan eserlerin kopyalarının veya sembollerinin hediye eşya şeklinde satılabildiği satış reyonlarının oluşturulması, ziyaretçilerin temel ihtiyaçlarının karşılandığı eğitim salonları, kütüphanelerin olduğu ve farklı aktivitelerin paylaşılabildiği mekanların oluşturulması gerektiği belirtilmektedir. Araştırmada farklı konularda turizm rotalarının oluşturulmasının ve bunların seyahat acentalarının tur programlarına dahil edilmesinin faydalı olacağı da ifade edilmektedir (Kervankıran, 2014).

Zeytinyağı Müzeleri

Son yıllarda geleneksel müzecilik faaliyetlerinin yanı sıra, sürdürülebilir turizm anlayışı kapsamında gelişen ve farklı kültürel unsurlara odaklanan yeni müzeler ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda gelişen müzecilik uygulamalarından birisi de zeytinyağı müzeleridir. Zeytin, antik çağlarda sadece şehir devletlerinin başlıca vergi gelirlerinden biri olması nedeniyle ekonomik bir gelir kaynağı yaratması nedeniyle değil; aynı zamanda dinsel törenlerde tanrı ve tanrıçalara adak olarak verilen, dalları mezarlara hediye olarak bırakılan kutsal bir meyve niteliğinde olması nedeniyle de önem taşımaktadır (Gür, 2017). Dolayısıyla zeytin ve zeytinyağının tarih boyunca sahip olduğu bu kültürel değer, zeytinyağı müzelerine diğer müzelerden daha evrensel bir nitelik kazandırmaktadır.

Zeytinyağı müzeleri; en ilkel işleme tekniklerinin kullanıldığı antik çağlardan, modern teknolojiyle gerçekleştirilen günümüze kadar zeytin ve zeytinyağı üretiminin ve tüketiminin tarihsel gelişimi hakkında bilgi veren, zeytin ve zeytinyağı üretiminde ve tüketiminde kullanılan malzemeler, aletler ve araçlardan oluşan özgün koleksiyonlar ve/veya orijinaline uygun yapılmış kopya eserlerin sergilendiği, işleme tekniklerine, kullanım alanlarına veya tüketim şekillerine ilişkin canlandırmaların sunulduğu müzelerdir.

Zeytinyağı müzeleri; zeytinyağı işletmeleri ve satış mağazaları, turizm işletmeleri, zeytin ve zeytinyağı ile ilgili etkinlikler/ festivaller ile zeytin ve zeytinyağı konulu eğitsel faaliyetler ile birlikte zeytinyağı turizmi arzını oluşturmaktadır (Arıkan Saltık & Çeken, 2017). Zeytinyağı turizmi, zeytin yetiştiriciliğinin ziyaretçilere açık bir şekilde gerçekleştirilmesi veya zeytin ve zeytinyağı ile ilgili yiyecekleri satma, yerinde ziyaret hizmeti sunma ve konaklama imkanı sağlama gibi turizm hizmetleri ile birleştirilerek çeşitli aktivitelerin yapılması suretiyle gerçekleştirilmektedir (Alonso ve Northcote, 2010). Tablo 3'te zeytinyağı turizmi alanında gerçekleştirilmiş ulusal ve uluslararası araştırmalar hakkında kısaca bilgi verilmektedir (Arıkan-Saltık, 2017):

Tablo 3. Zeytinyağı turizmi konusunda yapılan ulusal ve uluslararası araştırmalar

Araştırmacılar (Yıl)	Araştırma Kapsamı
Alonso (2010)	Batı Avustralya'da zeytin yetiştiriciliği, konaklama ve turizm hizmetleri arasındaki bağlantılar ile zeytin işletmecilerinin karşılaştığı zorluklar incelenmiştir.
Alonso & Northcote (2010)	Batı Avustralya'da bir niş pazar olarak zeytinyağı turizminin boyutları değerlendirilmiştir.
Millán ve Agudo (2010)	Cordoba (İspanya) kırsal alanlarında sunulan zeytinyağı turizmi arzı ve buna yönelik talep incelenmiştir.
Millán, Agudo ve Agudo (2010)	İspanya'da kırsal alanlarda kalkınma için tarım alanlarının turizm faaliyetleri ile bütünleştirilmesinin gerekliliği, zeytinyağı turizmi üzerinden değerlendirilmiştir.
Millán, Morales ve Agudo (2010)	Cordoba (İspanya) zeytinyağı turizmine katılan turistlerin profilinin belirlenmesine yönelik analiz yapılmıştır.
Millán, Agudo ve Morales (2011)	İspanya'nın güneyinde, kırsal turizm kapsamında zeytinyağı turizmine yönelik talebin sosyo ekonomik profili ve bu talebi karşılayacak mevcut arzın durumu incelenmiştir.
Ruiz Guerra, Moreno ve López (2011)	İspanya kırsal alanlarında bir turizm çekiciliği ve ekonomik bir çeşitlendirme olarak zeytinyağı turizmi incelenmiştir.
Molina Moreno, Quesada Rubio ve Ruiz Guerra (2011)	İspanya'da zeytinyağı turizmine katılan 15 farklı ülkeden ziyaretçilerin verileri değerlendirilerek, zeytinyağı turizminin etkileri incelenmiştir.
Northcote ve Alonso (2011)	Avustralya'da zeytin çiftliklerinde kırsal turizm kapsamında ürün çeşitlendirmeyi etkileyen faktörler incelenmiştir.
Murgado (2013)	İspanya'da zeytin ürünlerinin gastronomik ürün olarak zeytinyağı turizmi kapsamında pazarlanmasına ilişkin durum değerlendirilmiştir.
Moric (2013)	Kırsal turizm kümelenmelerinde önemli fırsatları belirlemek üzere ikincil veriler değerlendirilmiştir..
De Salvo ve diğerleri (2013)	İspanya ve İtalya'da gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetleri karşılaştırılmıştır.
Manisa ve diğerleri (2013); Yerliyurt ve Manisa (2014)	Ayvacak'ta (Türkiye) zeytin üreticiliğinin kırsal turizm kapsamında hizmet verme potansiyeline ilişkin incelemeler ve değerlendirilmeler yapılmıştır.
Millán, Arjona ve Amador (2014)	Zeytin üreticileri ve kamu yönetimi açısından değerlendirilerek, İspanya'da zeytinyağı turizminin stratejik analizi yapılmıştır.
Millán ve Pérez (2014)	Cordoba (İspanya)'da şarap turizmi ve zeytinyağı turizmine katılan turistlerin özellikleri analiz edilerek, benzerlikler belirlenmiştir.
Žužić (2014)	Istria (Hırvatistan) bölgesinde özel ilgi turizmi kapsamında zeytinyağı turizminin durumu incelenmiştir.
Alonso (2015)	Cordoba (İspanya)'da paydaş teorisi çerçevesinde destinasyonun kültürel çekicilikleri içinde zeytinyağı turizmi değerlendirilmiştir.
Millán, Hidalgo ve Fuentes (2015); Millán, Fuentes ve Hidalgo (2017)	Endülüs bölgesinde zeytincilik alanlarında gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetlerinin, bu alanların korunmasının yanı sıra kırsal ve bölgesel kalkınmaya sağladığı katkı değerlendirilmiştir.
Cañero Morales ve diğerleri (2015)	Endülüs bölgesinde zeytin müzelerini, fabrikaları ve çekim merkezlerini ziyaret eden turistlerin motivasyon ve tatmin düzeyleri üzerinden zeytinyağı turizmine yönelik talep incelenmiştir.
López-Guzmán ve diğerleri (2016)	Endülüs bölgesinde zeytinyağı turizmine katılan turistlerin motivasyon unsurları ve tatmin düzeyleri analiz edilmiştir.
Gülhan (2016)	Birgi'de (Türkiye) eski zeytinyağı işletmelerinin zeytinyağı turizmi kapsamında değerlendirilebilirliği incelenmiştir.
Hernández, Folgado	Caceres'te (İspanya) zeytinyağı turizmi katılımcılarının değerlendirmeleri üzerinden,

Araştırmacılar (Yıl)	Araştırma Kapsamı
ve Campón (2016)	zeytinyağı turizmindeki girişimler ve potansiyel hedeflere ulaşma durumu incelenmiştir.
Agüera, López-Guzmán & Cañero Morales (2017)	Endülüs bölgesinde gerçekleştirilen zeytinyağı turizmi faaliyetlerine katılan turistlerin demografik özellikleri, katıldığı etkinlikler, motivasyonları, değerleri ve tatmin düzeyleri incelenmiştir.
Arıkan Saltık ve Çeken (2017)	Türkiye’de zeytinyağı turizminin potansiyeli değerlendirilerek, etkin bir şekilde uygulanabilmesi için önerilerde bulunulmuştur.

Kaynak: Arıkan-Saltık, I., 2017, “Initiative Activities Of Olive Oil Tourism: A Case From Turkey”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 55, Ekim 2017, S. 134-151. Ss.138-139.

Tabloda sunulduğu üzere, zeytinyağı turizmi ulusal ve uluslararası literatürde oldukça yeni incelenmeye başlanan bir konu niteliğindedir. Çalışmaların genellikle konuyu kırsal turizm kapsamında ele aldığı, araştırma kapsamında zeytinyağı turizminin girişimciler, yerel halk, ziyaretçiler gibi farklı paydaşlar açısından incelendiği görülmektedir. Bu araştırmaların içinde yer almamakla birlikte zeytinyağı müzeciliği konusunda yapılmış sınırlı sayıda ulusal çalışma belirlenmiştir. Bu kapsamda yer alan ve Antik Çağ’da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri konulu çalışmasında Gür (2017), farklı ülkelerdeki zeytinyağı müzelerinin; antik dönemde zeytin ve zeytinyağının kullanımına ilişkin unsurları kendi müze temaları kapsamında hangi düzeyde sunabildikleri incelemiştir. Araştırma sonucunda, incelenen zeytinyağı müzelerinin temel olarak zeytincilikle ilgili etnografik malzemeler ve işleme teknolojisi olmak üzere yalnızca iki temaya odaklandığı belirlenmiştir.

Zeytinin gastronomik değeri nedeniyle zeytinyağı müzeleri kültür turizminin yanı sıra gastronomi turizmi kapsamında da değerlendirilmektedir. Ülkemizdeki zeytinyağı müzelerinden Kuşadası Zeytinyağı Tarihi Müzesi Oleatrium hakkında yapılan kapsamlı çalışmada, zeytinyağı müzesi hakkında ayrıntılı bilgiler verilerek, Türkiye genelinde gastronomi müzelerinin artırılmasının, tanıtımının mobil uygulamalar ile Türkiye çapında yapılmasının faydalı olacağı vurgulanmaktadır (Şahin ve Aydın, 2017).

Durlu-Özkaya, Özkaya ve Tunalioglu (2018), Anadolu’da zeytin ve zeytinyağlı yemekler rotası konulu çalışmalarında, zeytinyağı müzelerinin ve geçmişten günümüze zeytinyağı işliklerinin gösterimine ilişkin müzecilik uygulamalarının gelişiminin zeytinyağı tüketimindeki artışında önemli olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte zeytinyağı tüketimi ile zeytinyağı müzelerinin faaliyetleri arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğunu da söylemek mümkündür. Daha açık bir ifadeyle, bir yandan son yıllarda tüketicilerin doğaya ve doğal ürüne yöneliminin hızlanmasıyla artan zeytinyağı tüketimi, zeytinyağı ve üretimine ilişkin faaliyetleri de içeren zeytinyağı müzeciliği uygulamalarının gelişmesine neden olmakta; diğer yandan zeytinyağı müzeciliğinin gelişimi zeytin ve zeytinyağının kültürel ve gastronomik değerini belirginleştirerek zeytinyağı tüketiminin artmasını desteklemektedir.

Zeytinyağı müzelerinin Dünya genelinde yerleşim yerleri incelendiğinde, zeytin üretiminin yaygın bir şekilde gerçekleştiği Akdeniz havzasında bir kümelenmenin olduğu görülmektedir. Uluslararası Zeytin Konseyi listesinde toplam 37 adet zeytinyağı müzesi yer almaktadır. Bu listedeki zeytinyağı müzeleri; İspanya’da on dokuz, İtalya’da altı, Fransa’da beş, Türkiye’de üç, Yunanistan’da üç, İsrail’de bir adet olmak üzere altı farklı ülkede faaliyet göstermektedir. Ülkemizde 1 Mart 2018 tarihi itibarıyla, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından özel müze statüsü verilen iki adet zeytinyağı müzesi bulunmaktadır. Biri Çanakkale ili, Ayvacık ilçesinde bulunan Adatepe Zeytinyağı Müzesi, diğeri ise Aydın ili, Kuşadası ilçesinde bulunan Oleatrium Zeytin Ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi’dir. Bunların yanı sıra, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü’nden A. Evrensel ile 12 Nisan 2018 yapılan görüşmede Bakanlıktan belgesi olmayan veya belge almak için başvuru aşamasında olan zeytinyağı müzelerinin de bulunduğu, Özel Müze Yönetmeliği’nde bulunan şartları yerine getiremeyenlerin galeri veya sergi alanı olarak faaliyette bulunmalarında bir sakıncanın olmadığı belirtilmiştir.

Türkiye’de zeytinyağı turizmi uygulamaları kapsamında değerlendirildiğinde, zeytin müzelerinin en kısıtlı turizm arzı unsuru olduğu görülmektedir (Arıkan-Saltık, 2017). Dünya genelinde olduğu üzere, Türkiye’de de zeytinyağı turizmine yönelik artış göz önüne alındığında, zeytinyağı turizminin geliştirilmesi için zeytinyağı müzelerine verilen önemin artması gerekmektedir. Bu bağlamda, görece yeni ortaya çıkan genel olarak zeytinyağı turizmi, özel olarak zeytinyağı müzeleri konularında yapılacak çalışmalar, yazında ve uygulamada bu konuyla ilgilenenlere temel oluşturabilecek ve fayda sağlayacaktır. Dolayısıyla mevcut zeytinyağı müzelerinin genel özellikleri, zeytinyağı turizmi arzını oluşturan diğer unsurlarla etkileşimleri ve bünyelerinde doğrudan

satışını gerçekleştirdikleri ürünlerin belirlenmesiyle, zeytinyağı müzelerinin gelişimine yönelik temel bilgiler edinilmesine katkıda bulunulacaktır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren zeytinyağı müzeleri incelenmektedir. Araştırmada, zeytinyağı müzelerinin temel özellikleri, sundukları ürün ve hizmetler, gerçekleştirdikleri ve dahil oldukları etkinliklerin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Böylelikle, bu alanda faaliyet göstermek isteyen veya hali hazırda sürdürdüğü faaliyetleri geliştirme isteğinde olan işletmecilere yol gösterici bulgular sunulması hedeflenmiştir. Çalışmanın aynı zamanda, alan yazında yeni bir kavram olarak karşımıza çıkan genel olarak zeytin turizmi, özel olarak zeytinyağı müzeleri konusunda araştırma yapmak isteyen akademisyenlere de faydalı olacağı öngörülmektedir.

Çalışmada, 20 Ocak – 15 Eylül 2018 tarihleri arasında basılı ve sanal belge taraması yapılarak öncelikle araştırmada incelenecek zeytinyağı müzeleri belirlenmiştir. Belge taraması, araştırmacının, araştırma konusuyla ilgili her türlü görsel, işitsel kayıtları ve araştırma konusuyla özdeşleşen veya ilişkilendirilen belgeleri inceleyerek gerçekleştirilmektedir. Sistematik biçimde veri toplamasına dayanan belge taramasında; öncelikle araştırma amacı doğrultusunda doğru kaynakların bulunması, ardından okunan veya incelenen bu kaynaklardan konuyla ilişkilendirilen hususlarda not alımı ve son olarak alınan bu notların değerlendirilmesi işlemleri yer almaktadır (Karasar, 2011). Yapılan belge taramasının ilk aşamasının sonucunda, araştırma kapsamında, Türkiye’de faaliyet gösteren yedi adet zeytinyağı müzesinin yer aldığı belirlenmiştir.

Araştırmanın evreninin belirlenmesinin ardından, başta belirlenen müzelere ait web sayfaları ve sosyal medya hesapları olmak üzere, bu müzeler hakkında bilgi verilen çeşitli haber, duyuru, etkinlik, tanıtım vb. basılı ve sanal belge taraması sürdürülmüştür. Bu süreçte, Gürbüz ve Şahin (2014: 427) tarafından önerildiği üzere; araştırma konusunda toplanan veriler mümkün olduğunca azaltılarak öz hale getirilmiş, etiketlendirme ve isimlendirmelerle değerlendirme sürecine altyapı oluşturulmuş ve belirli başlıklar altında sınıflandırılmıştır. Araştırma notlarının sınıflandırılması, “zeytinyağı müzelerinin genel özellikleri”, “zeytinyağı müzelerinin diğer zeytinyağı turizmi arzı unsurlarıyla olan ilişki ve etkileşimi” ile “zeytinyağı müzelerinde satılan ürünler” başlıklarına göre yapılmıştır. Araştırma bulguları, sınıflandırmada belirlenen alt başlıklar halinde takip eden bölümde sunulmaktadır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Zeytin Müzeleri Hakkında Genel Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen yedi zeytinyağı müzesi üç farklı bölgede ve altı farklı ilde faaliyet göstermektedir. Zeytinyağı müzelerinin ağırlıklı olarak (N=4) Ege Bölgesi’nde yer aldığı belirlenmiştir. Zeytinyağı müzesine sahip diğer bölgeler ise Marmara Bölgesi (N=2) ve Akdeniz Bölgesi (N=1)’dir. Tablo 4’te Türkiye’deki Zeytinyağı Müzeleri alfabetik olarak listelenmekte ve konumlarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

Tablo 4. Türkiye’deki zeytinyağı müzeleri

Zeytinyağı Müzesi (Baş Harfleri)	Bulunduğu İlçe / İl	Bölge
1. Adatepe Zeytinyağı Müzesi (AZM)	Ayvacık / Çanakkale	Ege
2. Altınözü Tokaçlı Zeytin Müzesi (ATZM)	Altınözü / Hatay	Akdeniz
3. Ayvalık Zeytin Galerisi (AZG)	Ayvalık / Balıkesir	Marmara
4. Egea Zeytin Müzesi (EZM)	Akhisar / Manisa	Ege
5. Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Galerisi (EEZG)	Edremit / Balıkesir	Marmara
6. Köstem Zeytinyağı Müzesi (KZM)	Urla / İzmir	Ege
7. Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi (OZZM)	Kuşadası / Aydın	Ege

Açılış tarihleri açısından incelendiklerinde, ilk zeytinyağı müzesinin 2001 yılında açılan Adatepe Zeytinyağı Müzesi olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte takip eden on yıl içinde sadece 2005 yılında Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Galerisi açılmıştır. Ardından, 2011 yılında Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi, 2012 yılında Ayvalık Zeytin Galerisi ve 2013 yılında Egea Zeytin Müzesi olmak üzere üç zeytinyağı müzesi faaliyete geçmiştir. Son olarak, birisi Altınözü Belediyesi’ne ait, diğeri ise özel teşebbüsle kurulan Köstem Zeytinyağı Müzesi olmak üzere 2017 yılında iki zeytinyağı müzesi daha açılmıştır. Türkiye’deki Zeytinyağı Müzeleri hakkındaki genel bilgiler Tablo 5’te sunulmaktadır.

Tablo 5. Türkiye’deki zeytinyağı müzelerinin genel bilgileri

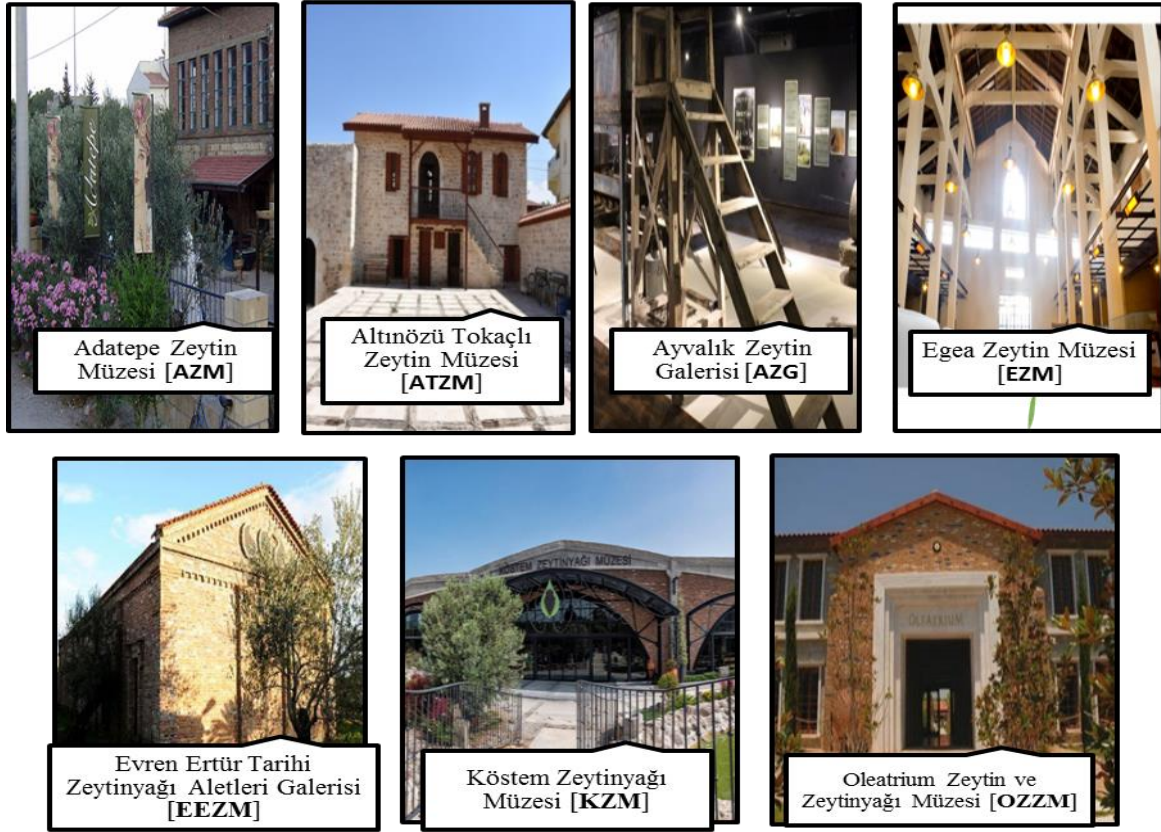
Müze Adı	Açılış Tarihi	Statü	Belge	Giriş Ücreti	Bina özelliği
1. AZM	2001	Özel	KTB-ÖM* UZK-ZML**	Yok	Tarihi sabunhane binası restore edilmiştir.
2. ATZM	2017	Belediye	-	Yok	300 yıllık zeytinyağı sıkma atölyesi restore edilmiştir.
3. AZG	2012	Belediye	-	Yok	Ayvalık Vakıflar Zeytinyağı fabrikası restore edilmiştir.
4. EZM	2013	Özel	UZK-ZML**	Yok	Tarihi Kasaphane binası restore edilmiştir.
5. EEZG	2005	Özel	-	Yok	Duvarları, yıkılan 100 yıllık bina tuğlalarından inşa edilmiştir.
6. KZM	2017	Özel	UZK-ZML**	Var	Eski bir fabrika müzeye dönüştürülmüştür.
7. OZZM	2011	Özel	KTB-ÖM*	Var	Yerel ve orijinal çıkma/söküm ürünler (harman tuğla-taş-ahşap) kullanılmıştır.

*KTB-ÖM: Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Özel Müze statüsüne sahiptir.

** UZK - ZML: Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri listesindedir.

Zeytinyağı müzelerinin beş tanesi girişimciler tarafından özel teşebbüs olarak işletilmekte; iki tanesi ise yerel yönetimler bünyesinde, “Belediye Müzesi” olarak faaliyet göstermektedir. Zeytinyağı müzeleri içinde sadece iki tanesi Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen Özel Müze statüsüne sahiptir. Bir tanesi Özel Müze statüsünde olmak üzere toplam üç müze, Uluslararası Zeytin Konseyi tarafından hazırlanan zeytinyağı müzeleri içinde yer almaktadır. Belediye müzelerinde herhangi bir belgelendirme ifadesine rastlanılmamıştır. Müzelerde ağırlıklı olarak giriş ücreti alınmamaktadır. Bununla birlikte bir tanesi özel müze statüsünde olan, bir tanesi ise Uluslararası Zeytin Konseyi listesinde yer alan olmak üzere iki müze girişi ücretlidir. Özel müze statüsünde olan müzeye, Müze Kart ile giriş imkanı bulunmaktadır.

Zeytinyağı müzelerine ev sahipliği yapan binalar incelendiğinde, tamamının otantik bir niteliğe sahip olduğu görülmüştür. Müzelerden dört tanesi restore edilmiş tarihi binalara sahiptir. İki tanesinin binaları ise yeni yapılmakla birlikte, yerel ve özgün devşirme malzeme kullanılarak inşa edildikleri anlaşılmıştır. Bir tanesinin binası ise, eski bir fabrikanın onarılıp müzeye dönüştürülmesiyle hazırlanmıştır. Fotoğraf 1’de araştırma kapsamında incelenen zeytinyağı müzelerinin binalarından birer görüntü sunulmaktadır.



Fotoğraf 1. Zeytinyağı Müzeleri Binalarından Görüntüler

Kaynaklar:

AZM: Adapepe, Adapepe Zeytinyağı Müzesi, <https://www.adapepe.com> (Erişim Tarihi: 21.01.2018);

ATZM: T.C. Altınözü Belediyesi, Tokaçlı Zeytin Müzesi, <http://www.altinozu.bel.tr/icerik/115/136/tokaccli-zeytin-muzesi.aspx>. (Erişim Tarihi: 20.02.2018);

AZG: T.C. Ayvalık Belediyesi, Tarihsel Zeytin Galerisi, <http://www.ayvalik.bel.tr/ayvalik-belediyesi-merkezlerimiz/muze-ve-galerilerimiz/ayvalik-tarihsel-zeytin-galerisi.html> (Erişim Tarihi: 10.04.2018);

EZM: Egea, Müze, <https://www.egea.com.tr/index.php?do=dynamic/view&pid=7> (Erişim Tarihi:21.01.2018);

EEZM: Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi Dıştan Görünüşü, <http://www.zeytinportali.com/gallery/5/edremit-evren-ertur-tarihi-zeytinyagi-aletleri-muzesi.aspx>. (Erişim Tarihi: 13.04.2018)

KZM: Köstem Zeytinyağı Müzesi [http://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda#!prettyPhoto\[g1\]/16/](http://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda#!prettyPhoto[g1]/16/) (Erişim Tarihi:12.09.2018).

OZZM: Oleatrium Müzesi (Dış Görünüşü) <http://www.oleatrium.com/tr/ziyaret-bilgileri>. (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

Zeytinyağı Müzeleri ve Zeytinyağı Turizmi Arzı Unsurlarına İlişkin Bulgular

Zeytinyağı turizmi arzını oluşturan beş temel unsurdan biri olan zeytinyağı müzelerinin, diğer unsurlarla olan ilişki ve etkileşimini ortaya çıkarmak üzere, zeytin müzelerinin web sayfalarında yer alan bilgiler analiz edilmiştir. Bu kapsamda, zeytinyağı müzeleri ile birlikte faaliyet gösteren diğer zeytinyağı turizmi arzı unsurlarının varlığı araştırılmıştır. Aşağıda Tablo 6'da zeytinyağı müzeleri ve zeytinyağı turizmi arzını oluşturan unsurlara ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 6. Zeytinyağı müzeleri ve zeytinyağı turizmi arzı unsurlarına ilişkin bulgular

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

Tablo 6’da görüldüğü üzere, belediyeler tarafında işletilmekte olan müzeler dışındaki tüm müzelerde zeytin ve zeytinyağı işletmesi ile burada üretilen çeşitli ürünlerin yer aldığı satış mağazaları bulunmaktadır. Zeytinyağı müzelerinin turizm işletmeleri ile entegrasyonu incelendiğinde, zeytinyağı müzelerinde en fazla yiyecek ve içecek işletmelerinin bulunduğu, bunu sırasıyla konaklama ve seyahat işletmelerinin izlediği görülmüştür. Etkinlikler açısından zeytinyağı müzelerinin durumları değerlendirildiğinde, tüm müzelerin festivallere katıldığı belirlenmiştir. Bazıları festival bünyesinde olmakla birlikte, zeytinyağı müzelerinde konser ve dinletilerin düzenlendiği, ayrıca zeytin hasadı etkinliklerine ve çeşitli fuar ve tanıtım organizasyonlarına da yaygın bir şekilde katılımın olduğu görülmüştür. Zeytinyağı turizmi arzını oluşturan bir diğer unsur olarak ifade edilen eğitsel faaliyetlere bakıldığında ise müzelerin yarısından fazlasının çocuklara ve yetişkinlere yönelik çeşitli eğitimlere ev sahipliği yaptığı, bunun yanında çeşitli çalıştay, konferans vb. bilimsel etkinliklere katılımının tüm müzeler tarafından sağlandığı belirlenmiştir.

Zeytinyağı Müzeleri Satış Mağazalarında Satılan Ürünlere İlişkin Bulgular

Özel girişim ile açılmış olan beş zeytinyağı müzesinin de bünyesinde satış mağazası bulunmaktadır. Bu mağazaların tamamında işletme tarafından üretimi gerçekleştirilen zeytin ve zeytinyağı ürünlerinin satıldığı görülmüştür. Ayrıca, hammadde zeytinyağı olan çeşitli doğal sabunların da tüm mağazalarda satıldığı, yarısından fazlasında ise kozmetik ürünlerin satışının da yapıldığı belirlenmiştir. Tablo 7’de zeytinyağı müzeleri satış mağazalarında satılan ürünlere ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 7. Zeytinyağı müzeleri satış mağazalarında satılan ürünler

	Zeytin & Zeytinyağı	Sabun	Kozmetik	Yöresel Ürünleri	Gıda	Dekoratif Ürünler
1. AZM	√	√	√	√		√
2. ATZM	-	-	-	-		-
3. AZG	-	-	-	-		-
4. EZM	√	√	√	√		-
5. EEZG	√	√	√	√		√
6. KZM	√	√	-	-		-
7. OZZM	√	√	-	√		-

Tablo 7’de görüldüğü üzere, doğrudan zeytin veya zeytinyağı ile üretimi yapılmayan farklı gıda ürünlerinin de yaygın bir şekilde satışının yapıldığı görülmüştür. Bu gıdaların ortak özelliği yöresel ve doğal ürünler olmalarıdır. Bu ürünlerin içinde baharatlar, otlar, çaylar, bal, reçeller, tahıllar vb. yer almaktadır. Gıda ürünlerinin yanı sıra, ev ve mutfak aksesuarları, hediyelik eşyalar gibi çeşitli dekoratif ürünlerin de satışının yapıldığı belirlenmiştir. Ancak dekoratif ürünlerin satışı gıda ürünleri kadar yaygın değildir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, Türkiye’de faaliyet gösteren zeytinyağı müzeleri incelenmiştir. Belge taraması yöntemiyle gerçekleştirilen araştırma sonucunda, zeytinyağı müzelerinin temel özellikleri, sundukları ürün ve hizmetler, gerçekleştirdikleri ve dahil oldukları etkinlikler sınıflandırılarak değerlendirilmektedir. Zeytinyağı müzelerinin yerleşimine bakıldığında, Ege kıyılarında bir kümelenmenin olduğu görülmüştür. Zeytinyağı müzelerinin konumlarının, ülke genelinde zeytin üretim alanlarını dağılımı ile uyum gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte zeytin üretiminin yaygın bir şekilde yapıldığı Akdeniz Bölgesi’nde özellikle sahil şeridinde bu kapsamda bir müzenin yer almamasının nedeninin, bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin henüz odak noktasının kitle turizminden sürdürülebilir turizm anlayışına doğru geçmemesi olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda Güney Ege ve Batı Akdeniz bölgelerinde de zeytinyağı müzeleri açılarak, zeytinyağı turizmi faaliyetlerine öncülük edilmesi önerilmektedir.

Faaliyet süreleri açısından incelendiğinde zeytinyağı müzelerinin en eskisinin 17 yıldır faaliyette bulunmasına karşın, son 10 yıl içinde zeytinyağı müzeciliğine yönelimin olduğu görülmektedir. Bu durum, dünya genelinde zeytinyağı turizminin gelişimine uyum göstermesi açısından önemlidir. Bununla birlikte müzecilik faaliyetlerinin ulusal veya uluslararası anlamda akreditasyonunun ve tanıtımının sınırlı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, turizmde yeni bir eğilim olan zeytinyağı turizminde, ülkemizin sahip olduğu potansiyelin en etkin biçimde değerlendirilmesini sağlayacak yönetsel oluşumların faydalı olacağı düşünülmektedir. Merkezi bir yönetsel organ aracılığıyla, zeytinyağı müzeleri için ölçütler belirlenerek, kalite standartlarının yükselmesi sağlanabilir. Bu noktada ölçütler belirlenirken, müzelerin özgünlüklerini sınırlandırılmaması konusunda özel önem gösterilmelidir. Bu kapsamda, ülke genelinde bulunan çok sayıda eski zeytin işliğinin restore edilerek zeytinyağı müzelerine entegrasyonu ile özgünlükleri desteklenebilir.

Zeytinyağı müzelerine, belirlenen standartlarının karşılanma durumuna veya sunulan hizmetlerin niteliğine göre; örneğin zeytin dalında bir, iki, üç zeytin ve/veya zeytin yaprağı ile simgelendirecek, özel bir belgelendirme yapılabilir. Böylelikle ziyaretçiler açısından hizmet ve ürün kalitesine yönelik bir farkındalık, müzeler açısından ayırt edicilik ve rekabet gücü sağlanabilir. Bu noktada göz önüne alınması gereken bir diğer husus, zeytinyağı müzelerinin genel olarak özel girişimler olmasıdır. Dolayısıyla, bu alana yönelik girişimciliği teşvik edecek veya destekleyecek hibe programlarının oluşturulması, zeytinyağı müzesi girişimlerinin ve etkinliklerinin artmasında anlamlı bir araç olabilecektir. Yerel yönetimlere ait müzelerde de deneyimsel unsurları (görme, tatma, dokunma vb.) arttıracak şekilde ürün satışı önerilmektedir. Burada, yöre zeytincilerinin dahil olduğu birliklere ait satış mağazaları açılabilceği gibi, yerel halkın doğrudan satışını sağlayacak stantlar açılması da söz konusu olabilir.

Zeytinyağı müzelerinin genel olarak yiyecek içecek işletmelerine sahip olduğu görülmüştür. Bu durum, zeytinyağı müzelerinin gastronomi müzesi niteliğini taşıdığını da işaret etmektedir. Bu kapsamda, zeytinyağı müzeleri zeytin kırma, zeytinyağı yemeklerin hazırlanması, sunumu vb. etkinliklerle hizmet yelpazelerini geliştirebilecektir. Ayrıca, zeytinyağı müzeleri ile konaklama ve seyahat işletmeleri arasındaki işbirliğinin artırılması önerilmektedir. Avrupa’da, özellikle İspanya ve Fransa’da bulunduğu üzere zeytin rotaları oluşturularak, zeytinyağı müzelerini ve bu konseptte uygun konaklama işletmelerini kapsayan paket veya özel tur biçiminde ürün ve hizmetler geliştirilmesi; zeytinyağı müzelerinin yerli ziyaretçilerin yanı sıra uluslararası ziyaretçiler tarafından da ziyaret edilmesini sağlayarak, zeytinyağı müzelerine rekabet gücü kazandıracaktır.

Gelecek araştırmalarda, görüşme ve yerinde gözlem tekniklerinden de yararlanılarak çoklu olay incelemesi yönteminin uygulanması önerilmektedir. Böylelikle zeytinyağı müzeleri konusunda yapılan ilk çalışmalardan olan bu araştırmada edinilen temel bulguların geliştirilmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

Adatepe. Adatepe Zeytinyağı Müzesi. <https://www.adatepe.com> (Erişim Tarihi: 21.01.2018)

Alonso, A.D. ve Northcote, J. (2010). The Development of Olive Tourism in Western Australia. *International Journal of Tourism Research*, 12, 696–708.

Altunbaş, A. ve Özdemir, Ç. (2012). *Çağdaş Müzecilik Anlayışı ve Ülkemizde Müzeler*, Ankara. <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/4655,makale.pdf?0>. (Erişim Tarihi:21.01.2018)

- Arıkan-Saltık, I. (2017). Initiative Activities Of Olive Oil Tourism: A Case From Turkey. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (55), Ekim 2017, 134-151.
- Arıkan-Saltık, I. ve Çeken, H. (2017). Agroturizmde Yeni Eğilimler: Zeytinyağı Turizmi. *Journal of Life Economics*, 4 (4), Ekim 2017, 89-102.
- Demir, Z. (2013). Halk Bilimi Müzeciliğinde Deneysel Yaklaşımlar: Yaşayan Müze. *Turkish Studies - International Periodical for The Languages, Literature and History Of Turkish Or Turkic*, Volume 8/9 Summer 2013, 1111-1125.
- Durlu-Özkaya, F., Özkaya, M.T. ve Tunalıoğlu, R. (2018). Anadolu'da Zeytin ve Zeytinyağı Yemekler Rotası, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/Special issue3 (2018) 263-274.
- Edremit Evren Ertür Tarihi Zeytinyağı Aletleri Müzesi, Dıştan Görünüşü, <http://www.zeytinportali.com/gallery/5/edremit-evren-ertur-tarihi-zeytinyagi-aletleri-muzesi.aspx>. (Erişim Tarihi: 13.04.2018)
- Egea, Müze, <https://www.egea.com.tr/index.php?do=dynamic/view&pid=7> (Erişim Tarihi: 21.01.2018)
- Evrensel, A. Kültür ve Turizm Bakanlığı Müzecilik İşleri Şube Müdürü, Kişisel İletişim, 12.04.2018.
- Gül, M. ve Gül, K. (2017). Özel Müzelerin Kültür Turizmi Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi: Balıkesir Örneği, *Türk Turizm Araştırmacıları Dergisi*, 1(4): 52-65.
- Gür, B. (2017). Antik Çağ'da Zeytinyağı ve Günümüzde Zeytinyağı Müzeleri. *Journal of History Studies*, 9 (2) A Tribute to Prod. Dr. Ali BİRİNCİ, June, 2017, 139-155.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hughes., H.L. (2002). Culture and Tourism: A Framework for Further Analysis, *Managing Leisure*, 7:3, 164-175.
- International Olive Council (Uluslararası Zeytin Konseyi) Web Sayfası, <http://www.internationaloliveoil.org> (Erişim Tarihi:10.04.2018)
- Jolliffe, L. ve Smith, R. (2001). Heritage, Tourism and Museums: The Case of the North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada. *International Journal of Heritage Studies*, (7)2, 149-172.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kervankıran, I. (2014). Dünyada Değişen Müze Algısı Ekseninde Türkiye'deki Müze Turizmine Bakış, *Turkish Studies - International Periodical for The Languages, Literature and History Of Turkish Or Turkic* Volume 9/11 Fall 2014, 345-369.
- Köstem Zeytinyağı Müzesi Web Sayfası, <http://kzmurla.com/> (Erişim Tarihi:12.09.2018)
- Köstem Zeytinyağı Müzesi, Müze Hakkında [http://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda#!prettyPhoto\[g1\]/16/](http://kzmurla.com/muze-kompleksi/muze-hakkinda#!prettyPhoto[g1]/16/) (Erişim Tarihi:12.09.2018).
- Midas Naturel Sızma Zeytinyağı, Evren Ertür Zeytinyağı Galerisi, <http://www.sabiertur.com.tr> (Erişim Tarihi:10.04.2018)
- Milletlerarası Müzeler Konseyi Türkiye Milli Komitesi Web Sayfası. <http://icomturkey.org/tr/icoma-g%C3%B6re-m%C3%BCzenin-tan%C4%B1m%C4%B1> (Erişim Tarihi: 20.01.2018)
- Minghetti, V., Moretti, A. ve Micelli, S. (2002). Reengineering The Museum's Role in The Tourism Value Chain: Towards An It Business Model. *Information Technology & Tourism*, Vol. 4, 131-143.
- Müze Profesyonelleri Web Sayfası, Proje Hakkında <http://cagdasmuzebilim.ankara.edu.tr/proje-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 10.04.2018)
- Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Tarihi Müzesi, <http://www.oleatrium.com> (Erişim Tarihi: 20.01.2018)
- Oleatrium Müzesi (Dış Görünüşü) <http://www.oleatrium.com/tr/ziyaret-bilgileri>. (Erişim Tarihi: 13.03.2018)

- Resmi Gazete, 24.11.2006, Resmî Gazete Sayısı: 26356, Özel Müzeler Ve Denetimleri Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2006/11/20061124-7.htm>. (Erişim Tarihi: 21.01.2018)
- Resmi Gazete, 13.03.2012 Resmi Gazete Sayısı: 28232, Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlıklarının Ve Sitlerin Tespit Ve Tescili Hakkında Yönetmelik, <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.15958&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=> (Erişim Tarihi: 21.01.2018)
- Şahin, Ö. ve 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 (2017) 180-199.
- T.C. Altınözü Belediyesi, Tokaçlı Zeytin Müzesi, <http://www.altinozu.bel.tr/icerik/115/136/tokacli-zeytin-muzesi.aspx>. (Erişim Tarihi: 20.02.2018)
- T.C. Ayvalık Belediyesi, Tarihsel Zeytin Galerisi, <http://www.ayvalik.bel.tr/ayvalik-belediyesi-merkezlerimiz/mueze-ve-galerilerimiz/ayvalik-tarihsel-zeytin-galerisi.html> (Erişim Tarihi: 10.04.2018)
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, Web Sayfası, Özel Müzeler, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,135633/ozel-muzeler.html> (Erişim tarihi: 20.01.2018).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Teftiş Kurulu Başkanlığı Web Sayfası. Özel Müzeler ve Denetimleri Hakkında Yönetmelik <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR,14444/ozel-muzeler-ve-denetimleri-hakkinda-yonetmelik.html> (Erişim Tarihi:21.01.2018).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, e-Kitap Web Sayfası. <http://ekitap.kulturturizm.gov.tr/TR,80160/muze-cesitleri.html> (Erişim Tarihi: 21.01.2018).
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Web Sayfası, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1086 (Erişim Tarihi: 21.01.2018).
- Uygur, S. ve Baykar, E. (2007). Kültür Turizmi Ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkiler, *Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2007 Sayı: 2,1-20.