

# GASTRONOMİK ZEYTİNYAĞI ROTASININ BALIKESİR İLİNDE UYGULANABİLİRLİĞİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA

Tuğçe DEMİREL<sup>1</sup>, Burçak MUHACİR<sup>2</sup>, Şeyma Nur GÜNEŞ<sup>3</sup>, Tolga AKCAN<sup>4</sup>

## ÖZET

Türkiye’de zeytin ve zeytinyağına yönelik resmi bir rota çalışması yoktur. Balıkesir ilinin sahip olduğu zeytin üretim potansiyeli ve bölgeye ait tescilli ürünlerin olması zeytinyağı rotasının oluşturularak zeytinyağı turizminin yapılabileceğinin göstergesidir. Bu çalışmada Balıkesir’in önde gelen üretim kaynaklarından birisi olan zeytin ve zeytinyağına ilişkin bir gastronomi rotasının oluşturulması ve bu uygulamanın ulusal ve uluslararası düzeyde sağlayacağı katkıların incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada “butik” kavramının literatürdeki tanımlamaları dikkate alınarak üç adet kriter oluşturulmuştur. Bu kriterler ışığında www.bulurum.com isimli internet sitesinin arama menüsüne “Balıkesir”, “Zeytincilik”, “Zeytinyağı” ve “Zeytin Ürünleri” kelimelerinin yazılması sonucunda listelenen 136 işletmenin internet sayfaları ve “Hakkında” bölümü incelenmiştir. Buna ek olarak Butik Zeytin, Zeytinyağı Üreticileri Derneği’nin kurmuş olduğu www.tevoo.org isimli internet sitesinde de derneğe üye olan, Balıkesir ilinde bulunan zeytinyağı işletmeleri incelemeye alınmıştır. İncelemeye alınan işletmelerin internet sayfalarındaki bilgilerin kriterlere uygunluğu kontrol edilmiş, kriterlerin tümüne uyan işletmeler oluşturulması önerilen Balıkesir Zeytinyağı Rotası listesine dahil edilmiştir. Bu kapsamda Balıkesir’de butik üretim yapan zeytin işletmeleri içerik analizi yöntemiyle incelenerek zeytinyağı rotası için uygunluğu elde edilen bulguların ışığında tartışılmıştır. Böylelikle kaliteli zeytinyağı üretim merkezlerinin belirlenmesi ve oluşturulan rotanın turistler için ilgi çekici olması gerekliliği ele alınmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Zeytinyağı, Oleo Turizm, Balıkesir, Coğrafi İşaret

<sup>1</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi Mutfak Sanatları Anabilim Dalı., E-posta: tugce.demirel@ogr.deu.edu.tr

<sup>2</sup> Araş. Gör., İstanbul Galata Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Gastronomi Mutfak Sanatları Bölümü, E-posta: burcak.muhacir@galata.edu.tr

<sup>3</sup>Yüksek Lisans Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, E-posta: seymanur.gunes@ogr.deu.edu.tr

<sup>4</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Efes Meslek Yüksekokulu Gıda Teknolojisi Programı, E- posta: tolga.akcan@deu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Gastronomi rotaları; belirli bir coğrafi bölgede turist rehberleri eşliğinde yapılan, belirli bir yiyecek veya ürün etrafında düzenlenen, çeşitli etkinlik ve gastronomik faaliyetleri içeren, bilgi verici ve ekonomik kalkınmayı teşvik eden cazibe merkezleridir (Gheorghe, Tudorache ve Nistoreanu, 2014). Genellikle bir bölgenin kültürünü ve kimliğini temsil eden gastronomi rotaları, bir ürün veya ürün grubu etrafında düzenlenir ve yerel üretici, restoran ve tarım ticareti yapan şirketleri içerisinde barındırmaktadır (Murgado, 2013).

Günümüzde tüketicilerin pasif rol üstlendiği ve arz çeşitliliğinin az olduğu kitle turizmi, yerini satın alma ve tüketim sürecinde tüketicilerin aktif rol aldığı, kalite arayışına dayanan ve tüketiciye daha fazla fayda sağlayan özel ilgi turizmine bırakmıştır (Murgado, 2013). Bunun en belirgin sebebi özel ilgi turizminin, turistlerin kişisel motivasyonlarını gerçekleştirmesine daha çok olanak sağlamasıdır (Akıncı ve Kasalak, 2016).

Gastronomi rotaları, gastronominin tüketiciler için çekici unsur sağlaması, değerli bileşenler oluşturması, kültürel ürünlerin geleneksel öncülüğünü yapması, mimari, sanat, müzeler ve etkinlikler gibi kültürü yansıtan öğelere sahiptir (Uyar ve Zengin, 2015). Bu durum özel ilgi turistleri için günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Bu nedenle hem değişen tüketici taleplerini karşılayabilmek adına hem de turizm çeşitliliğini arttırabilmek adına yeni gastronomi rotalarının oluşturulması gereklidir.

Literatürde “oleo turizm” olarak geçen zeytinyağı turizmi, özel ilgi turistleri için her geçen gün ilginin daha da arttığı ve zeytinyağıyla ilgili her türlü bilginin ayrıntılı olarak verildiği bir turizm çeşididir. Bu nedenle gastronomik zeytinyağı rotalarının oluşturulması hem ulusal hem de uluslararası anlamda önem kazanmıştır.

Bu çalışmada Balıkesir’in önde gelen üretim kaynaklarından birisi olan zeytin ve zeytinyağına ilişkin bir gastronomi rotasının oluşturulması ve bu uygulamanın ulusal ve uluslararası düzeyde sağlayacağı katkıların incelenmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Balıkesir’de butik üretim yapan zeytin işletmeleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve gastronomik zeytinyağı rotası için uygunluğu tartışılmıştır. Böylelikle kaliteli zeytinyağı üretim merkezlerinin belirlenerek “oleo turizm” noktalarının yaratılması amaçlanmıştır. Ayrıca oluşturulan rotanın turistler için ilgi çekici olması amacıyla tadım etkinlikleri, eğitimler, zeytin ve zeytinyağıyla ilgili ürünlerin satışı, üretim merkezlerini yerinde ziyaret, konaklama imkânı gibi unsurların yer almasının gerekliliği ele alınmıştır.

## 2. LİTERATÜR (KAVRAMSAL / KURAMSAL ÇERÇEVE)

Son dönemlerde alternatif turizm kaynağı olarak ilgi çeken zeytinyağı turizmi, içeriğinde sağlık, güzellik, dinlenme, kültür vb. gibi öğeleri barındırmakta ve tadım, konaklama, rehber eşliğinde yapılan çeşitli turlar gibi bir takım etkinlikleri içermektedir (Millán, Arjona ve Amador, 2014). Gastronomik, doğal

ve kültürel unsurları içerisinde barındıran ve bir agro-turizm çeşidini ifade eden zeytinyağı turizmi, Unesco tarafından 2010 yılında “İnsanlığın Somut Olmayan Mirası” olarak ilan edilmiştir (Arıkan Saltık ve Çeken, 2017).

Türkiye’de zeytin ve zeytinyağına yönelik resmi bir rota veya bununla ilgili çalışma bulunmamaktadır. Fakat uluslararası alanda Avrupa Birliği Kültürel Rotalar Programı’nda “Zeytin Ağacı Rotası” adı verilen, Yunanistan ve İsrail’de oluşturulmuş toplam 2 adet zeytin ağacı rotası bulunmaktadır. Bunun yanı sıra “Zeytin Ağacı Rotası” çeşitli Avrupa ülkelerinde devam etmekte, bünyesinde 36 adet müze bulundurmaktadır. Bu müzelerin üçü Türkiye’de Çanakkale, Manisa ve İzmir illerinde yer almaktadır (“International Olive Council”, t.y.).

Ulusal ve uluslararası düzeyde zeytinyağı turizminin gelişimi için çeşitli paydaşların koordineli bir şekilde hareket etmesi önemlidir. Arıkan Saltık ve Çeken (2017), zeytinyağı turizminin gelişimine katkı sağlayacak paydaşları; bakanlıklar, turizm işletmeleri, zeytin üreticileri, eğitim kurumları, yerel halk, yerel yönetimler olarak belirtmiştir.

Zeytin ve zeytinyağı üretiminde Türkiye’deki en güçlü potansiyele sahip illerinden birisi olan Balıkesir’de valiliğin resmî sitesinde yer alan verilere göre (“T.C. Balıkesir Valiliği”, t.y.); 81 bin 291 hektar alanda 11 milyona yakın zeytin ağacı bulunmaktadır. Bu alanda yıllık yaklaşık 125 bin ton zeytin üretimi gerçekleşmektedir. Dünya zeytinyağı üretiminde 4. sırada olan Türkiye’nin yaklaşık %17,2’lik zeytinyağı üretimi Balıkesir tarafından karşılanmaktadır. Bu payın %20’si sofralık zeytin, %80’i de zeytinyağı üretimi için kullanılmaktadır (“T.C. Balıkesir Valiliği”, t.y.) Ayrıca Balıkesir’e ait üç adet coğrafi işaretli zeytinyağı (Edremit zeytinyağı, Ayvalık zeytinyağı, Burhaniye zeytinyağı) ve bir adet zeytin (Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini) bulunmaktadır (“Türk Patent ve Marka Kurumu”, t.y.). Coğrafi işaretler; ürünün kültürel tarihi, kalitesi hakkında bilgi verirken, öte yandan bu işarete sahip olan bölgeyle ilgili merak uyandırarak turizm hareketliliğine de katkı sağlamaktadır. Bu nedenle coğrafi işaret sertifikasının bulunması kalite kriteri ile ilişkilendirildiği için tüketici açısından motivasyon unsurudur (Büyük ve Can, 2020).

Arıkan Saltık ve Çeken (2017), zeytinyağı turizmi arzını oluşturan unsurları; eğitimler/çalıştaylar, zeytinyağı işletmeleri/satış mağazaları, zeytinyağı müzeleri, turizm işletmeleri, festivaller/etkinlikler olarak bildirmiştir. Balıkesir ilinin sahip olduğu zeytin üretim potansiyeli ve bölgeye ait tescilli ürünlerin olması göz önüne alındığında bölgede bir zeytinyağı rotasının oluşturularak zeytinyağı turizminin yapılabileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda çalışmada, özel ilgi turistleri için cezbedici bir motivasyon unsuru olarak bir zeytinyağı rotasının oluşturulabilmesine yönelik Balıkesir’deki zeytin işletmeleri incelenmiş ve zeytinyağı turizminin gerektirdiği faaliyetlerin yapılabilmesine ilişkin özellikleri ele alınmıştır.

### 3. YÖNTEM

Can (2014), klasik üretimde pazar araştırmaları doğrultusunda müşteri istek ve ihtiyaçlarının belirlenip bu doğrultuda üretimin gerçekteştiğini, butik üretimde ise ürünün özelliklerinin her bir müşteri tarafından ayrı ayrı belirlenip üretimin tamamen müşteri istekleri doğrultusunda şekillendiğini belirtmiştir. Demir (2008) ise butik ürünlerin özelliklerini; yoğun el işçiliği barındıran, içeriğinde genellikle el yapımı malzeme kullanılan, tat ve görünüş olarak farklı ve piyasa standartlarının üzerinde fiyata satılabilen ürünler olarak bildirmiştir.

Yapılan tanımlar dikkate alınarak özel ilgi turistlerinin taleplerine yönelik uç butik üretim kriteri belirlenmiştir. Buna göre butik işletmelerin sahip olduğu kriterler řu şekildedir:

- Gastronomi Deneyimleri Sunması (üretimi inceleme, hasadı görebilme, zeytinyağı hakkında bilgilendirme veya tadımı vb.)
- Farklı Ürün Alternatifleri (kozmetik, kahvaltılık, bitkisel çay)
- Zengin Ürün İçeriği (ulusal/uluslararası zeytinyağı kalite ödülleri)

Bu kriterler, Balıkesir yöresine ait bir zeytinyağı rotası oluşturulması kapsamında Balıkesir ilinde üretim yapan “butik zeytinyağı işletmelerini” belirlemek için kullanılmıştır. Bulurum.com isimli internet sitesinin arama menüsüne “Balıkesir”, “Zeytincilik”, “Zeytinyağı” ve “Zeytin Ürünleri” kelimelerinin yazılması sonucunda listelenen 136 işletmenin internet sayfaları ve “Hakkında” bölümü incelenmiştir. Buna ek olarak Butik Zeytin, Zeytinyağı Üreticileri Derneği’nin kurmuş olduğu Tevoo.org isimli internet sitesinde de derneğe üye olan, Balıkesir ilinde bulunan zeytinyağı işletmeleri bu listeye dahil edilmiştir. Bu aşamada işletmelerin internet sayfalarında incelenen verilerin kriterlere uygunluğu kontrol edilmiş, kriterlerin tümüne uyan işletmeler oluşturulması önerilen Balıkesir Zeytinyağı Rotası listesine dahil edilmiştir.

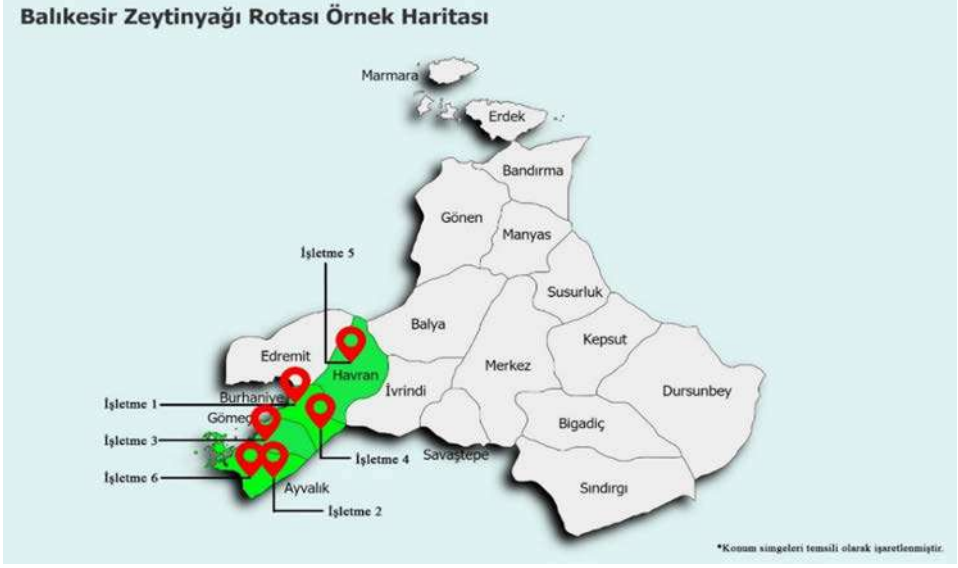
### 4. BULGULAR ve TARTIşMA

Çalışmanın yöntem kısmında belirtilen kriterlere göre Balıkesir ilinde bulunan 136 zeytin ve zeytinyağı işletmesi arasında yapılan inceleme sonrası altı işletmenin (Tablo.1) belirlenen kriterlerin tümüne uyduğu tespit edilmiştir. Ek olarak, butik üretim kriterlerine ilişkin 24 üreticinin kriterlerin birkaçına uyduğu tespit edilmiş, fakat belirlenen kriterlerin tamamını aynı anda karşılamadığı için listeye dahil edilmemiştir. Bu işletmelerin dışında dört işletme Türkiye’nin 81 iline perakende mağazacılık sektörüyle satış yapan büyük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Fakat, bu işletmeler butik tanımına uygun kriterleri taşımadığı ve yüksek kapasiteli endüstriyel üretim yapmaları sebebiyle listeye dahil edilmemiştir. Bu bilgilere göre geriye kalan 102 işletmenin internet sayfasının olmaması sebebiyle “üretim, gastronomi deneyimi, ürün seçenekleri, kalite ödülleri” ile ilgili hiçbir bulguya ulaşılamamıştır.

**Tablo 1.** Butik Zeytinyağı Üretimi Kriterlerine Uyan İşletmeler

İşletme Adı	Kuruluş Yılı	Konum	Sağlanan Kriterler
İşletme 1	1996	Burhaniye	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>
İşletme 2	2018	Ayvalık	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>
İşletme 3	2010	Gömeç	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>
İşletme 4	Belirtilmemiş	Burhaniye	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>
İşletme 5	2012	Havran	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>
İşletme 6	1927	Ayvalık	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomi Deneyimleri Sunması</li><li>• Farklı Ürün Alternatifleri</li><li>• Zengin ürün içeriği (Uluslararası Kalite Ödülleri ile tescillenmiş)</li></ul>

Çalışmada “Gastronomi Deneyimleri Sunması” kriterine uyan işletmelerin dördü (İşletme 1,3,4,5) deneyimlerin içerisinde üretimi inceleme, hasada katılma, zeytinyağı hakkında bilgilendirme/tadım vb. gibi hizmetlerin tümünü sunabiliyorken; “İşletme 2” COVID-19 koşulları sebebiyle güncel olarak sadece zeytinyağı tadımı hizmeti; “İşletme 6”nın ise sadece zeytinyağı üretimini inceleme olanağı sunduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra “Farklı Ürün Alternatifleri” kriterini listedeki altı işletmenin tamamı da (İşletme 1,2,3,4,5,6) karşılamaktadır. İşletmelerin sağladığı ürün alternatifleri arasında zeytinyağı içerikli sabunlar, vücut nemlendiricileri, güneş ürünleri, aromaterapi yağları, çeşitli reçel ve soslar, bitki çayları, zeytin çiçeği kolonyası vb. çeşitlerin bulunduğu tespit edilmiştir. Son olarak “Zengin Ürün İçeriği” kriterini de listedeki altı işletmenin hepsi (İşletme 1,2,3,4,5,6) sağlamaktadır. İşletmeler birçok ulusal/uluslararası zeytinyağı kalite ödüllerinde yarışmış, farklı yıllarda çeşitli dereceler kazandıkları bulgularına rastlanmıştır. Bu veriler dikkate alındığında bulgulara göre kriterleri taşıyan işletmelerin il üzerindeki konumları işaretlenerek “Balıkesir Zeytinyağı Rotası Harita Örneği” (Şekil 1) çıkarılmıştır.



**Şekil 1.** Balıkesir Zeytinyağı Rotası Örnek Haritası

Yapılan incelemelerde butik üretim kriterlerinin tamamına uymayan işletmelerin sayısı 24 olarak tespit edilmiştir. İncelenen 24 işletmenin 15'i hem "Gastronomi Deneyimi Sunma", hem de "Zengin Ürün İçeriği" kriterlerine uymaması sebebiyle butik işletme sınıfında değerlendirilememiştir. Çalışmada dokuz işletme sadece "Gastronomi Deneyimi Sunma" ölçütüne uymaması nedeniyle değerlendirilememiş, bunun yanı sıra 24 işletmenin tamamının da "Farklı Ürün Alternatifleri" kriterine uyduğu tespit edilmiştir. Fakat, bu işletmeler de "Gastronomi Deneyimi Sunma" ve "Zengin Ürün İçeriği" ölçütlerini karşılayamadığı için listeye dahil edilmemiştir.

## 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Özetle belirtilmelidir ki günümüzde zeytin ve zeytinyağı tüketimine olan ilgi giderek artmaktadır. Türkiye bilindiği üzere geniş kapsamlı zeytin kültürüne sahip olan, zeytin ve zeytin ürünleri üreten bir dünya ülkesidir. Bu potansiyeli küresel olarak daha fazla açığa çıkarmak için yenilikçi ve ülkeye katma değer sağlayan projelerin oluşturulması önemlidir. Bu kapsamda oluşturulacak projeler, her daim yerel üreticiyi ve yerel ürünü destekleyecek unsurlara sahip olmalıdır. Bunun için unsurların belirlenmesi, mevzuatın geliştirilmesi, işletmelerin ve bahçelerin iyileştirilmesi yapılması gerekenlerin en başında gelmektedir.

Balıkesir ilinin zeytinyağı turizmi için potansiyeli düşünüldüğünde bölgede oluşturulacak bir zeytinyağı rotasının hem özel ilgi turistleri için hem bölge halkı için önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Oluşturulan rota sayesinde sürdürülebilir gastronomi kapsamında zeytin ağacının, zeytinin ve zeytinyağı kültürünün korunması, gelecek nesillere bu kültürün aktarılması, coğrafi işaretli Balıkesir zeytinlerinin oluşturulan rota kapsamında ulusal ve uluslararası

tanınırlığının arttırılmasına da katkı sağlamış olacaktır. Ayrıca bu rotanın, Avrupa Birliği Zeytin Ağacı Kültür Rotası projesine dahil olma hedefine ve bölgedeki coğrafi işaretli zeytin ve zeytinyağı ürünlerinin Avrupa Birliği tarafından uluslararası işaretleme ile koruma altına alınmasına hizmet edecek potansiyele sahip olduğu düşünölmekle birlikte, Balıkesir'in gastronomi değeri yüksek coğrafi işaretli zeytin ve zeytinyağı ürünlerinin markalaşması, ürün kalitesinin iyileştirilerek ulusal ve uluslararası alandaki rekabet gücünün arttırılmasına da olanak sağlanmış olacaktır. Özel ilgi turizmi kapsamında bölgenin turizm alternatiflerinin geliştirilmesi sağlanarak turizmin ekonomiye katkısının arttırılabileceğı düşünölmektedir. Bunun yanı sıra üreticiler sağlanan eğitimler aracılığıyla bölge kültürünü daha iyi tanıyarak, bölgeye özgü kaliteli zeytinyağlarının üretimini gerçekleştirebileceklerdir.

Ölkemizdeki zeytin ve zeytinyağının mevcut potansiyelinin Balıkesir'de oluşturulan rota ile uluslararası düzeyde tanıtımı kolaylaşacak, turist taleplerini karşılamaya yönelik istihdam sağlanması ve bölgedeki turizm-gastronomi potansiyelinin 12 aya çıkarılarak yerel çapta sahiplenilmesine katkı sağlayacak; bu sayede Slow Food, İyi Tarım uygulamalarının yaklaşımı kapsamında da çiftçinin ve tüketicilerin iyi ve temiz ürüne ulaşımı sağlanabilecektir.

Balıkesir'de oluşturulacak zeytinyağı rotasının sağlayacağı olası faydalar göz önüne alındığında bu rotanın oluşturulabilmesine yönelik bazı unsurların dikkate alınması gereklidir;

- Balıkesir'deki butik zeytinyağı üretim merkezlerinin belirlenip tanıtımının arttırılması, bu merkezlerin turistler tarafından ziyaret edilebilir hale getirilmesi gereklidir.
- Özel ilgi turistlerinin, diğeri bir deyişle "oleo turist"lerin isteklerine yönelik etkinliklerin ve ürünlerin oluşturulması gereklidir.
- Rotaya katılacak işletmeler tespit edilirken bir butik zeytinyağı rotası kalite sisteminin oluşturulması ve bu sayede işletmeler arasında standardizasyonun sağlanması gereklidir. Bu kapsamda rotanın kalite sistemindeki kriterleri karşılayan işletmelere belirlenen bir amblemin verilerek (yeşil bayrak, zeytin dalı vb.), diğeri işletmelerin bu kriterlere uymasının teşvik edilmesi üretim merkezlerinin sürdürülebilir olarak denetimi ve gelişimi açısından önemli uygulamalardır.
- Özellikle bölgeye ait markalaşmış olan coğrafi işaretli ürünlerin tadım haritasının çıkarılması, turistlerin rotadaki tadım yerlerine uğrayarak tüketim faaliyetinde bulunması, bölgedeki ekonomiyi de canlandıracaktır. Bu kapsamda oluşturulan rotada tüketiciyi bilgilendiren faaliyetler, el kılavuzları ve tadım etkinlikleri bölgedeki kültürel unsurların tanıtım ve sürdürülebilirliğine katkı sunacak unsurlardır.

- Üreticinin, uluslararası düzeyde karşılıklı güven oluşturmak için mevcut ürünün markalaştırılması ve coğrafi işaretin etkin tanıtımı konusunda çeşitli eğitimler alması ile sistemin devamlılığı sağlanmalıdır.
- Balıkesir ilinde butik zeytinyağı rotalarının belirlenmesi ve bu noktalarda hedef kitleye yönelik yapılacak olan faaliyetlerin, tadım etkinliklerinin, festivallerin gerçekleşebilmesi için gerekli altyapı ve üstyapının sağlanması gerekmektedir.
- Yerel halk ve üreticilerin bilgilendirilmesi amacıyla çeşitli eğitim kurumları ile iş birliği yapılmalıdır. Bu bağlamda fikrin hayata geçirilebilmesi için iş birliği yapılması gereken paydaşlar; Balıkesir Büyükşehir Belediyesi, Balıkesir Valiliği, Balıkesir Kültür Varlıkları Koruma Bölge Kurulu ve Kütüphane ve Müzeler Şube Müdürlüğü, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı, Balıkesir Ticaret Odası, Güney Marmara Kalkınma Ajansı, ilgili üniversiteler, zeytin üreticileri, yerel zeytin dernekleri ve sivil toplum kuruluşları bir araya getirilerek hayata geçirilmelidir.

## KAYNAKÇA

Akıncı, Z. ve Kasalak, M.A. (2016). Sürdürülebilir turizm yönetimi açısından özel ilgi turizminin yeri ve önemi. Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1, 161-182. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cutsad/issue/61052/906514>.

Arıkan Saltık, I. ve Çeken, H. (2017). Agro-turizmde yeni eğilimler: Zeytinyağı turizmi. Journal of Life Economics, 4(4), 89-102. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jlecon/issue/37066/426072>.

Büyük, Ö. ve Can, E. (2020). Zeytinyağı kültürel rotalarının turizm potansiyeli açısından değeri ve Türkiye'de uygulanabilirliği. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, 23(1), 191-210. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ahbvtf/issue/55248/747817>.

Gheorghe, G., Tudorache, P., and Nistoreanu, P. (2014). Gastronomic tourism, new trend for contemporary tourism. Cactus Tourism Journal, 9(1), 12-21. Erişim adresi: <https://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/Pdf/vol9/nistorescu.pdf>.

Millán, G. , Arjona, J. and Amador, L. (2014) A new market segment for olive oil: Olive oil tourism in the south of Spain. Agricultural Sciences, 5, 179-185. DOI: 10.4236/as.2014.53022.

Murgado, E. M. (2013). Turning food into a gastronomic experience: olive oil tourism. Options Méditerranéennes, 106, 97-109. Erişim adresi: <https://om.ciheam.org/om/pdf/a106/00006809.pdf>



Uyar H. ve Zengin, B. (2015). Gastronomi turizminin alternatif turizm çeşidi olarak değerlendirilmesi bağlamında gastronomi turizm indeksinin oluşturulması. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(17), 355-376. DOI: <https://doi.org/10.16992/ASOS.808>.

International Olive Council. (t.y.). Olive World, Olive Museums & Routes. Erişim adresi: <https://www.internationaloliveoil.org/olive-world/olive-museums-routes>.

T.C. Balıkesir Valiliği. (t.y.). Sofradaki Balıkesir. Erişim adresi: <http://www.balikesir.gov.tr/sofradaki-balikesir>.

Türk Patent ve Marka Kurumu. (t.y.). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri. Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/>.