



Milas İlçesinde Zeytin Hasat Şenliğinin Kırsal Turizme Katkısı*

Tayfun ÇUKUR¹, Nuray KIZILASLAN²

*Bu çalışma, 10-13 Mayıs 2018 tarihlerinde Muğla'da gerçekleştirilen II. International Rural Tourism and Development Congress de sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

¹Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Milas Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Milas, Muğla

²Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Tokat

Makale Künyesi

Derleme / Review

Sorumlu Yazar /
Corresponding Author
Tayfun ÇUKUR
tayfunc@mu.edu.tr

Geliş Tarihi / Received:
25.05.2018
Kabul Tarihi / Accepted:
15.10.2018

Tarım Ekonomisi Dergisi
Cilt: 24 Sayı: 2 Sayfa: 233-241
Turkish Journal of
Agricultural Economics
Volume: 24 Issue: 2 Page: 233-241

DOI 10.24181/tarekoder.491281

Özet

Günümüz dünyasında sanattan kültüre, spordan gastronomiye kadar çok değişik alanlarda festivaller (şenlikler) düzenlenmektedir. Gerek dünyada gerekse Türkiye'de kırsal alanlarda yapılan tarım temalı festivallerin sayısında da son yıllarda hızlı bir artış olduğu görülmektedir. Özellikle zeytin ve zeytinyağı üretiminin yoğun olduğu ülkelerde zeytin hasat şenliklerinin örnekleri dikkati çekmektedir. Genel olarak şenliklerin amaçları arasında, yöresel değerleri tanıtmak, üretim ve pazarlamayı artırmak ile yerel kalkınmaya destek olmak yer almaktadır.

Türkiye'de zeytin ve zeytinyağı üretim potansiyeli yüksek ilçeler arasında Milas ilk sıralarda yer almaktadır. Bu bağlamda, kaliteli zeytin ve zeytinyağı üretimine dikkat çekmek amacıyla, Milas ilçesinde son yıllarda zeytin hasat şenlikleri düzenlenmektedir. Söz konusu şenlikler ile kırsal turizm aktiviteleri canlanmakta ve yörenin ekonomisine de katma değer yaratılmaktadır. Bu çalışmada, Milas ilçesinde zeytin hasat şenliği kapsamında yer alan etkinlikler, kırsal turizme olası katkıları açısından değerlendirilmiş ve konuya ilişkin öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: kırsal turizm, zeytin, hasat şenliği, Milas

Olive Harvest Festival in Milas District and Its Contributions to Rural Tourism

Abstract

Today, various festivals are organized about lots of different fields ranging from art and culture to sports and gastronomy. In recent years, the number of agricultural- themed festivals in countryside has rapidly increased both in Turkey and around the world. The examples of olive harvest festivals stand out especially in countries that produce olive and olive oil mostly. Generally, the aims of the festivals are to promote local assets, to increase the production and marketing and then to support local development.

In Turkey, Milas is ranked in the first places among the districts that have high potential of olive and olive oil production. In this regard, olive harvest festivals are held in Milas in order to draw attention to high quality olive and olive oil production. With the help of festivals in question, rural tourism activities have been revived and added value to the local economy has been provided. In the study, activities of olive harvest festivals in Milas are discussed in terms of contributions to rural tourism and some related suggestions are made.

Key Words: rural tourism, olive, harvest festival, Milas

1.GİRİŞ

Turizmin bölgesel kalkınmada araç olarak kullanılmasının geçmişi daha eskilere dayanmakta iken, festivallerin politika aracı olarak kullanılması ise yakın geçmiştir (Diedering ve Kwiatkowski, 2015). Festivaller boş zamanları değerlendirmek, sosyal ve kültürel deneyim kazanmak için eşsiz fırsatlar sunmakta ve toplumsal ekonomik kalkınmaya yardımcı olmaktadır (Cole ve Chancellor, 2008). Yerel ve bölgesel kalkınmaya etkileri nedeniyle son yıllarda hızlı bir artış gösteren festivaller ekonomik dönüşüm ve canlanmaya, pazarlamaya, yatırıma ve sezon dışı turizm gelirleri yaratmaya yardımcı olabilmektedir (Egresi ve Kara, 2014).

Festivallerin özellikleri arasında başlangıç ve bitiş tarihi belli olan bir zaman dilimi içinde düzenlenmesi, spontane gelişebilen unsurlar içermesine rağmen, amaçları, teması ve programının önceden belirlenmesi, belirli bir yörede düzenlenmesi, birçok faaliyeti karşılıklı fayda esasına göre birleştirmesi ve katılımın açık olup, bu etkinliğe herkesin katılabilmesi yer almaktadır (Hjalager ve Kwiatkowski, 2017).

Belirli yörelerde festivallere ve etkinliklere ev sahipliği yapmak, tipik bir turizm geliştirme stratejisidir. Bu faaliyetler turistleri turizm bölgesine çekmekte, turizm ile ilgili işler yaratmakta ve ekonomik faydaları tüm turizm bölgelerine yaymaktadır. Ayrıca, festivaller ve yerel etkinlikler, yöre sakinleri için rekreasyonel fırsatlar ve hoş zaman geçirme imkanı sağlayarak yerel sakinlerinin yaşam kalitesini de artırmaktadır (Ui et al., 2016).

Festival ve etkinlikler yöre ve bölgeler için yeni ve alternatif turizm imkanları sağlamaktadır. Bu faaliyetler sürdürülebilir gelişmeye katkıda bulunmakta ve uluslararası ilişkileri geliştirmektedir (Kidney, 2001). Mosely ve Mowatt (2011) festivalleri yediye ayırmaktadır:

- Etkinliğin sahipliği/yönetimi açısından festivaller (özel firma, kamu sektörü, gönüllü ve kar amacı gütmeyen kuruluşlar)
- Etkinliğin amacı açısından festivaller (ekonomik, politik, sosyal ve kültürel)
- Etkinliğin ana teması açısından festivaller (eğlence, sanat, kültür)
- Fiziksel lokasyon açısından festivaller (salon, açık hava)
- Coğrafi lokasyon açısından festivaller (kentsel, kırsal)
- Festivale katılan firma sayısı açısından festivaller
- Festivale katılan ziyaretçi sayısı açısından festivaller

Festivaller sadece kentlerde değil kırsal alanlarda yoğun olarak organize edilmektedir. Zira kırsal festivaller dünya genelinde çok yaygın olarak düzenlenmektedir. Örneğin Avustralya'da 2800'den fazla kırsal festival düzenlenmektedir (Gibson ve Stewart, 2009). Kırsal festivaller katılımcılarına hoşça vakit geçirmenin yanında, toplumun sosyal ve kültürel entegrasyonuna katkıda bulunmakta ve festivalleri düzenleyenlerle yöre halkını bir araya getirmektedir (Hjalager ve Kwiatkowski, 2017). Festival ve etkinliklerin kırsal alanlarda yapılmasının avantajları arasında yerel ekonomilerin gelişmesi, kırsal istihdamın artması ve turizm faaliyetlerini kırsal alanlara yönlendirme sayılabilir (Li et al., 2009).

Bu çalışmada temel amaç, Milas ilçesinde son dört yıldır düzenli olarak yapılan zeytin hasat şenliklerinin ilçenin kırsal turizmüne olası katkılarını belirlemektir. Bu kapsamda festivallerin ekonomik, sosyo-kültürel ve turizme etkileri ortaya konulmaya çalışılmış, şenlik süresince yapılan etkinlikler kırsal turizm açısından değerlendirilmiştir.

2. FESTİVALLERİN ETKİLERİ

Festivaller turizm sektöründe hızla gelişen bir faaliyet olup, festivalin düzenlendiği topluma ekonomik, sosyo-kültürel ve politik etkileri bulunmaktadır (Pavlukovic et al., 2017; Arcodia ve Whitford, 2016). Janeczko et al., (2002) etkinliklerin etkilerini 6 başlık altında incelemektedir. Bu etkiler Çizelge 1'de gösterilmiştir.

Çizelge 1. Etkinliklerin olası etkileri

| Etki tipi | Etkiler |
|--------------------|---|
| Ekonomik | -Harcama artar -İstihdam yaratılır -İşgücü arzı artar -Hayat standartları artar |
| Turizm/ticari | -Seyahat/turizm destinasyonu olarak bölgenin farkındalığı artar -Bölgede potansiyel ticari faaliyet ve yatırımlarla ilgili bilgiler artar -Turistleri cezbeden faaliyetler ve konaklama imkanları artar -Ulaşılabilirlik artar |
| Fiziksel/çevre | -Yeni yapılar inşa edilir -Yerel altyapı iyileştirilir -Miras korunur |
| Sosyal/kültürel | -Yerel halkın bu faaliyetlere ilgisi ve katılımı artar -Yerel değerler ve gelenekler güçlenir |
| Psikolojik | -Yerel toplumun kendine güveni artar -Dışarıdan gelenlerin görüş ve düşüncelerini algılama kolaylaşır |
| Politik/yönetimsel | -Bölge ve değerlerin uluslararası tanınırlığı artar -Planlamacıların yetenekleri gelişir |

Kaynak: Janeczko et al., 2002

Turizm gelir getirici özelliği ve istihdam yaratma imkanı sayesinde ekonomik kalkınmaya önemli katkıda bulunmaktadır. Festivaller turizm sezonunu uzatarak gelir yaratmak suretiyle yerel ekonomiye pozitif etki sağlamakta ve yöredeki işletmeleri yeni yatırımlara yönlendirebilmektedir (O'Sullivan ve Jackson, 2002). Festivallerin yörede üretilen ürünlerin üretim ve pazarlamasına da oldukça büyük etkileri bulunmaktadır. Kargılioğlu ve Kabacık (2017) tarafından yapılan çalışmada, Uluslararası Urla Enginar Festivali ile Urla ilçesindeki enginar üretiminin ve enginar satışlarının önemli ölçüde arttığı ve üreticinin sorunlarına dikkat çekildiği tespit edilmiştir.

Destinasyon bölgesi ve o bölgede yaşayan halk ile turist arasındaki etkileşim sonucunda sosyo-kültürel etki ortaya çıkmaktadır (Small et al., 2005). Özkan et al. (2015) tarafından yapılan çalışmada, Alaçatı Ot Festivaline katılan ziyaretçilerin festivalin yerel halkın dışı açılması açısından önemli olduğu görüşünde oldukları saptanmıştır.

Duran ve Hamarat (2014) tarafından yapılan çalışmada ziyaretçilerin festivale katılmalarındaki en önemli nedenin kültürel keşif ve aile ile birlikte zaman geçirme olduğu belirlenmiştir. Festivallerin birçok açıdan turizme olumlu katkıları bulunmaktadır (Small et al., 2005). Bölgeye festival amacıyla gelen turist bölgenin doğal, tarihi ve kültürel özelliklerini beğendiği takdirde o bölgeye tekrar gelmek isteyecektir. Bekar et al. (2017) tarafından yapılan çalışmada Fethiye Yeşilüzümlü Kuzugöbeği Mantar Festivali'nin yörenin imajına katkısının sırasıyla ekonomik, sosyal ve kültürel tanıtıma yönelik olduğu, ayrıca algılanan destinasyon imajı ile tekrar ziyaret etme niyeti arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Festivaller sayesinde yerel halka eğlence ve sosyal fırsatlar yaratılmaktadır. Etkinlikle ilgili faaliyetlere yerel halkın ilgisinin artmasıyla farklı kültürler arasında ilişkiler gelişmektedir. Bunun yanında festivallerde gönüllü çalışmayla yerel sosyal destek ağları gelişmektedir (Fredline et al., 2003). Musgrave ve Raj (2009), etkinliklerin sosyal açıdan olumlu etkilerini kalkınma ve inşaa harcamalarını teşvik, uzun vadeli tanıtım sağlaması, o şehre ait olmanın yerel halka hissettirdiği gurur, toplum kalkınması ve istihdam imkanlarının artması olarak belirtmektedir. Küçük toplumlarda o yörede yaşayan halk festivallerin önemli bir parçasıdır. Zira yerel halk, festivalin hem katılımcısı hem de ev sahibi durumundadır. Festivaller yerel halkı bir araya getirmekte, aidiyet duygusunun gelişmesine katkı yapmakta ve bireyler arasındaki ilişkileri geliştirmektedir (Small, 2007). Yılmaz ve Esen (2017) tarafından yapılan çalışmada, şenliğin ziyaretçiler üzerinde olumlu etkisinin olduğu belirlenmiştir. Şenliğin yerel halka, yakınlarını ve arkadaşlarını ağırlama fırsatı sağlaması çalışmaya katılan ziyaretçiler için oldukça önemli görülmektedir. Özdemir ve Çulha (2009) tarafından yapılan çalışmada, ziyaretçilerin festivalden memnun kalma durumu üzerinde festival alanının doğrudan pozitif etkisinin bulunduğu, hediyelik eşya, yiyecek ve personelin niteliği gibi diğer faktörlerin ise festivalden memnun kalma durumu üzerinde dolaylı pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Festivaller şehrin çekiciliğini artırmakta ve altyapısını iyileştirmektedir. Festivaller yerel halkın kendine güvenini artırmakta ve festivallerde önemli konulara dikkat çekilmektedir (Carlsen et al., 2007). Bakırcı et al. (2017) tarafından Urla ilçesinde yöresel ürün festivallerinin etkisini belirlemek amacıyla yapılan çalışmada katılımcıların %70'inin tanıtım konusunda düzenlenen festivalin önemli derecede katkısı olduğunu ve %50'sinin ise farkındalık oluşturduğunu belirtmiştir. Bağiran ve Kurgun (2016) tarafından yapılan bir diğer çalışmada Foça ilçesinde düzenlenen rock festivalinin ilçenin bilinirliğine, işbirliğine, kültür ve yaşam kalitesinin artmasına katkıda bulunduğu saptanmıştır. Özkan et al. (2015) tarafından yapılan çalışmada ise, Alaçatı Ot Festivaline katılan ziyaretçilerin festivalin beldenin tanıtımı ve yerel kültürün korunması açısından önemli bir etken olduğunu düşündüklerini tespit etmiştir.

3.FESTİVALERİN KIRSAL TURİZME OLASI KATKILARI

Tarım turizmi faaliyetleri içerisinde yer alan festivaller, genellikle kısa süreli (bir hafta), belirli bir sezon teması olan (örn. hasat sezonu) ve eski tarımsal geleneklerin temsili gösterimini (örn. ayakla zeytinyağı elde etme teknolojisi) bünyesinde barındıran faaliyetler bütünüdür. Tarım veya kırsal festivallerin popüler olmasının sebepleri arasında şu hususlar dikkat çekmektedir:

- Kırsal yaşam tarzına olan merak
- Sıkıntı ve stresten uzak kırsal alanda bir gün geçirme isteği
- Eve yakın bölgede makul fiyatlardan alışveriş yapma imkanı
- Festival sırasında kişiler arası etkileşim (Kidney, 2001).

Kırsal festivallerin amacı sadece gelir yaratmak değil, bunun yanında festivale konu olan faaliyeti, temayı ve yerelliği ön plana çıkarmaktır (Gibson ve Stewart, 2009). Başarılı bir kırsal turizm faaliyetinin gerçekleşmesi için pazarlama, misafirperverlik, yiyecek ve içecek servisi, ören yerlerini ziyaret ve rehberlik, ziyaretçi yönetimi, festival ve etkinlikler, tarihi binaların korunması vb. faktörlerin iyi yönetilmesi gerekmektedir (Irshad, 2010). Görüldüğü gibi festivaller kırsal turizm faaliyetlerinin başarısında bir koşul olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kırsal festivaller kırsal turizm için önemli rol oynamaktadır. Festivallere gelen ziyaretçiler yaptıkları harcamalarla yerel ekonominin gelişmesine katkıda bulunmakta ve festivaller sayesinde yörenin doğal ve kültürel peyzajıyla tanışma imkanına kavuşmaktadır (Okubo et al., 2014). Birçok toplum artık festivalleri ziyaretçilerin bölgeye gelmesini kolaylaştıran bir pazarlama aracı olarak görmektedir (Irshad, 2010). Festivallerde gerekli koşullar sağlanırsa yöresel ürünlerin satışları artabilmektedir. Diğer taraftan, festivaller sırasında ziyaretçiler çiftlik turları, ürün hasadı ve toprak işleme faaliyetlerine de katılmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler festival bünyesinde düzenlenen yarışmaları da izleyebilmektedir (Dunn, 1995).

4.DÜNDEN BUGÜNE MİLAS ZEYTİN HASAT ŞENLİĞİNE GENEL BİR BAKIŞ

Milas ilçesi zeytin ve zeytinyağı üretimi bakımından önemli bir potansiyele sahiptir (Çukur et al., 2014). 2016 yılı itibarıyla, Türkiye yağlık zeytin üretim alanının %15.33'ünü, yağlık zeytin üretiminin %13.99'unu ve meyve veren yaştaki ağaç sayısının ise %15.48'ini Muğla ili oluşturmaktadır. Diğer taraftan, Türkiye yağlık zeytin üretim alanının %8.68'ini, yağlık zeytin üretiminin %6.69'unu ve ağaç sayısının %8.61'ini Milas ilçesi oluşturmaktadır (Çizelge 2). Milas zeytinyağı için 2014 yılında coğrafi işaret başvurusu yapılmış ve 2016 yılında da coğrafi işaret tescil belgesi alınmıştır (Çukur ve Çukur, 2017).

Zeytinin var yılında 18 000 ton zeytinyağı elde edilirken bunun sadece üçte birinin coğrafi işaret kalitesinde olması durumunda Milas ekonomisine 120 milyon TL dolayında ek girdi sağlayacağı tahmin edilmektedir (Anonim, 2018a). Milas ilçesinde 2018 yılı itibarıyla 47 adet zeytinyağı markası bulunmakta olup, bunların on tanesi coğrafi işaret almıştır (MİTSO, 2018). Milas ilçesindeki zeytin ağaçlarının %99'u Memecik, %1'i Gemlik çeşidi zeytindir. Milas merkez, belde ve köylerinde 33 adet eski sistem, 60 adet yeni sistem (kontinu) olmak üzere 93 adet zeytinyağı fabrikası bulunmaktadır (Tüfekçi, 2017).

Çizelge 2. Türkiye, Muğla ili ve Milas ilçesinin yağlık zeytin varlığı (2016)

| | Alan (dekar) | % | Üretim (ton) | % | Meyve veren yaştaki toplam ağaç sayısı | % |
|---------|--------------|--------|--------------|--------|--|--------|
| Milas | 537 288 | 8.68 | 87 000 | 6.69 | 8 615 000 | 8.61 |
| Muğla | 949 514 | 15.33 | 181 919 | 13.99 | 15 498 422 | 15.48 |
| Türkiye | 6 192 904 | 100.00 | 1 300 000 | 100.00 | 100 088 449 | 100.00 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Çalışmanın bu bölümünde Milas ilçesinde zeytin ağaç sayısındaki gelişmeler, zeytin üretim alanındaki gelişmeler, zeytin üretim miktarındaki gelişmeler ve zeytin ağaç başına verimdeki gelişmeler incelenmiştir.

Milas ilçesinde zeytin ağacı (yağlık) sayıları incelendiğinde, gerek meyve veren gerekse meyve vermeyen ağaç sayısında bir artışın olduğu görülmektedir. 2017 yılı itibarıyla Milas ilçesi toplam zeytin ağacı varlığının %97.17'si meyve veren ağaçlardan oluşmaktadır (Çizelge 3).

Çizelge 3. Milas İlçesinde Zeytin (Yağlık) Ağaç Sayısındaki Gelişmeler (Adet)

| Yıllar | Meyve Veren Ağaç Sayısı | % | Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı | % | Toplam Ağaç Sayısı | % |
|--------|-------------------------|-------|----------------------------|-------|--------------------|--------|
| 2007 | 7 875 000 | 98.49 | 121 000 | 1.51 | 7 996 000 | 100.00 |
| 2008 | 7 912 000 | 98.07 | 156 000 | 1.93 | 8 068 000 | 100.00 |
| 2009 | 8 014 000 | 98.20 | 146 500 | 1.80 | 8 160 500 | 100.00 |
| 2010 | 8 593 000 | 79.78 | 2 178 000 | 20.22 | 10 771 000 | 100.00 |
| 2011 | 8 593 000 | 97.61 | 210 000 | 2.39 | 8 803 000 | 100.00 |
| 2012 | 4 052 460 | 46.25 | 4 710 000 | 53.75 | 8 762 460 | 100.00 |
| 2013 | 1 816 000 | 20.38 | 7 096 000 | 79.62 | 8 912 000 | 100.00 |
| 2014 | 8 650 000 | 97.03 | 265 000 | 2.97 | 8 915 000 | 100.00 |
| 2015 | 8 560 000 | 97.00 | 265 000 | 3.00 | 8 825 000 | 100.00 |
| 2016 | 8 615 000 | 97.40 | 230 000 | 2.60 | 8 845 000 | 100.00 |
| 2017 | 8 523 652 | 97.17 | 247 800 | 2.83 | 8 771 452 | 100.00 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Milas ilçesinde zeytin ağacı (sofralık) sayıları ise Çizelge 4'de sunulmuştur. Çizelgeden de görüldüğü gibi, yıllar itibarıyla toplam zeytin ağacı sayısı ve meyve veren ağaç sayısı artarken, meyve vermeyen ağaç sayısında bir azalışın olduğu görülmektedir.

Çizelge 4. Milas İlçesinde Zeytin (Sofralık) Ağaç Sayısındaki Gelişmeler (Adet)

| Yıllar | Meyve Veren Ağaç Sayısı | % | Meyve Vermeyen Ağaç Sayısı | % | Toplam Ağaç Sayısı | % |
|--------|-------------------------|-------|----------------------------|-------|--------------------|--------|
| 2010 | 11 000 | 68.75 | 5 000 | 31.25 | 16 000 | 100.00 |
| 2011 | 11 000 | 68.75 | 5 000 | 31.25 | 16 000 | 100.00 |
| 2012 | 9 057 | 64.43 | 5 000 | 35.57 | 14 057 | 100.00 |
| 2013 | 9 500 | 57.58 | 7 000 | 42.42 | 16 500 | 100.00 |
| 2014 | 9 500 | 57.37 | 7 060 | 42.63 | 16 560 | 100.00 |
| 2015 | 9 500 | 57.58 | 7 000 | 42.42 | 16 500 | 100.00 |
| 2016 | 14 700 | 74.62 | 5 000 | 25.38 | 19 700 | 100.00 |
| 2017 | 14 232 | 75.82 | 4 538 | 24.18 | 18 770 | 100.00 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Milas ilçesinde zeytin üretim alanlarındaki gelişmeler Çizelge 5'de verilmiştir. 2010 yılında 400 dekar alanda zeytin (sofralık) üretimi yapılırken, 2017 yılında bu rakam 403 dekara yükselmiştir. Yağlık zeytin üretim alanı ise, 2007 yılında 530 000 dekar iken, bu alan 2017 yılında %1.26'lık bir artışla 536 701 dekar olarak gerçekleşmiştir.

Çizelge 5. Milas İlçesinde Zeytin Üretim Alanındaki Gelişmeler (dekar)

| Yıllar | Sofralık zeytin | Yağlık zeytin |
|--------|-----------------|---------------|
| 2007 | - | 530 000 |
| 2008 | - | 532 000 |
| 2009 | - | 532 400 |
| 2010 | 400 | 533 000 |
| 2011 | 400 | 533 000 |
| 2012 | 400 | 533 000 |
| 2013 | 403 | 537 288 |
| 2014 | 403 | 537 288 |
| 2015 | 403 | 537 288 |
| 2016 | 410 | 537 288 |
| 2017 | 403 | 536 701 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Milas ilçesinde zeytin üretimindeki gelişmeler Çizelge 6'da sunulmuştur. Çizelgeden de görüldüğü gibi, gerek sofralık ve gerekse yağlık zeytin üretiminin yıllar itibariyle artış gösterdiği gözlemlenmektedir.

Çizelge 6. Milas İlçesinde Zeytin Üretimindeki Gelişmeler (Ton)

| Yıllar | Sofralık zeytin | Yağlık zeytin | Toplam |
|--------|-----------------|---------------|--------|
| 2007 | - | 3 150 | - |
| 2008 | - | 34 500 | - |
| 2009 | - | 40 673 | - |
| 2010 | 176 | 75 709 | 75 885 |
| 2011 | 88 | 47 262 | 47 350 |
| 2012 | 72 | 32 420 | 32 492 |
| 2013 | 40 | 15 950 | 15 990 |
| 2014 | 95 | 67 906 | 68 001 |
| 2015 | 64 | 47 337 | 47 401 |
| 2016 | 210 | 87 000 | 87 210 |
| 2017 | 201 | 86 543 | 86 744 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Milas ilçesinde zeytin verimleri incelendiğinde (Çizelge 7), sofralık zeytin veriminin 2010 yılında 16 kg/ağaç ve yağlık zeytin verimlerinin ise 2016 ve 2017 yıllarında 10 kg/ağaçla en yüksek seviyede gerçekleştiği görülmektedir.

Çizelge 7. Milas İlçesinde Zeytin Verimindeki Gelişmeler (kg/meyve veren ağaç)

| Yıllar | Sofralık zeytin | Yağlık zeytin |
|--------|-----------------|---------------|
| 2010 | 16 | 9 |
| 2011 | 8 | 6 |
| 2012 | 8 | 8 |
| 2013 | 4 | 9 |
| 2014 | 10 | 8 |
| 2015 | 7 | 6 |
| 2016 | 14 | 10 |
| 2017 | 14 | 10 |

Kaynak: TÜİK, 2018.

Milas ilçesinde zeytinde organik tarım ve iyi tarım uygulamaları 2013 yılında başlamıştır (Anonim, 2018b). Çizelge 8'den de görüldüğü gibi, 2017 yılı itibarıyla ilçede organik zeytin yetiştiriciliği yapan çiftçi sayısı 671, zeytinde iyi tarım uygulamalarını benimseyen çiftçi sayısı 678 kişidir.

Çizelge 8. Milas İlçesinde Zeytinde Organik Tarım ve İyi Tarım Uygulamalarındaki Gelişmeler

| | Organik tarım | | İyi tarım uygulamaları | |
|------|-----------------------|------------|------------------------|------------|
| | İşletme sayısı (adet) | Alan (daa) | İşletme sayısı (adet) | Alan (daa) |
| 2016 | 673 | 39 059 | 460 | 30 353 |
| 2017 | 671 | 39 704 | 678 | 41 537 |

Kaynak: Milas İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü Kayıtları, 2018.

Birçok küçük şehir sahip olduğu tarihi ve kültürel ve kaynaklarını çekim gücü olarak kullanarak festivaller düzenlemektedir (Chang, 2014). Diğer taraftan, kırsal ve tarımsal temalı festivaller incelendiğinde, yörenin tarımsal üretim potansiyelinin festivallerin düzenlenmesindeki en etkili faktör olduğu görülmektedir. Milas ilçesi gerek zeytin üretimi gerekse zeytinyağı üretimi açısından oldukça yüksek potansiyele sahiptir. Milas ilçesindeki zeytin ve zeytinyağı potansiyelini ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtmak amacıyla ilçede son dört yıldır zeytin hasat şenliği düzenlenmektedir. Milas ilçesinde ilk zeytin hasat şenliği Milas Kaymakamlığı öncülüğünde 29-30 Kasım 2014 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Milas zeytinyağının tanıtımını yapmakta etkili bir araç olarak değerlendirilen şenlik ile, zeytinyağı üreticisinin ürettiği ürünün değerinin farkına varması ve zeytinyağının kalitesine çok önemli etkileri olan fabrika işletmelerinin bilinçlenmelerinin sağlanması hedefleniyordu (MİTİSO, 2018). İkinci zeytin hasat şenliği 21-22 Kasım 2015, üçüncü zeytin hasat şenliği 19-20 Kasım 2016, dördüncü zeytin hasat şenliği ise 25-26 Kasım 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Milas Zeytin Hasat Şenlikleri kapsamında yürütülen faaliyetler genel olarak eğitim faaliyetleri, satış ve pazarlama faaliyetleri ve sosyal ve kültürel faaliyetler başlıkları altında incelenerek, kırsal turizme katkısı ile ilişkilendirilmiştir.

Eğitim faaliyetleri

Milas Zeytin Hasat Şenliği kapsamında teorik ve uygulamalı eğitimler verilmektedir. Teorik eğitime örnek olarak şenlik kapsamında düzenlenen paneller gösterilebilir. Panellerde zeytin ve zeytinyağının insan sağlığı ve beslenmesindeki önemi, kaliteli zeytin ve zeytinyağı üretim koşulları, zeytin sıkım şekillerinin karşılaştırılması, zeytin ve zeytinyağı pazarlaması ve markalaşma, organik zeytin ve zeytinyağı üretimi, zeytin ve zeytinyağı üretiminde başarılı girişimcilik örnekleri vb. konular işlenmiştir. Ayrıca panellerde coğrafi işaret konusuna yer verilmiştir.

Şenlik kapsamında uygulamalı eğitime örnek olarak ise çiftçilerin bahçesinde yapılan zeytin hasadı gösterilebilir. Bu hasada konu uzmanları, çiftçiler ve ziyaretçiler katılmaktadır. Hasat sırasında konu uzmanları zeytin hasadına yönelik yöntem demonstrasyonu gerçekleştirmekte ayrıca etkinliğe katılan çiftçiler ve ziyaretçiler de zeytin hasadı yapmaktadır. Hasat sırasında kaliteli zeytin ve zeytinyağı eldesi için doğru toprak işleme ve kültürel önlemler, doğru hasat yöntemleri, sırlıkla hasadın sakıncaları, makineli hasat ve elle hasadın önemi, kaliteli zeytinyağı için zeytin hasadı ile zeytinin fabrikaya transferi arasında geçen sürenin önemi, zeytin taşıma kabının önemi ve zeytinde hastalık ve zararlılarla mücadele yöntemleri anlatılmaktadır. Daha sonra hasat edilen zeytin, fabrikaya götürülerek zeytinin zeytinyağına dönüşüm süreci katılımcılara anlatılmaktadır. Ayrıca fabrikada kaliteli zeytinyağı için soğuk sıkımın önemi anlatılmaktadır.

Milas Zeytin Hasat Şenliklerinde uygulamalı eğitimlere bir diğer örnek ise Zeytin Dostu Derneği tarafından gerçekleştirilen tadım eğitimleridir. Bu eğitimlerde konu uzmanları tarafından şenliğe katılan ziyaretçilere kaliteli zeytinyağı tadarak nasıl anlayabilecekleri konusunda bilgilendirme yapılmaktadır.

Pazarlama faaliyetleri

Milas Zeytin Hasat Şenlikleri kapsamında gerek yöresel gerekse ulusal düzeydeki çok sayıda firma stand açarak şenlik süresince zeytin ve zeytinyağı satış ve pazarlama faaliyetinde bulunmuştur. Zeytin ve zeytinyağı satışı yapan firmalar, zeytin fidanı üretici firmaları, tarımsal alet ve makine imalat ve pazarlamasıyla uğraşan firmalar şenlik kapsamında stand açan firmalardan bazılarıdır.

Sosyal ve kültürel faaliyetler

Şenlikler genel olarak, şenlik kortej yürüyüşüyle başlamaktadır. Şenlik kapsamında, Milas ilçesi mahalleleri arasında yemek yarışmaları düzenlenmektedir. Burada amaç zeytinyağlı yöresel yemek kültürünü tanıtmak ve sürdürülebilir kılmaktır. Diğer taraftan etkinlikte zeytinyağlı yemeklerin insan sağlığı açısından önemine vurgu yapılmaktadır. Ayrıca şenlik kapsamında yurt içinden ve yurt dışından katılan çok sayıda şef aşçı, zeytinyağlı yemeklerle ilgili atölye çalışması gerçekleştirilmektedir. Şenlik kapsamında ayrıca zeytin ve zeytinyağı temalı bireysel ve karma sergiler düzenlenmektedir. Şenlik kapsamında yöreye özgü halk oyunları gösterileri sunulmakta, zeytin yeme yarışması, zeytin kırma yarışması, zeytin ve zeytinyağı temalı liselerarası şiir-kompozisyon ve resim yarışmaları ile en güzel balkon ve bahçe yarışmaları düzenlenmektedir. Spor müsabakaları ve konserler şenlikteki diğer faaliyetler arasında yer almaktadır.

5. MİLAS ZEYTİN HASAT ŞENLİĞİNİN MİLAS İLÇESİ KIRSAL TURİZMİNE OLASI KATKILARI

Günümüzde insanlar, tekdüzelikten kaçış ve değişiklik arama ihtiyaçlarını gidermek amacıyla sessizliğe ve doğaya yönelik rekreasyon etkinliklerini tercih etmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006). Kırsal turizmin son yıllarda hızlı bir gelişme göstermesinin nedenlerinden biri insanların turizmden beklentilerindeki bu değişimlerdir. Kırsal alanda kırsal turizm kapsamında yapılacak faaliyetler oldukça fazladır. Yayla turizminden kuş gözlemciliğine kadar pek çok faaliyet kırsal alanlarda gerçekleştirilebilmektedir. Milas ilçesi Muğla ilinin kırsal turizm potansiyeli en yüksek ilçelerinden biridir. Geçmişte birçok uygarlığa başkentlik yapan Milas ilçesi sahip olduğu arkeolojik eserleriyle, zengin bitki örtüsüyle, doğal güzellikleriyle ve zengin kültürel özellikleriyle kırsal turizm açısından oldukça avantajlı bir konumdadır (Çukur ve Çukur, 2016).

Hasat şenlikleri tarım ve turizm faaliyetlerini bünyesinde barındırdığından kırsal turizm kapsamında değerlendirilebilir. Hasat şenliklerinin etki alanı oldukça geniştir. Şenliğin şenliğe konu olan ürüne, sektöre, ilçeye ve ile oldukça önemli etkileri bulunmaktadır. Hasat şenliklerinin kırsal turizme de önemli etkileri bulunmaktadır. Muğla ili Milas ilçesinde yapılan zeytin hasat şenliklerinin Milas ilçesi kırsal turizmine olası etki ve katkıları aşağıda özetlenmiştir.

-Milas ilçesi gerek tarım gerekse turizm açısından oldukça yüksek bir potansiyele sahiptir. Milas zeytin hasat şenliği, tarım ve turizm arasındaki entegrasyona katkı sağlamaktadır.

-Milas'a şenlik için şehir dışından gelenler, ilçede konakladıklarından konaklama tesisleri için ek gelir yaratılmaktadır.

-Milas'a şenlik dolayısıyla ilk defa gelenler, Milas'ın tarihi, kültürel, arkeolojik, tarımsal ve turizm potansiyelini yerinde görme imkânına kavuşmaktadırlar. Bu durum ziyaretçilerin gelecekteki tatil destinasyonlarına Milas'ı dahil etmelerine yardımcı olabilecektir.

-Şenlik yerel halk arasındaki sosyal ilişkilerin gelişmesine yardımcı olabilmektedir. Diğer taraftan şehre dışarıdan gelenler arasında da bir kültürel etkileşim söz konusu olmaktadır.

-Şenliğe katılan firmalar şenlik sırasında yaptıkları satışlar sayesinde önemli bir ekonomik kazanç sağlamaktadırlar. Diğer taraftan şenlik süresince satın alınan ürünlerin beğenilmesi durumunda ziyaretçiler firmalardan ürün sipariş edebilecek, dolayısıyla şenliğin etkisi şenlik bittikten sonra da devam edecektir.

-Şenlik sebebiyle şehrin altyapısının iyileştirilme çalışmaları, şehrin çekiciliğini artırmaktadır.

-Milas zeytin ve zeytinyağı ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılmaktadır.

-Şenlikler çiftçiler ve halkı bilinçlendirmektedir. Çiftçiler doğru hasat yöntemleri, makineli hasat, doğru taşıma kapları, organik zeytincilik, iyi tarım uygulamaları, tüketiciler de kaliteli zeytinyağı tüketme, soğuk sıkım zeytinyağının önemi konularında enforme edilmektedir.

-Şenlikler sayesinde fabrikalara gelen zeytinlerin temizlik ve hijyen koşullarında daha uygun bir şekilde ve mümkün olduğu kadar bekletilmeden sıkılmaya başlandığı görülmektedir. Ayrıca sıkılan zeytinyağının kalitesini korumak amacıyla krom çelik tanklarda depolanma eğiliminin giderek yaygınlaştığı görülmektedir (MİTSO, 2018).

-Şenlikler çiftçilerin zeytin yetiştiriciliği ile ilgili sorunlarının çözümünde etkili olmaktadır. Diğer taraftan şenlik üretici ile tüketiciyi bir araya getirmektedir.

-Şenlik kapsamında yapılan yemek yarışmaları sayesinde yörenin tanıtımı yapılmakta, kültürel değerler ve kültürel miras korunmakta, bu değerler gelecek nesillere taşınmaktadır. Yani şenlik zeytin, Ege ve Milas mutfağını dünyaya tanıtmaktadır.

-Şenliğe katılan yerel ve ulusal düzeydeki basın mensupları Milas ilçesi ve zeytinciliğinin tanıtılmasına katkı yapmaktadır.

-Şenlik sayesinde markalı ürünler önem kazanmaktadır. Markalı ürünlerin ulusal ve uluslararası pazarda rekabet edebilmesine katkı sağlamaktadır.

-Memecik türü zeytinden elde edilen Milas zeytinyağı coğrafi işaret tescil belgesine sahip beş zeytinyağından biridir. Şenlik coğrafi işaretli Milas zeytinyağını geniş kitlelere tanıtması bakımından önemli görülmektedir.

-Şenliğin ayrıca Milas'ta organik zeytinciliğin gelişmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

6. SONUÇ

Milas ekonomisi için zeytin ve zeytinyağı büyük önem taşımaktadır. İlçede yürütülen zeytincilik faaliyetleri bir yandan yaratmış olduğu katma değer diğer yandan önemli bir geçim kaynağı olması nedeniyle yöre ekonomisi açısından oldukça önemli bir tarımsal ve tarıma dayalı sanayi faaliyet alanı olarak değerlendirilebilir. Bu nedenle gerek Milas zeytinciliğinin ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımına ve gerekse ilçenin kırsal turizmine katkı yapan zeytin hasat şenliklerinin gelişerek sürdürülebilirliğinin sağlanması son derece önemli görülmektedir. Şenliğin daha etkin olabilmesi için şu hususlara dikkat edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir:

-Öncelikle Milas zeytin hasat şenliğinin ilçenin zeytin ve zeytinyağı üretim ve pazarlamasına, Milas'ın tanınırlığına ve kırsal turizmine, Milas'a gelen yerli ve yabancı turist sayısına ve ilçenin tarım ekonomisine etkilerini ve katkılarını ortaya koyan kapsamlı bir araştırma yapılması yararlı görülmektedir.

-Şenlik genel olarak iki günde gerçekleşmektedir. Bu durum bazı etkinliklerin hızlı bir şekilde yapılmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle şenlik süresinin uzatılabilmesi önemli olabilecektir.

- Şenlik kapsamında yer alan zeytin hasadı ve zeytin sıkım etkinliklerine ayrılan zamanın artırılması yararlı olacaktır. Bu sayede daha fazla ziyaretçi zeytin bahçesinde hasat yapma imkanına kavuşabilecektir.
- Ziyaretçileri şenlik kapsamındaki faaliyetlere götüren ulaştırma hizmetlerinin daha organize olması düşünülmektedir.
- Tüm etkinliklerde olduğu gibi zeytin hasat şenliği etkinliğinde de bütçe etkinliğin başarısında önemli bir faktördür. Bu nedenle yörede daha fazla kurum ve kuruluşun şenliğe sponsor olabilmesi için gerekli çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKLAR

- Ahipaşaoğlu, S., Çeltek, E. 2006. *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Anonim, 2018a. Coğrafi İşaret Milas Zeytinyağının Değerine Değer Kattı, *Milas Ticaret ve Sanayi Odası Dergisi* 22 (62):14-16.
- Anonim, 2018b. Hedef: Milas Organik Zeytinyağı Birliği, <https://www.milasonder.com/haber/33536/hedef-milas-organik-zeytinyagi-birligi.html>, Erişim tarihi: 08.10.2018.
- Arcodia, C., Whitford, M. 2006. *Festival attendance and the development of social capital*, *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2): 1-18.
- Bakurcu, G.T., Bucak, T., Turhan, K.N. 2017. Bölge gastronomi turizmi üzerine yöresel ürün festivallerinin etkisi: Urla örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5 (Special issue 2): 230-240.
- Bagıran, D., Kurgun, H. 2016. *A research on social impacts of the Foça rock festival: the validity of the festival social impact attitude scale*, *Current Issues in Tourism* 19 (9): 930-948.
- Bekar, A., Kocatürk, E., Sürücü, C. 2017. *Gastronomi festivallerinin algılanan destinasyon imajına ve tekrar ziyaret etme niyetine etkisi: Fethiye Yeşilüzümlü ve yöresi kuzugöbeği mantar festivali örneği*, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(Special issue2): 28-36.
- Carlsen, J., Knight, J.A., Robertson, M. 2007. *Access-a research agenda for Edinburgh festivals*, *Event Management* 11:3-11.
- Chang, S. 2014. *The spillover effects of wine and harvest festival on other festivals*, *Tourism Analysis* 19:1-11.
- Cole, S.T., Chancellor, H.C. 2008. *Examining the festival attributes that impact visitor experience, satisfaction and re-visit intention*, *Journal of Vacation Marketing* 15(4):323-333.
- Çukur, F., Çukur, T. 2017. Coğrafi işaretli ürünlerin kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi: Muğla ili örneği, *Tarım Ekonomisi Dergisi* 23 (2):187-194.
- Çukur, T., Çukur, F. 2016. *Muğla ili Milas ilçesi'nde kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesi*, 5. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, s.97, 18-22 Mayıs 2016, Muğla.
- Çukur, F., Demirbaş, N., Çukur, T., Dayan, V., Uzun, A. Ç. 2014. *Zeytinyağı Tesislerinde İşletmecilerin Gıda Güvenliği ve Kalite Yönetim Sistemlerine Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Milas İlçesi Örneği*, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Yayınları, Basım sayısı:1, 74 s., ISBN:978-605-4397-39-6.
- Diedering, M., Kwiatkowski, G. 2015. *Economic impact of events and festivals on host regions – methods in practice and potential sources of bias*, *Pol. J. Sport Tourism* 22: 247-252.
- Dunn, D. 1995. *Advertising and Promotion, Direct Farm Marketing and Tourism Handbook*, 1-6 p.
- Duran, E., Hamarat, B. 2014. *Festival attendees' motivations: the case of International Troia Festival*, *International Journal of Event and Festival Management* 5(2):146-163.
- Egresi, I., Kara, F. 2014. *Economic and tourism impact of small events: the case of small-scale festivals in Istanbul, Turkey*, *Studia Ubb Geographia*, Lix 1: 47-64.
- Fredline, L., Jago, L., Deery, M. 2003. *The development of a generic scale to measure the social impacts of events*, *Event Management* 8(1): 23-37.
- Gibson, C. Stewart, A. 2009. *Reinventing rural places: The extent and impact of festivals in rural and regional Australia*. Wollongong, Australia: University of Wollongong.
- Hjalager, A.M., Kwiatkowski, G. 2017. *Entrepreneurial implications, prospects and dilemmas in rural festivals*, *Journal of Rural Studies*, in pres <http://dx.doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.02.019>, Erişim tarihi: 26.01.2018.
- Irshad, H. 2010. *Rural Tourism - An Overview*, Government of Alberta Agriculture and Rural Development.
- Janezko, B., Mules, T., Ritchie, B. 2002. *Estimating the economic impacts of festivals and events : a research guide*, CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Kargiglioğlu, Ş. Kabacık, M. 2017. *Gastronomi turizmi kapsamında Urla enginar festivaline gelen turistlerin festival hakkındaki görüşleri*, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 5(3): 409-421.
- Kidney, D. 2001. *Agri-tourism: Rural Festivals and Special Events*, [https://www1.agric.gov.ab.ca/\\$department/deptdocs.nsf/all/agdex1364/\\$file/888-3.pdf?OpenElement](https://www1.agric.gov.ab.ca/$department/deptdocs.nsf/all/agdex1364/$file/888-3.pdf?OpenElement), Erişim tarihi: 26.01.2018.
- Li, M., Huang, Z., Cai, L. A. 2009. *Benefit segmentation of visitors to a rural community-based festival*, *Journal of Travel & Tourism Marketing* 26(5-6): 585-598.
- Milas İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü Kayıtları, 2018.
- Milas Ticaret ve Sanayi Odası (MİTSO) Kayıtları, 2018.

- Mosely, M., Mowatt, R. 2011. *Reconceptualizing and repositioning festival exhibitors within tourism research*, *International Journal of Event and Festival Management* 2 (3): 254-270.
- Musgrave, J., Raj, R. 2009. *Introduction to a Conceptual Framework for Sustainable Events*. İç. R. Raj & J. Musgrave (Ed.), *Event management and sustainability*, Wallingford: Cabi, ss. 1-12.
- Okubo, K., Gardebroek, C., Heijman, W. 2014. *Research note: The economic value and roles of rural festivals in Japan*, *Tourism Economics* 20 (5), 1125-1132.
- O'Sullivan, D., D., Jackson, M. J. 2002. *Festival tourism: A contributor to sustainable local economic development?*, *Journal of Sustainable Tourism* 10(4): 325-342.
- Özdemir, G., Çulha, O. 2009. *Satisfaction and loyalty of festival visitors*, *Anatolia* 20 (2): 359-373.
- Özkan, E., Curkan, S.C., Sarak, E.C. 2015. *Festivallerin katılan ziyaretçiler üzerine etkileri: Alaçatı ot festivali örneği*, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* 6 (14): 59-69.
- Pavlukovic, V., Armenski, T., Pilar, J.M.A. 2017. *Social impacts of music festivals: Does culture impact locals' attitude toward events in Serbia and Hungary?*, *Tourism Management* 63: 42-53.
- Small, K. E. 2007. *Understanding the Social Impacts of Festivals on Communities*, *Phd thesis*, University of Western Sydney.
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. 2005. *A flexible framework for evaluating the socio-cultural impacts of a (small) festival*, *International Journal of Event Management Research* 1(1): 66-77.
- Tüfekçi, N.Ç. 2017. *Zeytin Diyarı Milas Zeytin Hasat Şenlikleri*, *Milas Belediyesi Kültür Yayınları* No:36, Milas, Muğla.
- TÜİK, 2018. *Bitkisel Üretim İstatistikleri*, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=92&locale=tr>, Erişim tarihi: 04.10.2018.
- Ui, S., Day, J., Cai, L. 2016. *The Influence of Festivals and Local Events on Community Quality of Life*, *Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, http://scholarworks.umass.edu/ttra/2013/AcademicPapers_Visual/9, Erişim tarihi: 26.01.2018.
- Yılmaz, E., Esen, F.Ö. 2017. *Muğla'da şenlik var: geleneksel Yörük-Türkmen şenliği örneği*, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5 (47): 564-582.