



## Türkiye’de Zeytin Üretilmeyen Bölgelerde Yaşayan Halkın Zeytinyağı Hakkındaki Farkındalıkları: Malatya Örneği (Awareness of the Locals Living in Regions Where Olive is not Produced in Turkey: The Case Study of Malatya)

\*Mustafa AKSOY<sup>a</sup>, Ünsal KÜTÜK<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Gazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

<sup>b</sup>Gazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, 06830 Gölbaşı, Ankara / Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:24.02.2014

Kabul Tarihi:05.05.2014

### Anahtar Kelimeler

Zeytin  
Zeytinyağı

### Keywords

Olive  
Olive Oil

### Öz

Özellikle Akdeniz havzasında ilk ticari metalardan biri de zeytinyağı olmuştur. Günümüzde de sağlıklı olması başta olmak üzere pek çok sebepten dolayı, sadece zeytinyağı üretiminin yapıldığı yerlerle sınırlı olmayan tüketimi, zeytinyağının diğer bitkisel yağlardan ayrı bir kategoride değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur. Bu araştırmanın amacı, önemli bir zeytin ve zeytinyağı üreticisi olan Türkiye’de, zeytinyağı üretilmeyen bölgelerde yaşayan tüketicilerin farkındalık düzeylerinin belirlenmesidir. Bu amaçla Malatya ilinde bir alan araştırması yapılmıştır. Elde edilen veriler bilgisayar ortamında değerlendirilmiş, yorumlanmış ve anket çalışmasına katılanların cinsiyet, yaş ve gelir durumlarıyla zeytinyağı kullanımı arasında farklılık olup olmadığı tespit edilmiştir.

### Abstract

One of the first commercial goods; especially in the Mediterranean Basin had been olives. Being a healthy product, widespread consumption at even the non-production locations, and due many other reasons, olive oil is evaluated in another category compared to other vegetable oils. The purpose of this research is determining the awareness level of individuals who reside at the non-olive oil producing regions in Turkey – a country that is a major olive oil producer. For this reason, a research is conducted in the Malatya province. The collected data are evaluated using computers and findings are analyzed. The differences between olive oil consumption and participants ‘gender, age and income levels are identified.

\*Sorumlu Yazar

[maksoy03@gmail.com](mailto:maksoy03@gmail.com) (M. Aksoy)