

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
DOKTORA PROGRAMI
2024 - DR –385

URLA ŞARAP TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİ VE URLA BAĞ YOLU ROTASI

HAZIRLAYAN
Helin Aslıhan HAZNEDAR

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU

AYDIN - 2024

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

...../...../2024

Helin A. HAZNEDAR

ÖZET

URLA ŞARAP TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ VE URLA BAĞ YOLU ROTASI

Helin A. HAZNEDAR

Doktora Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU

2024, XXI + 164 sayfa

Şarap Turizmi'ne olan ilginin gün geçtikçe artmaya başlaması, bu sektörün fiziksel koşulları ile tüketicilerin gözlem ve deneyimlerinin nasıl olduğunu ortaya koymayı gerekli kılmıştır. Söz konusu sektörün değişim ve gelişimi için var olan durumun ortaya konulması önemli görülmektedir.

Bu çalışmada, Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğinin ve Urla Bağ Yolu rotasının turistler ve Urla Bağ Yolu'ndaki şarap üreticileri tarafından nasıl değerlendirildiği araştırılmıştır. Araştırma, nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın örneklemini, Tripadvisor sitesi, 300 adet müşteri yorumu ve dört adet Urla Bağ Yolu şarap evi işletmecileri oluşturmuştur. Şarap evi müşteri yorumları ve işletme sahipleri ile yapılan görüşmelerden elde edilen veriler, MAXQDA 2020 programı kullanılarak içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiş ve beş üst tema, 37 tema ve 28 alt tema elde edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, sürdürülebilirlik unsurları, ekonomik unsurlar, rekabet unsurları, kalite unsurları ve şarap turizmi unsurları olarak beş (5) üst tema elde edilmiştir. Elde edilen temaların sonuçlarına göre, Urla Bağ Yolu'nu ziyaret edenlerin en çok gittikleri mekandan etkilendikleri, doğa ile iç içe olmanın ve bu ortamda şarap tadımı yapmanın onları çok etkilediği, gidenlerden bir kısmının şarap fiyatlarını uygun bulurken bir kısmının pahalı bulduğu, işletmenin gezilmesi sırasında aldıkları bilgilendirmeden çok memnun kaldıkları, gidenlerin büyük çoğunluğu şarapların kalitesinin çok iyi olduğunu ve yediği yemeklerin de gayet lezzetli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda işletme sahipleri ile yapılan görüşmeler sonucunda işletmelerinde çalıştırdıkları elemanların şarap konusunda eğitilmiş ve uzman olduğu dolayısı ile ürettikleri şarapların kalitesinin gün geçtikçe daha iyi sonuçlar aldıkları belirlenmiştir.

Sunum, servis konusunda müşteri memnuniyetini sağlamak açısından gayret gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca, kuramsal bölümde Türkiye'nin şarap sektörünün tarihi, coğrafi ve kurumsal yapıları ele alınmış ve dünyada şarap turizminin ve şarap üretiminin gelişimi ve günümüzde hangi konumda olduğu da betimlenmiştir.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Kalite, Rekabet, Sürdürülebilirlik, Şarap Turizmi, Şarap, Urla Bağ Yolu, Urla.



ABSTRACT

EVALUATION OF THE SUSTAINABILITY OF URLA WINE TOURISM AND URLA VINEYARD ROAD ROUTE

Helin A. HAZNEDAR

PhD. Thesis at Tourism Management

Supervisor: Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU

2024, XXI, 164 pages

The increasing interest in Wine Tourism has made it necessary to reveal the physical conditions of this sector and the observations and experiences of consumers. It is considered important to reveal the current situation for the change and development of the sector in question.

In this study, it was investigated how the sustainability of Urla wine tourism and the Urla Vineyard Route were evaluated by visitors and wine producers on the Urla Vineyard Road. The research was carried out with a case study from qualitative research methods. The sample of the research consisted of the Tripadvisor site, 300 customer comments and four Urla Vineyard Road wine house operators. The data obtained from winery customer reviews and interviews with business owners were analyzed by content analysis method using the MAXQDA 2020 program, and five superordinate themes, 37 themes and 28 sub-themes were obtained. According to the findings, five (5) main themes were obtained, as sustainability elements, economic elements, competition elements, quality elements and wine tourism elements. According to the results of the themes obtained, it was concluded that the visitors to Urla Bağ Yolu were most impressed by the place they visited, that being in touch with nature and tasting wine in this environment affected them very much, that some of the visitors found the wine prices reasonable while others found them expensive, that they were very pleased with the information they received during the tour of the business, that the majority of the visitors found the quality of the wines very good and that the food they ate was very delicious. At the same time, as a result of the interviews conducted with the business owners, it was determined that the employees they employ in their businesses are educated and expert in wine, and therefore the quality of the wines they

produce is getting better day by day. It was concluded that they make an effort to ensure customer satisfaction in terms of presentation and service.

In addition, in the theoretical section, the historical, geographical and institutional structures of Turkey's wine sector are discussed and the development of wine tourism and wine production in the world and its current position are described.

KEY WORDS: Competitiveness, Quality, Sustainability, Urla Vineyard Road, Urla, Wine Tourism, Wine.



ÖNSÖZ

Tez konusunun belirlenmesinde, araştırma ve yazımı aşamasında çok büyük katkı ve desteğini gördüğüm danışman hocam Sayın Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU'na teşekkür ederim. Tez izleme komitemde yer alan ve tezin gelişiminde katkı sağlayan değerli hocalarım Doç. Dr. Tuğrul AYYILDIZ ve Doç. Dr. Onur İÇÖZ'e teşekkür ederim. Doktoraya başladığım günden itibaren desteğini benden esirgemeyen Sayın Ülker ÇOLAKOĞLU'na çok teşekkür ederim. Veri analizi bölümünde beni aydınlatan yol gösteren Sayın Prof Dr. Meltem YALIN UÇAR'a çok teşekkür ederim.

Öğrenim hayatım boyunca beni her zaman destekleyen, motive eden, elverişli bir çalışma ortamı hazırlayarak her türlü desteği sağlayan anneme sonsuz teşekkür ederim.

Helin A. HAZNEDAR

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vii
ÖNSÖZ.....	ix
İÇİNDEKİLER.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xvi
TABLolar DİZİNİ.....	xvii
GÖRSELLER DİZİNİ.....	xviii
EKLER DİZİNİ.....	xix
KISALTMALAR DİZİNİ	xx
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM.....	3
1. TÜRKİYE’DE VE DÜNYA’DA ŞARAP TURİZMİ.....	3
1.1. Şarabın Mitolojideki Yeri	3
1.2. Şarap ve Tarihsel Gelişimi.....	4
1.2.1. Bağcılık ve Tarihçesi.....	4
1.2.2. Şarap Tanımı	5
1.2.3. Şarap Turizmi ve Önemi	6
1.2.4. Şarap, Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi.....	8
1.3. Şarap Turizmini Etkileyen Faktörler	9
1.3.1. Şarap Üretiminin Piyasalara Göre Konumu	10
1.3.1.1. Dünyadaki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi	11
1.3.1.2. Türkiye’deki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi.....	13
1.4. Dünya’da Şarap Üretiminin Tarihi	17

1.5. Anadolu’da Şarap Üretiminin Tarihi	19
1.6. Urla’nın Coğrafi Özellikleri.....	22
1.7. Urla’nın Tarihi	23
1.8. Urla Hakkında Genel Bilgiler	24
1.9. Urla’da Şarap Üretiminin Tarihi.....	25
1.10. Urla Üzüm Bağları ve Üretimi.....	26
1.11. Urla’da Şarap Üretimi Yapan İşletmeler	27
1.12. Urla’da Turizm	28
1.13. Urla’nın Şarap Turizmi Potansiyeli	32
1.14. Urla Bağ Rotası.....	32
1.15. Urla Şarap ve Peynir	34
1.16. Şarap Turizminin Unsurları	35
1.16.1. Şarap Turisti	35
1.16.2. Dünya’da ve Türkiye’de Şarap Rotaları , Bağlar Şarap Turizmi Bölgeleri... ..	36
1.16.2.1. Dünya’daki Şarap Rotaları-Şarap Turizm Bölgeleri ve Bağlar.....	37
1.16.2.1.1. Eski Dünya Ülkeleri.....	37
1.16.2.1.1.1. Fransa	37
1.16.2.1.1.2. İtalya.....	40
1.16.2.1.1.3. İspanya	43
1.16.2.1.1.4. Portekiz	45
1.16.2.1.1.5. Almanya	49
1.16.2.1.2. Yeni Dünya Ülkeleri	52
1.16.2.1.2.1. Amerika Birleşik Devletleri	52
1.16.2.1.2.2. Avusturalya-Yeni Zellanda	53
1.16.2.1.2.3. Güney Afrika.....	54
1.16.2.1.2.4. Şili	56
1.16.2.1.2.5. Arjantin	58

1.16.2.2. Türkiye’deki Şarap Rotaları-Şarap Turizm Bölgeleri ve Bağlar	60
1.16.2.2.1. Türkiye’de Üretilen Şarapların Bölgelere Göre Dağılımı	60
1.16.2.2.1.1. Marmara Bölgesi	61
1.16.2.2.1.2. Ege Bölgesi	63
1.16.2.2.1.3. İç Anadolu Bölgesi	66
1.16.2.2.1.4. Doğu Anadolu Bölgesi	67
1.16.2.2.1.5. Güney Doğu Anadolu Bölgesi	68
1.16.2.2.1.6. Akdeniz Bölgesi	69
1.16.2.2.1.7. Karadeniz Bölgesi	70
1.6.3. Şaraphaneler	71
2. BÖLÜM	73
2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK	73
2.1. Sürdürülebilirlik ve Turizm İlişkisi	73
2.2. Şarap Turizmi ve Sürdürülebilirlik	75
2.3. İklimin üzüm ve Şarap Üzerindeki Etkisi	79
2.4. Sürdürülebilir Tarım	80
2.5. Şarap Üretiminin Çevresel Etkisi ve Sürdürülebilirliği	80
2.5.1. Suyun Kullanımının Optimizasyonu	82
2.5.2. Sera Gazı Emisyonları ve Enerji Kullanımının Optimizasyonu	83
2.5.3. Üretim ve İşleme Aşamalarında Teknik Girdilerin Kullanımının Optimize Edilmesi	83
2.5.4. Toprak Yönetimini İyileştirmeye Yönelik Uygulamalar	84
2.5.5. Atık Yönetimi ve Minimizasyon Stratejileri	85
2.6. Şarap Üretiminin Sosyal Etkileri ve Sürdürülebilirliği	86
2.7. Şarap Üretiminin Ekonomik Etkileri ve Sürdürülebilirliği	87
2.8. Organik Şarap Üretimi	89
3. BÖLÜM	94
3. METODOLOJİ	94

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	94
3.2. Araştırma Soruları.....	95
3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	95
3.4. Araştırmanın Yöntemi	96
3.4.1. Durum Çalışması (Case Study)	97
3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	97
3.6. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Teknikleri.....	98
3.7. Veri Toplama Süreci.....	99
3.8. Araştırmada Kullanılan Analiz Teknikleri	100
3.9. Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliği	101
3.9.1. İç ve Dış Geçerlik :.....	103
3.9.2. İç ve Dış Güvenilirlik	103
4. BÖLÜM.....	104
4. BULGULAR	104
4.1. Katılımcıların İfadelerinin Boyut ve Temalara Göre Dağılımı	104
4.1.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	106
4.1.1.1. Sürdürülebilirlik Unsurları (Üst Tema)	106
4.1.1.1.1. Şarapların Tadılması Yönünde Olumlu Tavsiye.....	107
4.1.1.1.2. Fiziksel Özellikler/Ambiyans, Peyzaj,... Hakkında Bilgi	107
4.1.1.1.3. Mekanın Temiz Olması Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum	107
4.1.1.1.4. Otopark Olması Hakkında Olumlu Yorum.....	108
4.1.1.1.5. Mekanın Tekrar Ziyaret Edilmesi Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum.....	108
4.1.1.1.6. Bağ Yoluna Gidilmesi Yönünde Olumlu ve Olumsuz Tavsiye.	108
4.1.1.1.7. Mekan Daha Önce Ziyaret Edilmiş.....	109
4.1.1.1.8. Tavsiye /Otel/Arkadaş/Yorumlar Üzerine Gelinmiş	109
4.1.1.1.9. Otel Olması Hakkında Bilgi Edinilmiş	110
4.1.1.1.10. Gittikleri İçin Memnun Kalma.....	110

4.1.1.1.11. Gittikleri için Memnun Kalmama	110
4.1.1.2. Ekonomik Unsurlar (Üst Tema)	111
4.1.1.2.1. Şarap Satın Alınmış	111
4.1.1.2.2. Şarap Fiyatları	112
4.1.1.2.2.1. Şarap Alınması Yönünde Tavsiye	112
4.1.1.2.2.2. Şarap fiyatları Normal/Makul/Uygun	112
4.1.1.2.2.3. Pahalı Şarap Fiyatları	112
4.1.1.3. Rekabet Unsurları (Üst Tema)	113
4.1.1.3.1. Yönetim Politikası	113
4.1.1.3.1.1. İşletmenin Verdiği Hizmet Olumlu/Olumsuz Yorumlar....	113
4.1.1.3.1.2. 18 Yaşından Küçük Çocukların Tadım Odasına Alınmaması /Olumlu ve Olumsuz Yorumlar	114
4.1.1.3.2. Çalışanın /Personelin Verdiği Hizmet	115
4.1.1.3.2.1. Çalışanın/Personelin Verdiği Hizmet Memnun Kalma/Memnun Kalmama	115
4.1.1.3.2.2. Bilgilendirme Yapılması	115
4.1.1.3.2.3. Servis/Yavaş, Kötü, Vasat.....	115
4.1.1.3.2.4. Davranış-Tutum/Güler Yüzlü, İlgili Olması Yönünde Olumlu ve Olumsuz Yorumlar	116
4.1.1.3.2.5. Eğitim Durumu- Mesleki Bilgi/Deneyim Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum.....	116
4.1.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	117
4.1.2.1. Kalite Unsurları (Üst Tema)	117
4.1.2.1.1. Şarabın Sunumu/Tadımı	117
4.1.2.1.2. Şarap Çeşidi	118
4.1.2.1.3. Şarabın Lezzeti Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum	118
4.1.2.1.4. Şarabın Kalitesi Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum.....	119
4.1.2.1.5. Restoran Hizmeti/Yemek Hizmeti Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum.....	119

4.1.2.1.6. Yemek Çeşitleri/Menüsü	120
4.1.2.1.6.1. Sosis Tabağı	120
4.1.2.1.6.2. Pizza Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum.....	120
4.1.2.1.6.3. Peynir Tabağı	121
4.1.2.2. Şarap Turizmi Unsurları (Üst Tema).....	121
4.1.2.2.1. Mekanın Gezilmesi/Bağ Ve Mesken	122
4.1.2.2.2. Konum/ Yol Hakkında Bilgi.....	122
4.1.2.2.3. Büyüklük/Heybetli/Küçük	122
4.2. İşletme Sahiplerinin Vermiş Oldukları Cevapların Değerlendirilmesi.....	123
5. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	129
6. KAYNAKLAR.....	136
7. İNTERNET KAYNAKLARI.....	158
8.EKLER	162
ÖZGEÇMİŞ	162

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1. Yarımada Gezi Rotaları	30
Şekil 1.2. Urla Bağyolu	33
Şekil 1.3. Trakya Bağ Rotası.....	62
Şekil 1.4. Avrupa Birliği “Şarap Kültürü Turizm Değişimi” Projesi Kapsamında Şarap Rotaları	64
Şekil 1.5. Türkiye’nin Şarap Rotaları.....	65
Şekil 1.6. Ege Bölgesi Bağ Rotası Örneği.....	66
Şekil 1.7. İç Anadolu Bölgesi Bağ Rotası Örneği.....	67
Şekil 1.8. Doğu Anadolu Bölgesi Bağ ve Şarap Rotası Örneği	68
Şekil 1.9. Güneydoğu Anadolu Bağ ve Şarap Rotası Örneği.....	69
Şekil 1.10. Akdeniz Bağ ve Şarap Rotası Örneği	70
Şekil 1.11. Karadeniz Bağ ve Şarap Rotası Örneği.....	71

TABLÖLER DİZİNİ

Tablo 1.1. Dünya Üzüm Verileri (1.000 ton).....	11
Tablo 1.2. Dünyadaki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi	12
Tablo 1.3. Dünya’da En Fazla Şarap Üreten Ülkeler (Milyon Hektolitire).....	12
Tablo 1.4. Türkiye’deki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi.....	14
Tablo 1.5. Türkiye Üzüm Verileri (1.000 ton).....	14
Tablo 1.6. Türkiye’de Şarap İşletmelerinin Bölgelere Göre Dağılımı	16
Tablo 1.7. Türkiye’de Şarap İşletmeleri Tarafından Kullanılan Şaraplık Üzüm Çeşitleri ...	16
Tablo 1.8. Urla’da Konaklama Belgeli Tesis Sayıları	29
Tablo 2.1. Organik Bitkisel Üretim Miktarları.....	92
Tablo 4.1. Araştırmanın Verilerinden Elde Edilen Temalar.....	105

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1.1. Urla Sahil.....	25
------------------------------------	----



EKLER DİZİNİ

Ek 1. Görüşme Soruları.....	162
-----------------------------	-----



KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AC	: Appellation Controlee / Menşe Kontrolü
ACEVIN	: La Asociación Española de Ciudades del Vino/ İspanya Şarap Şehirleri Birliği
AOC	: Appellation D'origine Controlee/ Kontrol Altına Alınmış Menşe
ATÜT	: Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri
Cİ	: Coğrafi İşaret
DO	: Denominación de Origen/Menşe Adı
DOC	: Denominazione di Origine Controllata/Kontrollü Menşe Adı
DOCa	: Denominación de Origen Calificada/Kalifiye Menşe Adı
DOC (G)	: Denominazione di Origine Controllata e Garantita/Kontrollü ve Garantili Menşe Adı
FAO	: Food and Agriculture Organization of United Nations/Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
IFOAM	: International Federation of Organic Agriculture Movements/Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu
IPCC	: Intergovernmental Panel on Climate Change/ Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli
ISO	: International Organization for Standardization/ Uluslararası Standardizasyon Kuruluşu
IoT	: Internet of Things/ Nesnelerin İnterneti
İHA	: İnsansız Hava Aracı
OIV	: International Organisation of Vine and Wine/ Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü

OIV-CST	: International Organisation of Vine and WineScientific and Technical Committee/ Uluslararası Bağ ve şarap Örgütü-Bilimsel ve Teknik Komite
PDO	: Protected Designation of Origin/ Menş e Adı Korumalı Ürün
TAGEM	: Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TAPDK	: Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu
TEKEL	: Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization/ Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNWTO	: The United Nations World Tourism Organization/ Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
USDA	: United States Department of Agriculture/ Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı
WHO	: World Health Organization/ Dünya Sağlık Örgütü
WSET	: Wine and Spirit Education Trust /Şarap ve Alkollü İçki Eğitim Vakfı

GİRİŞ

Araştırmanın konusunu Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesi ve Urla Bağ Yolu rotasının turistler ve Urla Bağ Yolu'ndaki şarap üreticileri tarafından nasıl değerlendirildiği araştırılmıştır. Urla Bağ Yolu Rotası Türkiye'nin haritalandırılmış ikinci bağ yolu rotasıdır. Son yıllarda Urla'da pek çok festival ve etkinlik düzenlenmektedir. Bu festivaller ve etkinlikler bölgenin tanıtımında önemli rol oynamaktadır. Urla'da faaliyet gösteren şarap işletmelerine de ürünlerini tanıtmak için güzel fırsatlar sunmaktadır. Urla Bağ Yolu Rotası'nda yer alan şarap işletmeleri ürettikleri kaliteli şaraplar ile şarap turistlerinin ilgisini çekmektedir.

Urla köklü bir bağcılık ve şarapçılık geçmişine sahiptir. Eski tarihlerden bu yana üzüm bağlarının ve üretimin varlığı aynı zamanda şarap yapımı da günümüze kadar gelişerek gelmiştir. Şarap turizmi bağlamında Urla önemli bir potansiyele sahip olup gün geçtikçe tanınırlığı artmaktadır. Bu duruma Urla'da düzenlenen festival, etkinlik ve gastronomi turlarının katkısı büyüktür. Şarap turizmi yerel kültür, gelenekler, bölgeye özgü karakteristik özelliklerden de etkilenmektedir. Urla'da bağcılık, şarapçılık ve turizmin birbirini destekleyen unsurlar olduğu da görülmektedir.

Şaraplık üzüm üretiminin gerçekleştiği Ege Bölgesi'nde kaliteli şaraplık üzümlerden çok iyi şaraplar üretilmektedir. Ege Bölgesi'nde yer alan Urla, İzmir ilinin ilçelerinden biridir. Yarımada'da yer alan Urla, İzmir'e yakınlığı ve ulaşım kolaylığı ile de coğrafi bakımdan avantajlı bir konuma sahiptir. Turizm çeşitliliği, kültürel ve tarihi zenginliği açısından da çok önemli bir yere sahiptir.

Ülkemiz de üzüm üretiminde iklim, toprak yapısı, coğrafi konum gibi özellikleri ile önemli bir değere sahiptir. Ülkemizde butik şarap sektörünün son yıllarda gelişimi ile birlikte şarap kalitesi de artmıştır. Fakat üzüm üretiminde Türkiye dünya genelinde önemli bir potansiyele sahip olmasına rağmen şarap üretiminde istenilen seviyede değildir.

Dünya'da şarap turizmi Eski ve Yeni Dünya olarak nitelendirilen ülkelerde çok ilgi görmektedir. Özellikle Avrupa ülkelerinde şarap bir kültürü ifade etmekte ve yemeğin tamamlayıcısıdır. Yeni Dünya ülkeleri de günümüzde şarap üretiminde yeni teknolojinin de kullanılması ile sürekli gelişme göstererek rekabeti arttırmakta olduğu görülmektedir.

Sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma kullanılan kaynakların tüketiminin aşırıya kaçmadan, sosyal, ekonomik ve çevresel bütünlüğe zarar vermeden yürütülen faaliyetleri içerir. Sürdürülebilirlik kavramı günümüzde daha da fazla önemsenmeye başlamış ve bu konudaki kararlılık gün geçtikçe artmaktadır. Urla'nın şarap turizmi ve alternatif turizm olanaklarının gelişmesini destekleyen pek çok proje hayata geçirilmiştir. Bu konuda yapılan çalışmalar devam etmektedir.

Araştırma altı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde şarap turizminin Dünya ve Türkiye'deki gelişimi, Urla'nın şarap üretiminin geçmişten günümüze tarihçesine yer verilmiştir. İkinci bölümde Şarap turizminin sürdürülebilirliği, üçüncü bölümde Urla'nın coğrafi ve tarihi özellikleri hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde ise araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, örneklem grubu, araştırmada kullanılan veri toplama teknikleri, araştırma verilerinin toplanma süreci, araştırmada kullanılan analiz teknikleri, araştırmanın güvenilirliği ve geçerliği yer almaktadır. Beşinci bölümde araştırmadan elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Araştırmanın son bölümünde ise araştırma sonuçları ilgili alan yazın çerçevesinde tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

1. BÖLÜM

1. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA ŞARAP TURİZMİ

1.1. Şarabın Mitolojideki Yeri

Şarabın ilk bulunduğu bölgenin din kitaplarında da Ağrı Dağı civarı olduğu ifade edilmektedir (Gürsoy, 2003: 15). Şarap, mitoloji ve din kitaplarında konu olmuştur. Musevilik için kutsal kitap olan Tevrat'a göre Nuh, işlediği bağın üzümleri ile şarap yaparak içmiş ve sarhoş olmuştur (Uhri, 2016: 12).

Mısır'da arkeolojik kazılar sonucu M.Ö 3500 yılına ait kaya mezarlarının duvarlarına yapılmış kabartma resimlere işlenen motiflerin asma, şarap ve üzümle ilgili olduğu tespit edilmiştir (Yahşi, 1995: 18). Şarap içki olmasına rağmen dini bir özelliği de vardır. Şarap tanrılarına Mısırlıların Osiris, Yunanlıların Dionysos, Romalıların Bacchus olarak isim vermişlerdir (Uğurlu, 2013: 40). Hititler'de Telepinu söz dinlemeyen, gizli olan şeyleri ortaya çıkaran insanların sarhoş olmasına neden olan, bir şarap tanrısı olarak anlatılmaktadır (Gürsoy, 2003: 16).

Hitit Devleti'nin yıkılması ile Anadolu'nun merkezine başka halklar hakimiyet kurmuştur. Bu halkların gelmesi ile zengin nüfusa sahip Anadolu topraklarını zenginleştirmiştir. Anadolu'ya Frig, Lidya ve Urartu halkları yerleşmişlerdir. M. Ö. 6. Yüzyılda Perslerin Anadolu topraklarına gelmesiyle Antik Yunan kültürü ile beraber Pers kültürü de dahil olmuş ve Anadolu toprakları oldukça çeşitli kültürel yapıya sahip olmuştur. Bu kültürel zenginlik şarap tanrısı olan Dionysos'un doğumuna sebep olmuştur (Himmetoğlu, 2020: 63). Batı Anadolu topraklarında devlet kuran Frig ve Lidyalılar için Kybele, Artemis ve Dionysos önemli doğa tanrılarıdır (Deliorman Orhan vd., 2011: 72). Dionysos Zeus'un oğludur. Dionysos önce doğa ürünlerinin, sonra bağların koruyucusu ve şarabı icat eden olarak kabul edilmiştir (Çalkan Sağlam ve Sağlam, 2018: 4). Dionysos; şarap, bağ, üzüm hasadı, taneli meyveler, meyve bahçeleri, bakir doğa, ormanlar, yabani otlar ve yabani hayvanlar, özellikle de aslan, kaplan, leopar, vaşak gibi yırtıcı büyük kedilerin, bolluk, bereket, şarap yapımı ve içiminin, şenlikler, taşkınlıklar, kendinden geçme, haz, komedya, tragedya oyunları ve oyunculuğunun tanrısıdır (Lafli, 2017: 23).

1.2. Şarap ve Tarihsel Gelişimi

1.2.1. Bağcılık ve Tarihçesi

Üzüm yetiştiren (*Vitis Vinifera*) asmanın ilk yetiştirildiği yere ait net bir bilgi yoktur ve bu anavatanının neresi olduğunu belirlemek için yapılan çalışmalarda; Avrupa’da yapılan çalışmalarda yerli asmadan ziyade yabancı asmalara benzeyen fosiller eski Karbon devrine ait tabaka içinde bulunmuştur. Avrupa’da yer alan buzul arazilerinin haricinde, Fransa’nın Montpellier’inde ve Roma’da asma yaprakları fosilleri bulunmuştur (Aktaş, 2002: 1). Asmanın M.Ö. 6000-5000 yılları arasında , Kafkasya’nın ve Hazar Denizi’nin güneyinden Anadolu kültürüne dahil edildiği bu bölgeden de dünyanın her tarafına yayıldığı yapılan araştırmaların sonucunda görülmüştür (Türkben vd., 2012: 48). Asmanın (üzümün) anavatanının Kafkasya, Hazar Denizi’nin güneyi ve Kuzey Doğu Anadolu bölgeleri olduğu belirtilmektedir. Asmanın kökeni hakkında 20. yy’da yapılan jeolojik ve arkeolojik araştırmalar, asma bitkisinin günümüzden yaklaşık 60 milyon yıl önce bile dünyada pek çok coğrafyada yetiştirildiği belirlenmiştir (Sağlam ve Çalkan Sağlam, 2018: 602). Asma bitkisinin Anadolu’daki varlığı Anadolu medeniyeti ile başladığını göstermektedir. M.Ö 3000’lere ait Hitit dönemi, som altından yapılmış şarap sürahi ve ayaklı şarap kadehi bulunmuş en eski şarap kabıdır ve Anadolu Medeniyetleri Müzesi’nde sergilenmektedir. (Güneri, 2013: 22).

Hititlerde kanun paragraflarında, bağcılık ekonominin temel kaynaklarından biri olduğu belirtilmiş ve bağların çitler ile korunduğu; bağlardaki asmaların çalınması, bağların yakılması ve zarara uğraması durumunda ağır para cezalarının verilmesi, bağların diğer arazi parçalarından daha değerli olduğu anlatılmaktadır. Bu kanun paragraflarında nasıl yetiştirildiği konusunda bir bilgiye rastlanmamıştır. Asma, üzüm ve şarabın kültürte ve günlük hayatta büyük yere sahip olduğu dua ve ayin metinlerinde asmadan bahsedilmesinden anlaşılmaktadır. Bunun yanında asmanın cenaze törenlerinde önemli bir yeri vardır (Deliorman Orhan vd., 2011: 71-72).

Hititler’den sonra M.Ö. 1. binde, Hellen bağcılığının öncesinde Anadolu’daki bağcılığın aktif olduğu ifade edilmektedir: Kuzey Mezopotamya topraklarında M.Ö. 911-605 ‘de Yeni Assurlular ülkesi kurulmuş ve bağcılık yapmışlardır. II. Aşurnasirpal kütüphanesinde bulunan bazı tabletlerin üstünde 10 değişik şarabın ismi yazmaktadır. M.Ö. 722-705 yıllarında Yeni Assur hükümdarı II. Sargon’un ("Šarru-ukin") yıllıkları Urartu

ülkesinin kendi bağlarının üzümleri ile üretilen şaraplar için mahzenlerin yapıldığından bahsetmektedir (Lafli, 2017: 21).

Tarihi kaynaklarda Ankara'nın kurucusu olarak Frig Devleti Kralı Midas olarak belirtilmektedir. Ankara adının ise; gemi çapası anlamına gelen Anküra'dan geldiği (gemi çıpasını ilk bulan kişi Midas, kentte bu ismi vermiştir) ya da Farsça üzüm anlamına gelen Engürü isminin kullanıldığı ve zamanla değişip Ankara ismini aldığı tarihi kaynaklarda belirtilmektedir. Ankara ve çevresinde üzüm yetiştiriciliğinin tarih boyunca en önemli bölgelerinden biri olduğu için Engürü ismi sıklıkla kullanılmıştır (Deliorman Orhan vd., 2011: 72).

Anadolu'nun pek çok yöresinde bağcılık faaliyetlerinin olduğu görülmektedir. Eski belgelere göre Van ilinde Urartu dönemine ait Menua sulama kanalı ve bu kanalın çevresinde bulunan asma bahçelerinin olduğu belirtilmektedir. Kral Menua Kanalı'na ait destek duvarlarında beş tane yazıt bulunmaktadır. Bu yazıtlardan bir tanesinde "Bu bağ, Menua'nın kızı Tariria'nındır ve Adı "TARIRIA BAĞIDIR" yazmaktadır. Evliya Çelebi gezdiği yerler ile ilgili yazdığı seyahatnamesinde; Van Kalesi'nin bütün pencerelerinin bağ ve bahçelere baktığını yazmıştır (Güneri, 2013: 24).

1.2.2. Şarap Tanımı

Şarabın farklı tanımları bulunmaktadır ve ana maddesi üzümdür. Doğal fermantasyonu sağlayan üzümlerin yapısında bulunan şeker, su ve kabuğundaki maya meydana getirmektedir. Şarap, olgunlaşmış üzüm tanelerinin ezilmesi ile yapısında bulunan şeker, su ve kabuğundaki maya ile birlikte fermente olarak meydana gelen alkollü içecektir (Utku,2015:9). Bunun yanında şarap, meyvelerin suyundan üretilir (Cüce ve Dulkadiroğlu, 2017: 166).

Asma günümüze kadar mutasyona uğramıştır ve insanların müdahaleleri ile de asmada kültür çeşitliliği ortaya çıkmıştır. Dolayısı ile meydana gelen bu çeşitlilik ile birlikte üzümlerin şekli, rengi, yapraklarının büyüklüğü, diğer özelliklerini etkilemiştir. Bu üzümlerden elde edilen şarapların renkleri, tatları ve alkol oranları da birbirinden farklıdır. Elde edilen çeşitlilik orta ve düşük niteliğe sahip şarap üretilmesinin yanısıra kalitesi yüksek şarapların da üretilmesine olanak tanır (Uluçay, 1996: 45).

Kaliteli şarap üretiminde üzümün yetiştirileceği bölgenin sahip olduğu özellikler önemlidir. Kalitesi yüksek şarapların üretilmesi için kalitesi yüksek üzümler kullanılmalıdır. Bunun için de üzümün üretildiği bölgenin toprağının yapısı, iklimi ve hava koşullarının elverişli olması önemli unsurlardır (Yüncü, 2010: 28). “Terroir”, şarap üretimi için kullanılan bir kavramdır ve Fransızca “toprak”, “yöre” anlamında kullanılmaktadır. Üzüm bağlarının kapladığı alanı tanımlar (Kaya, 2017: 18). Terroir, şarabın karakterini tanımlayan unsurların bütünü, yani toprak, tepe, eğim, rüzgar, güneşe maruz kalma, bölgede yetiştirilmeye uygun çeşitlerden oluşan coğrafi alanın tamamını temsil eder (Bărbulescu, 2017: 195).

Dünyada bugün şarap üretiminde uygulanan temel iki yöntem vardır. Birinci yöntem üzümün şaraba dönüşürken en az değişiklik ile fermantasyonu doğal sürecinde meydana gelmesi esasına dayanır ve uzun zaman almaktadır. Burada üzüm şaraba dönüşürken zaman kısıtlaması yoktur. Bu sürenin uzaması için gayret gösterilir. Bu yöntem Bordo yöntemi denilmektedir ve çoğunlukla şatoların uyguladığı bir sistemdir. Diğer yöntem ise modern yöntem olarak isimlendirilir. Bu yöntemde şarap diğer yöntemin aksine daha kısa zamanda olgunlaştırılmalı ve stabil hale getirilmelidir (Yüksek Güler, 2008: 27).

1.2.3. Şarap Turizmi ve Önemi

Şarap turizmi nispeten yakın zamanda ortaya çıkan modern bir olgudur. Dünya’da, Avrupa kıtası şarap turizminden ve pratiğinden diğer kıtalardan çok daha önce bilgiye sahip olmuştur. Kısa bir süre sonra da yeni dünya ortaya çıkmış ve günümüzde şarap turizminin geliştirilmesine önceden yapılan yatırımlarla kolaylaştırılan şarap turizmi seçenekleri ortaya çıkmıştır (Ramos vd., 2018: 681).

1990'larda hızla gelişen şarap turizmi araştırmasının ilk aşaması olarak ilk şarap turizmi konferansı 1998'de Avustralya'da yapılmıştır. Turizmin yeni alt alanının boyutlarını doğrulamayı ve keşfetmeyi amaçlayan tanımlayıcı ve karşılaştırmalı çalışmalara yapılan vurgular belirlenmiştir (Getz ve Brown, 2006: 147).

Şarap turizmini tanımlamak için tek tip bir yaklaşım yoktur. Pazarlama açısından şarap turizmi, mevcut ve potansiyel şarap turistlerinin ihtiyaçlarının belirlenmesi anlamına gelmektedir. Şarap turizminin çoğu tanımı, tatile çıkma, seyahat etme, yeni deneyimler

yaşama, yeni şeyler öğrenme motivasyonlarını dikkate almaktadır (Olaru, 2012: 159) olarak ifade edilmiştir.

Şarap turizmi, üzüm şarabı tadımı ve/veya bir üzüm şarabı bölgesinin özelliklerini deneyimlemenin ziyaretçiler için başlıca motive edici faktörler olduğu üzüm bağları, şarap imalathaneleri, şarap festivalleri ve şarap şovlarını ziyaret olarak tanımlanabilir (Hall vd., 2009: 150). Şarap turizminin başka bir tanımı da aynı anda bir tüketici davranışı biçimi, destinasyonların şarapla ilgili çekicilikler ve görseller geliştirip pazarladığı bir strateji ve şarap imalathaneleri için ürünlerini doğrudan tüketicileri eğitmek ve satmak için bir pazarlama fırsatıdır (Getz ve Brown, 2006: 147).

Şarap turizmi, şarap ticareti ile turizm arasında bir ittifak gibi kabul edilen bir kavram olarak benimsenmiştir. Avrupa'da, ziyaretçileri ağırlamak için tasarlanmış olsalar da, çok azı şarap turistleri için açık liman olmuştur ve kendi şarap üretimlerinin reklamını yapmak, yerinde satmak için turlar veya tadımlar düzenleyenlerin çok azı yer almıştır. Girişimler son yıllarda artmıştır. Daha fazla ülke bu konuda stratejiler benimsemekte ve bağcılık bölgelerini farklı bir şekilde ele almaktadır (Manila, 2012: 55). Turizmin çeşitlenmesi ile birlikte seyahat acentalarının bağlara günübirlik ve haftalık turlar düzenlemeleri ülkemizde şarap turizminin ilgi görmeye başlamasına olanak sağlamıştır (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 31).

Şarap turizmi deneyimi çeşitli şekillerde sağlanabilir; en önemlileri etkinlikler ve festivaller, kültürel miras, yemek, ağırlama, eğitim, tadım ve mahzen kapı satışları ve şaraphane turlarıdır (Charters ve Ali-Knight, 2002: 312). Şarapla ilgili etkinlikler, şarap bölgelerine, ürünlerin bireysel şarap imalathaneleri tarafından bilinirliğini artırmak ve tüm destinasyonun çekiciliğini artırmak için fırsatlar sunmaktadır (Yuan v.d., 2006: 205).

Adrian (2014: 51) şarap turizmi içinde temel motivasyonları aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

- Bilimsel amaçlarla şarap üretme konusunda uzman kişiler tarafından üzüm bağlarını ziyaret etmek
- Şarap alıcıları şarap alıcıları tarafından ziyaret edilmesi

- Şarap yapım sürecini anlamak ve yerinde tatmak için üzüm bağlarını ziyaret etmek, teşvik etmek amacıyla bunu bir tanıtım faaliyeti olarak gören yetiştiriciler tarafından finanse edilen faaliyet, satış faaliyeti ve potansiyel müşterileri uzun vadede elde tutmak

- şarap rotalarını bilmek, açıkça tanımlanmış bir temaya ve çekici coğrafi boyuta sahip yol ağı, bağcılık ve şarap yapımını empoze eden eski geleneklerin dikkate değer bir kültürel mirasıdır

Şarap turizmi, işleyen bir endüstriye ve “yaşayan” bir kültüre dayalı olma avantajına sahiptir ve bu nedenle değişme ve bu değişimle sürdürülme potansiyeline sahiptir (Hall ve Mitchell, 2000: 450).

1.2.4. Şarap, Kültürel Miras ve Turizm İlişkisi

Kültür, daha geniş bir sosyal, ekonomik ve ekolojik çevrede işlev görür, zamana ve yere özgüdür, belirli bireyler ve gruplar kültürel eserlerini ,değerlerini diğerlerinden daha güçlü bir şekilde tanıttıkları araçlara ve güce sahiptir (Stylianou-Lambert vd., 2014: 569). Kültürel miras, kolektif bir mirastır ve insanlara kültürel geçmişlerini, sosyal ve tarihsel mücadelelerini, başarılarını hatırlatır. Dolayısıyla böyle bir mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması için çaba gösterilmiştir (Perzolla vd., 2018: 321).

Bağ ve şarap, tarihle bağlantılı bir kültürel mirasın parçalarıdır ve farklı şarap bölgelerinin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimi için vazgeçilmez bir unsur olmuştur. Şarap kültürü, çok eski zamanlardan beri yaşamın, kültürün ve beslenmenin bir parçası olarak gelişmiştir(Salvado, 2016: 396). Binlerce yıldan beri şarap birçok ülkenin kültüründe, ekonomisinde büyük rol oynamıştır. Fransa'nın, İtalya'nın, Portekiz'in, Macaristan'ın, Avusturya'nın, İsviçre'nin, Batı-güney Almanya'nın ve çoğu Balkan ülkesinde halk içkisi olarak önemli bir yer edinmiştir. Bu ülkelerin sofralarında şarap herkesin sofrasında yer almaktadır (Uluçay, 1996: 101).

Genel olarak turistler, güçlü kültürel ve tarihi bağlara sahip bölgelere daha fazla seyahat etme eğilimindedir. Bu nedenle İngiltere'deki gezginler genellikle Avustralya, Yeni Zelanda ve Kanada'yı tercih etmektedirler. Öte yandan Avrupa, kültürel çeşitliliği nedeniyle her zaman ziyaretçi çekmiştir ve özellikle kültürel köklerini arayan Yeni Dünya turistlerini

cezbetmektedir. Her iki eğilim de şarap ithalatının sonuçlarını artırarak şarap turizmini desteklemektedir (Getz vd., 1999: 23).

Şarap bir kültürdür ve nesilden nesile aktarımı, kadim sanatının korunmasına ve kendine ait gelenek ve göreneklerinin yayılmasına imkan vermektedir. Bölgenin sosyo-kültürel kimliğinin aktarıcısı olan şarap, aynı zamanda yaşam ve düşünce tarzının da garantörüdür (Manila, 2012: 57). Şarap ve tipik ürünler, kimliklerini koruyan ve özellikleri üretildikleri bölgeye bağlı olan ürünlere atfedilen kaliteli etiketler ve markalarla tanımlandığında, mirasla olan ilişki özellikle daha yakın olmaktadır (Asero ve Patti, 2009: 3).

Şarap üretimden sofralara gelinceye kadar geçirdiği süreç bir kültür gerektirir. Şarap kültürü, şarabın saklama koşullarını, şarap tüketim sıcaklığı, tüketilecek olan yiyeceğe uygun şarabın seçilmesi gibi pek çok unsuru içermektedir (Yıldız ve Güner, 2021: 67). Avrupa'nın kültüründe ve mutfağında şarabın yeri çok özeldir. Şarap sunumu da belirli kurallara göre yapılmaktadır. Dünya'da şarapçılıkta önemli yeri olan ülkelerin restoranlarında sommellier'ler çalışır. Bu kişiler garsondurlar ve şarabın nasıl servis edilmesi gerektiği ve şarap kültürü konusunda eğitim almış uzmanlardır (Çelik, 2019: 34).

Şarapçılıkta bazı kavramlar vardır. Bu kavramlardan biri olan önoloji “şarap ve şarap yapımı ile ilgilenen bilim dalıdır” olarak ifade edilmektedir. Önolog ise “şarap ve şarap yapımı ile ilgilenen kişi” (sozluk.gov.tr/, 2023) olarak tanımlanır. İtalya önologlar yetiştirmektedir. Bunun için de bu mesleğin eğitimi için on iki üniversite “Bağcılık ve Önoloji” programı, iki üniversite de “Bağcılık ve Önoloji Bilimleri ve Teknolojileri” programları bulunmaktadır. Bunun yanında “Gıda ve Önoloji Teknolojileri”, “Bağcılık, Önoloji, Gıda Teknolojileri”, “Tarım-Gıda Bilimleri ve Teknolojileri” ile “Tarım Bilimleri ve Teknolojileri” programlarına da sahiptirler (Cumhur ve Altaş, 2021b: 1964).

1.3. Şarap Turizmini Etkileyen Faktörler

Meyve üretiminde Türkiye’de üzüm üretimi ilk sıralarda yer almaktadır. Aynı zamanda şaraplık üzüm bağları açısından da dünyanın en uygun ülkelerinden biridir. Buna rağmen ülkemizde üretilen üzümler çoğunlukla taze olarak sofralık, kurutulmuş üzüm, pekmez, pestil, şıra gibi ürünler için kullanılmaktadır. Şarap üretimi için kullanılan üzüm

miktarı ise çok azdır. Dünya geneline bakıldığında üzümün büyük bir bölümü ekonomik olarak getirisi daha fazla olan şarap üretimine ayrılmaktadır (Utku, 2022: 16).

Ülkemizin şarap ihracatı yaklaşık 7 milyon dolar, ithalatı ise 12 milyon doları bulmaktadır. Bu durumda şarapçılıkta Türkiye negatif ticaret dengesine sahiptir. Bunun nedeni olarak da ülkemizin dünya şarap pazarında %0,02, toplam dünya üzüm ihracatında ise %1,5'lik bir paya sahip olması temel neden olarak görülebilir (Akdemir ve Candar, 2022: 66).

Ülkemizde butik şarap imalathanelerinin faaliyete geçmeye başlamaları 2000'li yıllardan itibaren olmuştur. Son yıllarda şarap tüketicisinin artan isteği ve yeni tatlara olan ilgisi küçük şarap imalathanelerine bu pazarda yer almalarını teşvik etmiştir. Türkiye'de şarap sektörünün gelişmemesinin nedenlerinden biri de Türk hükümetinin yüksek vergi politikaları uygulamalarıdır (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 30). Bir başka sorun da şarap sektöründe dünya ülkeleri ile rekabet edebilmek için şarap üreticilerinin üretim konusundaki bilgi ve becerilerini pazarlama uygulamaları ile birlikte değerlendirmesi gerekliliğidir. Türkiye'de şarap sektörü üreticileri ürettikleri şarabın hem yurt içi hem de yurt dışında tanıtmak konusundaki pazarlama iletişimi çabalarının yetersizliği bu sektörün en önemli eksikliğidir (İçli, 2010: 128).

1.3.1. Şarap Üretiminin Piyasalara Göre Konumu

Şarap sektörü, toplu şaraptan kaliteli şarap üreticilerine, bağımsız şarap yetiştiricilerinden kooperatiflere ve butik şarap imalathanelerinden büyük şarap üreticileri ve tüccarlarına kadar farklı boyut ve yapıdaki çok çeşitli işletmeleri içeren çok parçalı ve çeşitli bir sektördür. Kolektif eylem geliştirmeyi ve sektörü temsil etmeyi amaçlayan sektörün yapısı ve örgütlenmesi de şarap işinin türüne, yerel/bölgesel/ulusal iş kültürüne ve diğer sosyoekonomik faktörlere göre değişmektedir (Filopoulos ve Frittella, 2019: 3).

Şarap dünyada alkollü içkilerin ticaretinde ilk sırada yer almakta ve şarap ticaretinin büyük bir bölümü Avrupa Birliği ülkeleri tarafından yapılmaktadır (Sarıtaş ve Utku, 2016: 265). Dünya şarap pazarının %60'ı şarap ihracatı yapan Fransa'nın, İspanya'nın, İtalya'nın, ABD'nin, Avustralya'nın hakimiyetindedir. Bunun yanında Amerika Birleşik Devletleri'nde, Güney Afrika ve Avustralya'da üretimi olan şarapların dünya piyasasında

artması ve bu bölgelerin ürettiği kaliteli şaraplar ve marka olma aşamalarını başarılı bir şekilde tamamlayan firmalar rekabet ortamını geliştirmektedir (Kayıkçıoğlu ve Arıkan, 2020: 222).

2019-2020 yıllarında yapılan üretim, tüketim ve ticaret rakamlarının sonuçlarına göre, dünya şarap pazarının en belirleyici ülkelerinin Avrupa Birliği ülkeleri olduğu görülmektedir. Avrupa ülkelerinin şarap üretiminde ve ihracatında ulusal ekonomilerine önemli katkı sağladığı görülmektedir. Avrupa Birliği (AB), “Ortak Tarım Politikası” çerçevesinde bağıcılık ve şarap sektörüne önem vermektedir (Utku, 2022: 14).

1.3.1.1. Dünyadaki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi

Üzüm, farklı ürün olarak da değerlendirilebilmesi nedeni ile dünyada yaygın olan bitki türlerinden biridir (TEPGE, 2021: 1). Dünya genelinde üretimi yapılan üzümlerin yılda yaklaşık 700-1200 tonluk miktarı kurutulmaktadır. Dünyanın çekirdeksiz kuru üzüm üreten ülkeleri arasında Türkiye önemli bir yere sahiptir ve bu ülkeler arasında Amerika Birleşik Devletleri, Şili, İran, Güney Afrika ve Yunanistan da yer almaktadır (Çelik vd., 2010: 5). Dünya’da Avrupa Birliği ülkeleri şarap üretiminde, tüketiminde, ticaretinde ve pazarında diğer şarap üreten ülkelere nazaran önemli bir etkiye sahiptirler ve kaliteli şarap üretiminde sürekli gelişme göstermektedirler (Uysal, 2016: 66-69). Dünya ve Türkiye için üzüm üretimi önemlidir. 2021’de Dünya genelinde 6,7 milyon ha alanda, 73 milyon ton üzüm üretilmiş, 5,4 milyon ton yaş üzüm ve 931 bin ton kuru üzüm ihracatı yapılmıştır. 2022 yılında Dünya kuru üzüm ihracatında Türkiye %31,3’ünü karşılamıştır (TEPGE, 2023: 2).

Tablo 1.1. Dünya Üzüm Verileri (1.000 ton)

	2017	2018	2019	2020	2021
Alan(1000 ha)	6.837	6.873	6.912	6.924	6.729
Verim(ton/da)	1.076	1.164	1.115	1.112	1.093
Üretim	73.549	80.016	77.087	76.997	73.524
Yaş Üzüm İthalat	4.565	4.529	-	4.609	4.865
Yaş Üzüm İhracat	4.792	4.695	4.731	4.826	5.450
Kuru Üzüm İthalat	877	899	874	851	887
Kuru Üzüm İhracat	874	912	907	937	931
Kuru üzüm ihracat fiyatı (\$/kg)	1,79	1,98	2,13	1,92	1,86

Kaynak: (TEPGE, 2023: 2)

Her yıl dünyada üretimi yapılan şarap miktarı değişmekle birlikte ortalama 270 milyon hektolitreye üretilmektedir ve farklı zamanlarda en yüksek seviyede ürün alınırken bazı dönemlerde de en az ürün elde edilmektedir. Böyle olmasının ana sebebi şaraplık üzüm çeşitlerinin üretildikleri bölgenin iklimine göre değişiklik göstermesidir (Terzi ve Göker, 2021: 18). The International Organisation of Vine And Wine (OIV), 1924'te kurulan hükümetler arası bilimsel ve teknik referans kuruluşudur. 3 Nisan 2001 tarihli Anlaşmaya göre yapısında 46 üye ülke, gözlemci statüsünde iki bölge ve sekiz Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşu bulunmaktadır (OIV, 2017: 2). Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü OIV'nin 2022 verilerine göre, 2021'de dünya üretiminin %91'ini temsil eden 29 ülke hakkında toplanan bilgilere dayanarak, 2022 dünya şarap üretiminin (meyve suları ve şıralar hariç) 257,5 mhl ile 262,3 mhl arasında, orta aralıkta ise 259,9 mhl olduğu tahmin edilmektedir (OIV, 2022a: 3). FAO'nun verilerine göre Dünyadaki bağ alanları, üzüm ve şarap üretimi aşağıda verilmiştir.

Tablo 1.2. Dünyadaki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi

Yıllar	Bağ Alanları (Hektar)	Üzüm Üretimi (1000 Ton)	Şarap Üretimi (1000 Ton)
2011	6.919.265	69.120	27.366
2012	6.916.865	68.906	26.112
2013	7.023.864	76.440	29.254
2014	7.022.743	73.832	27.977
2015	7.107.113	76.520	28.490
2016	6.899.867	74.436	27.429
2017	6.833.313	73.515	25.156
2018	6.872.610	80.043	29.157
2019	6.912.217	77.000	27.025

Kaynak:(www.fao.org, 2023)

Tablo 1.3. Dünya’da En Fazla Şarap Üreten Ülkeler (Milyon Hektolitreye)

Ülkeler	2018	2019	2020
İtalya	54.8	47.5	49.1
Fransa	49.2	42.2	46.7
İspanya	44.9	33.7	40.9
ABD	26.1	25.6	22.8
Avustralya	12.7	12.0	10.9
Şili	12.9	11.9	10.3
Arjantin	14.5	13.0	10.8
Güney Afrika	9.5	9.7	10.4
Almanya	10.3	8.2	8.4
Portekiz	6.1	6.5	6.4
Rusya	4.3	4.6	4.4
Çin	9.3	7.8	6.6
Romanya	5.1	3.8	4.0
Yeni Zelanda	3.0	3.0	3.3
Brezilya	3.1	2.2	2.3
Macaristan	3.7	2.7	2.9
Avusturya	2.8	2.5	2.4
Gürcistan	1.7	1.8	1.8
Yunanistan	2.2	2.4	2.3
Moldova	1.9	1.5	0.9
İsviçre	1.1	1.0	0.8
Diğer Ülkeler	15.3	14.4	14.0
Dünya Toplam	294	258	262

Kaynak: (OIV, 2023: 9)

1.3.1.2. Türkiye’deki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi

Şarap üretimi için kurulan üzüm bağları bakımından Türkiye dünyada önemli bir yere sahip ülkelerden biri (Terzi ve Göker, 2021: 32) olmasında en büyük etken bağcılığın yapılabilmesi için uygun iklim kuşağında yer almasıdır. Türkiye’de bağcılığın ve şarapçılığın kökeni çok eskilere dayanmaktadır. Hitit kanunları, bağcılık ile ilgili hükümler hakkında bilgiler vermektedir. (Ömür, 2016: 8).

Türkiye bağcılık için uygun ekoloji ve biyo çeşitliliğe sahiptir. Üzüm üretim miktarı bakımından yüksek potansiyeli olan ülkeler arasındadır (Kıracı ve Şenol, 2017: 124). Şaraplık üzüm çeşidi bakımından zengin bir ülke olan Türkiye aynı zamanda şarap üretimi için gerekli iklim şartlarına da sahip bir ülkedir ve şarap üretiminde önemli olan “terroir”e de sahiptir (Çelik, 2019: 20). Türkiye, 2021 yılında 419 hektarlık bağ yüzey alanına sahiptir ve 2020 yılına göre 11,6 hektarlık (%-2,7) küçülmüştür. Türkiye, 2014 yılından bu yana

yaklaşık 85 hektarlık kayıpla üst üste sekizinci yıldır bağ yüzey alanı azaltmaya devam etmektedir (OIV, 2022b: 4). Türkiye'nin 2022 yılında tahmini bağ yüzey alanı 410 kha'dır. Bağ yüzey alanı azalmaya devam etse de Türkiye, 2022 yılında dünyanın en büyük beşinci bağ alanına sahip olmaya devam etmektedir (OIV, 2023: 4). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), 2022 yılı verilerinde Türkiye 400.998 ha asma alanına sahiptir ve 1970-2020 verilerine göre 50 yıllık dönemde Türkiye bağ alanlarının %52,55'inin azalmış olduğu görülmektedir. Bağ alanlarındaki azalmanın aksine üzüm üretimindeki verim %130,36 artmıştır. Bu artış nedeni ile üzüm üretimi 3,85 milyon tondan %9,32 artış ile 4,2 milyon ton olmuştur (Akdemir ve Candar, 2022: 57). Aşağıda 2011-2020 yılları arasındaki bağ alanları, üzüm üretimi ve şarap üretimi miktarları verilmiştir.

Tablo 1.4. Türkiye'deki Bağ Alanları, Üzüm ve Şarap Üretimi

Yıllar	Bağ Alanları (Hektar)	Üzüm Üretimi (Ton)	Şarap Üretimi (Ton)
2011	472.545	4.296.351	28.490
2012	462.296	4.234.305	31.230
2013	468.792	4.011.409	31.380
2014	467.093	4.175.356	44.707
2015	461.956	3.650.000	56.017
2016	435.227	4.000.000	39.402
2017	416.907	4.200.000	24.862
2018	417.041	3.933.000	23.619
2019	405.439	4.100.000	24.623

Kaynak: (www.fao.org, 2023)

Türkiye'de üretilen üzüm miktarları aşağıdaki tabloda verilmiştir (TEPGE, 2023: 1):

Tablo 1.5. Türkiye Üzüm Verileri (1.000 ton)

	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022
Alan (bin da)	4.170	4.054	4.010	3.902	3.845
Verim(kg/da)	943	1.011	1.050	941	1.083
Üretim	4.200	3.933	4.100	4.208	3.670
Tüketim	2.186	2.181	2.363	2.468	1.814
Stok Değişimi	39	-20	-19	-12	34
İthalat	9	131	11	146	124
İhracat	1.397	1.339	1.197	1.261	1.384

Kaynak: (TEPGE, 2023: 1)

Türkiye’de üretilen üzümler büyük oranda yaş ve kuru üzüm olarak tüketilmekte ve kuru üzümün yaklaşık %75’i ihraç edilmektedir. Bunun yanında şarap, rakı gibi alkollü içecekler, üzüm suyu, sirke, pekmez, sucuk, köfter, pestil gibi ürün olarak da değerlendirilmektedir (Çelik vd.,2010: 15). Üzüm üretiminde Türkiye; Çin, İtalya, İspanya, Fransa ve ABD’den sonra 6. sırada olmasına rağmen şarap üretimi bakımından dünya üretiminde binde 0,9’luk bir orana sahiptir (Utku, 2022: 15).

Türkiye’de faaliyet gösteren şarap işletmelerinin yoğunlukla Marmara Bölgesi’ndedir ve daha sonra Ege ve İç Anadolu, Akdeniz, Güneydoğu Anadolu, Doğu Anadolu ve en düşük işletme sayısı ise Karadeniz Bölgesi’ndedir (Cabaroğlu, 2023: 272). Ülkemizde bağcılığın gelişmesi için destekleyici bazı programlar uygulanmaktadır. Bunlar ; Kalkınma Planları, Bölgesel Eylem Planları, Kamu Yatırımları, Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlıklarının Faaliyetleri’dir (Yılmaz ve Topçu, 2018 : 231-234) :

Kalkınma Planları: 1. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963–1967), 2. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968–1972), 3. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973–1977), 4. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979–1983), 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985–1989), 6. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990–1994), 7. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996–2000), 10. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014–2018), 11. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023).

Bölgesel Eylem Planları: DAP (Doğu Anadolu Projesi) Eylem Planı (2021–2023), DOKAP (Doğu Karadeniz Projesi) Eylem Planı (2021-2023), GAP Eylem Planı (Güney Doğu Anadolu Projesi) (2021–2023), KOP (Konya Ovası Projesi) Eylem Planı (2021–2023).

Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlıklarının Faaliyetleri: Doğu Anadolu Projesi (DAP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Doğu Karadeniz Projesi (DOKAP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, Konya Ovası Projesi (KOP) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı.

Türkiye’de şarap işletmelerinin bölgelere göre dağılımı aşağıdaki çizelgede gösterilmiştir.

Tablo 1.6. Türkiye’de Şarap İşletmelerinin Bölgelere Göre Dağılımı

BÖLGELER	ŞARAP İŞLETMESİ SAYISI
Marmara	76
Ege	62
İç Anadolu	20
Akdeniz	7
Güneydoğu Anadolu	6
Karadeniz	5
Toplam	178

Kaynak: (Cabaroğlu, 2023: 272)

Türkiye’de üretilen beyaz şarap üretimi için 13 yerli çeşit ve 20 yabancı çeşit toplamda 33 beyaz, kırmızı şarap üretimi için 16 yerli çeşit ve 25 yabancı çeşit toplamda 40’tan fazla siyah üzüm çeşidi kullanılmıştır. Aşağıdaki tabloda Türkiye’de beyaz ve kırmızı şarap yapımı için kullanılan yerli ve yabancı, beyaz ve kırmızı şarap üzüm çeşitleri listesi verilmiştir (Cabaroğlu, 2023: 273).

Tablo 1.7. Türkiye’de Şarap İşletmeleri Tarafından Kullanılan Şaraplık Üzüm Çeşitleri

Beyaz Çeşitler		Siyah Çeşitler	
Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
Emir	Chardonnay	Öküzgözü	Cabernet Sauvignon
Narince	Sauvignon Blanc	Boğazkere	Cabernet Franc
Sultaniye	Semillon	Kalecik Karası	Merlot
Bornova Misketi	Viognier	Çalkarası	Petit Verdot
Kıvalı Yapıncak	İskenderiye Misketi	Papazkarası	Malbec
Çavuş	Colombard	Karalahna	Syrah
Vasilaki	Gewürztraminer	Karacakız	Pinot Noir
Sıdalan	Riesling	Adakarsı	Grenache
Hasandede	Ugni Blanc	Karaoğlan	Carignan
Aküzüm	Chenin Blanc	Kösetevrek	Alicante Bouschet
Göküzüm	Pinot Gris	Urlakarası	Hamburg Misketi
Gaydura	Cataratto	Foçakarası	Sangiovese
Ketengömlek	Roussanne	Merzifonkarası	Nebbiolo
	Marsanne	Acıkara	Montepulciano
	Sauvignon Gris	Fersun	Tannat
	Macabeo	Patkara	Tempranillo
	Giallo Misketi		Marselan
	Zlahtina		Nero d’Avola
	Grillo		Zinfandel
	Solaris		Pinot Meunier
			Cinsault
			Gamay
			Mourvedre (Monastrell)
			Barbera
			Nerello Cappuccio

Kaynak: (Cabaroğlu, 2023: 273)

Son yıllarda Türkiye şarap üretiminde çok sayıda yerel çeşit yer almaya başlamıştır. Sadece sofraya şarabı üretiminde kullanılmamakta, özellikle butik şarap imalathanelerinin sayısının artması sonucunda Türkiye'nin bazı yerel üzümlerinin kaliteli şarap potansiyeli taşıdığı kanıtlanmaktadır. Bu çeşitler esas olarak şarap imalathaneleri tarafından Türkiye toprağının ve bölgesinin özelliklerini uluslararası tüketicilere aktarmak için kullanılmaktadır (Candar ve ark., 2021: 49).

1.4. Dünya'da Şarap Üretiminin Tarihi

Avrupa ve Orta Doğu'da bağcılık muhtemelen yaklaşık dokuz bin yıl önce, Karadeniz'in doğu kıyılarında, Kafkas Dağları yakınında yer alan Gürcistan bölgesinde başlamıştır (Norrie, 2019: 7). Ancak yeni araştırmalara göre ilk üzüm şarabının yapıldığı yerin Çin olduğu gösterilebilir. Kuzey Çin'de Sarı Nehir Vadisi'nin ortasına yakın bir Neolitik arkeolojik kazı alanı olan Jiahu'de yapılan çalışmalar sonucunda bulunan kalıntının ballı bal likörü, alıç meyve şarabı, pirinç şarabı ve yerli Çin üzüm şarabı karışımı içerdiği olduğu tespit edilmiştir ve Gürcistan'da bulunandan 500 yıl daha eski tarihlidir. Bunun doğrulanabilmesinin nedeni, Çin'in çanak çömlek yapmaya Orta Doğu'dan daha erken başlamasıdır (Norrie, 2019: 5-6).

Şarap ve bağcılığın Akdeniz havzasında yayılması Lübnan kıyılarındaki Tire gibi şehir devletlerinden Fenikeli tüccarlarla başlamıştır. Fenikeliler Güney İtalya, Sicilya, Sardunya ve Etrüskler tarafından kontrol edilen Toskana, Latium, Umbria bölgelerine şarap ve bağcılık getirmişlerdir (Estreichers, 2019: 3). Fenikelilerin bağcılığı M.Ö. 1500'lü yıllarda Anadolu topraklarından Yunanistan'a getirmiş ve denizcilikle geçinmişlerdir. Şarabı "Amphora" adı verilen topraktan yapılmış kaplarla gemiler ile Ege sahillerinden Adalara ve Yunanistan'a taşımış ve zengin olmuşlardır (Yahşi, 1995: 18).

Vitis vinifera Orta Doğu'da MÖ 4000'de ve muhtemelen daha önce yetiştirilmekteydi. MÖ 2500'den kalma Mısır kayıtları, şarap yapımında üzüm kullanımına atıfta bulunur ve şaraba yapılan çok sayıda İncil referansı, endüstrinin Orta Doğu'daki erken kökenini ve önemini göstermektedir (www.britannica.com/, 2022) . Şarap kutsal bir içki olarak sayılmış, rahiplerin dini törenlerde kullanmalarına ve rahiplerin bağcılık ve şarap üretimi yapmalarına olanak tanımıştır (Uğurlu, 2013: 30). Şarabın Hristiyan kitesindeki rolü, Roma İmparatorluğu'nun çöküşünden sonra endüstrinin korunmasına yardımcı olmuş

ve manastır tarikatları, Avrupa'daki saygın şarap üretim alanlarının çoğunu korumuş ve geliştirmiştir(www.britannica.com/, 2022).

Fransa, Batı Almanya ve İngiltere'nin birçok şarap bölgesi Roma döneminde ortaya çıkmıştır. M.S 1. yüzyılın ortalarından başlayarak, Romalılar Bordeaux'da büyük ölçekli bağcılık kurmuş buradan birliklerine, Kuzey Galya ve Britanya Adaları'ndaki yerleşim yerlerine şarap sevk edilmiştir (Estreichers, 2019: 6). Bağcılık, Avrupa'nın iklim açısından en elverişli bölgelerinde üzüm yetiştirilene kadar genişlemeye devam etmiştir (Norrie, 2019: 7). Orta Çağ Avrupa'sında, İtalyan, Alman ve Fransız şarap bölgelerinde baharatlı şaraplar üretilmiş ancak on sekizinci yüzyılın ikinci yarısından itibaren İtalya'daki Torino bu ürünün üretim merkezi haline gelmiştir (Feh'er vd., 2007: 382).

Yunanlılar, aktif bir şarap ticareti yürütmüş ve Karadeniz'den İspanya'ya kadar kolonilerinde üzüm dikmişlerdir. Romalılar, üzüm yetiştiriciliğini Almanya ve Alsace'nin Ren ve Moselle bölgelerini büyük şarap bölgeleri haline getirmiştir ve Tuna (Romanya, Sırbistan, Hırvatistan, Macaristan ve Avusturya) ve Rhône, Saône, Garonne vadilerine taşımışlardır. Loire ve Marne sırasıyla Rhône, Burgundy, Bordeaux, Loire ve Champagne'nin büyük Fransız bölgelerini tanımlamaktadır (www.britannica.com/, 2022).

Dünya'da şarap sektörü Eski ve Yeni Dünya şarap üreticisi olmak üzere ikiye ayrılır. Eski ve yeni şarap üreticisi olarak isimlendirilmelerinde bu ülkelerde şarabın üretilmeye başlandığı tarih süreci dikkate alınmakta ya da şarap üretiminde uyguladıkları teknik ve uyguladıkları satış-pazarlama yöntemleri dikkate alınmaktadır. Eski Dünya Ülkeleri'nde Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz, Almanya ve diğer Avrupa ülkeleri; Yeni Dünya Ülkeleri'nde de Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya-Yeni Zelanda, Güney Afrika, Şili ve Arjantin bulunmaktadır (Bulal, 2005: 29-33).

Kolomb'un seferlerinden sonra üzüm kültürü ve şarap yapımı Eski Dünya'dan Yeni Dünya'ya , İspanyol misyonerler ise bağcılığı 16. yüzyılın ortalarında Şili ve Arjantin'e, 18. yüzyılda ise Baja California'ya taşımışlardır. 19. ve 20. yüzyılın başlarındaki Avrupa göçüyle, ithal Vitis vinifera üzümlerine dayalı modern endüstriler geliştirilmiştir. Güney Amerika'nın başlıca bağcılık bölgeleri, And Dağları'nın eteklerinde kurulmuştur (www.britannica.com/, 2022). Amerika Kıtası'nda yer alan Napa Vadisi şarap turizmi şarap bölgesi olarak çok popüler bir destinasyondur. Amerika Kıtasında yer alan bir başka şarap

rotası da Arjantin’de bulunan Uco Vadisi Şarap Rotası’dır ve kırmızı şarapları ile ünlüdür (Yıldız ve Güner, 2021: 75).

Günümüz şarap endüstrisinde yıllık 26 milyon ton şarap üretimi yapılmakta ve ticaret hacmi olarak da dünya genelinde 230 milyar doların üzerindedir. Şarap üretiminde dünya şarap üretiminin % 61’inden fazlası ilk beş ülke ; İtalya, Fransa, İspanya, ABD ve Arjantin tarafından üretilmektedir. İtalya bu üretimin yaklaşık % 17’lik kısmını karşılamaktadır. Avrupa ülkelerinin üretiminde ve tüketiminde azalma görülürken, Amerika Birleşik Devletleri, Avustralya, Şili ve Arjantin gibi ülkelerde tüketim ve üretim miktarlarında artış görülmektedir (İZKA, 2014: 192).

1.5. Anadolu’da Şarap Üretiminin Tarihi

Anadolu'da üzüm ve şarabın önemi, medeniyetlerin din, üretim tarzı, hükümet rejimleri gibi temel yapılarına göre her zaman yeniden tanımlanmıştır. Bununla birlikte üzüm yetiştiriciliği ve şarapçılık pek çok Anadolu uygarlığının kavşak noktasında yer almaktadır. Antik Yunan tanrısı Dionysos'tan Nuh peygambere, Hristiyanlıktan İslam'a kadar asma bitkisi ve üzüm yetiştiriciliği her zaman toplumsal ve kültürel üretimin belirlenmesinde önemli bir rol oynamıştır (Candar ve ark., 2021: 50).

Anadolu topraklarında bağcılık ve şarap kültürü binlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Elde edinilen ilk buluntularda, ülkemiz topraklarında Prehistorik devire ait bağların ve bahçelerin çok olduğunu göstermektedir. Hititler bağ alanlarının korunmasını sağlamak amacı ile hükümler çıkarmışlardır. Türk Tarih Kurumu 1935-1940 yılları arasında Alacahöyük’te yapmış olduğu çalışmalar sonucunda M.Ö. 2000 yıllarına ait şarap bardakları çıkarılmıştır. Ayrıca Anadolu topraklarının pek çok bölgesinde buna benzer kalıntılar bulunmuş ve bu kalıntılar birçok müzede sergilenmektedir (Aktaş, 2002: 2). Ayin ve dua metinleri ile kutsal törenlerde asma adı geçmektedir. Bu da gündelik yaşamda asma, üzüm ve şarabın önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Mutlu, 2020: 3271).

Şarap Hitit dilinde wiyana olarak adlandırılmıştır ve Hititler şarabı ihraç etmişlerdir (Gürsoy, 2003: 17). Hititlerin Anadolu’daki hakimiyetinin bitmesinden sonra Anadolu topraklarına gelen Frigyalılar M.Ö. 1200 yıllarında şarapçılık ve bağcılığı geliştirmişlerdir (Uluçay, 1996: 49).

Üzüm, Türk mitolojisi ve kültüründe; güzelliğin, bereketin, kanın, canın, aşkın ve sağlığın sembolü olarak görülmektedir. Üzüm halk edebiyatında da önemli bir yere sahiptir ve yaklaşık her türünde değişik özellikleri anlatılmaktadır. Destanların, masalların, halk hikayelerinin ve efsanelerin haricinde üzümün, atasözleri, bilmece, maniler, niniler, türkülerde de konu olduğu görülmektedir. Üzümün yanında şarabın tasviri ve betimlemeleri de yapılmıştır (Çalkan Sağlam ve Sağlam, 2018: 7-9).

Ülkemizin farklı bölgelerinde yapılan arkeolojik kazılarda elde edilen eserlerde üzüm ve bağcılık ile ilgili tarih öncesine ait pek çok eser çıkarılmıştır. Elde edilen bu eserler o dönemde ülkemiz topraklarında yaşayan toplumlarında bağcılık kültürünün yaygın olduğunun bir göstergesidir (Yıldırım, 2010: 48). Bizans dönemine ait elde edilen heykellerin pek çoğunda kralların ellerinde üzüm salkımları görülmektedir ve bu dönemde üzüm ve şarabın sosyal hayatta da önemli bir yeri olduğu bilinmektedir (Deliorman Orhan vd., 2011: 74).

Anadolu topraklarında bağcılığın gelişimi Türklerin bu topraklara yerleşmesi ile de gelişmeye devam etmiştir. Evliya Çelebi seyahatnamesinde Anadolu'da gezdiği pek çok ilde gördüğü bağların, üzümlerin ve şarapların güzelliğinden bahsetmiştir (Türkben vd., 2012: 48). Ayrıca Evliya Çelebi, Konya (Meram bağları), Bursa (İznik), İzmir (Urla) ve Manisa bağlarını da övmektedir (Yüksek Güler, 2008: 11).

Anadolu topraklarında bağcılık her zaman önemli bir yere sahip olmuştur ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde de önemli gelir kaynakları arasında yer almıştır (Yüksek Güler, 2008: 11). Osmanlı İmparatorluğu'nda üzüm üretimi herkes tarafından yapılabilirken şarap yapımı, alım-satımı bu topraklarda yaşayan Hristiyan ve Yahudi halk için İslam hukuk kurallarına uygun olarak serbest yapılmıştır. Bunun nedeni ise Osmanlı İmparatorluğu İslam hukukunu uygulamakta ve buna göre de şarabın İslam dinine göre yasak olmasıdır (Bahadır, 2013: 79).

Tanzimat döneminde şarap üretimine izin verilmesi, Avrupa'da bağlara zarar veren Filoksera'nın üzüm üretimini dolayısı ile şarap üretimin de düşmesine neden olması ile olmuştur. Bu dönemde çok fazla şarap üretilmiş ve önemli bir miktarı da ihraç edilmiştir (Uluçay, 1996: 54).

19.yy'da Osmanlı Devleti'nde Avrupa'dan gelen mallar satılmış aynı zamanda ülkede yetişen tarımsal ürünlerin de ihraç edildiği bir pazar olmuş ve İzmir üzümlerinin ihracatı pamuk ihracatından sonra ikinci sırada yer almıştır. Yahudi ve Rumlar üzüm ticaretinin gelişiminde çok etkili olmuşlardır. 1908 yılında Müslüman Türkler sadece üzüm ticareti yapmaktaydılar ve 37 tane üzüm tüccarı bulunmaktaydı (Kumral, 2010: 12-14).

Birinci Dünya Savaşı, şarabın ihracatını kötü yönde etkilemiş, ihracat durmuş ve 1920 yılında Men'i Müskirat Kanunu ile Türkiye şarapçılığı tasfiye edilmiştir. Rumlar savaş bittikten sonra mübadele ile bu toprakları terk etmiş böylece şarap üretimi değerini kaybetmiştir (Uluçay, 1996: 54). Türkiye 1920'li yıllarda Fransız şaraplarını ithal etmiştir. 1928 yılından itibaren TEKEL İdaresi şarap üretimini desteklemek amacıyla şarap üretimi yapanlara ve şarap ihracatı yapmak isteyenlere de yardımda bulunmuştur (Cabaroğlu, 2023: 270). Alkollü içecekler inhisarı Osmanlı İmparatorluğu döneminde Duyun-u Umumiye'nin kontrolünden 1932'de İnhisarlar Umum Müdürlüğü idaresine geçmiştir. Bu kurum ülkenin birçok yerinde fabrika ve deneme şarap evleri açarak şarap üretilmesi, geliştirilmesi bakımından katkı sağlamıştır (Uğurlu, 2013: 41).

“İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu” , 8.6.1942 tarihli 4250 sayılı yasa ile şarabın ve biranın dağıtımı ve üretimi serbestliğini öngören bir yasa olarak kabul edilmiş ve özel sektörün de yapmasına olanak tanımıştır (Kuş, 2011: 53-57). Cumhuriyet dönemi öncesinde şarap üretimini azınlıklar yapmaktaydı. Şarap sektöründe 1942 yılında devlet kuruluşları da üretim yapmaya başlamış ve 2003'e kadar özel sektör de devlet kuruluşları da üretime devam etmişlerdir (DPT, 2007: 33). TEKEL'in özelleştirilmesinden sonra 2004 yılında şarap üreten tüm fabrikalar özel sektörün kontrolüne geçmiştir (Cabaroğlu, 2023: 271) ve bu özelleşmeden sonra kamu sektörü olarak sadece “ Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Atatürk Orman Çiftliği” ne bağlı küçük bir işletme kalmıştır (DPT, 2007: 33).

Türkiye 1946'da Uluslararası Şarapçılık Ofisi'ne üyeliğe kabul edilmiştir fakat 1961'de üyelikten ayrılmış, 1976'da tekrar üyeliğe kabul edilmiştir. 3 Nisan 2001 “OIV Kurucu Anlaşması”nı ise 15 Mart 2005'de kabul etmiştir (www.mfa.gov.tr/, 2022). OIV, *bağ ve şarapla ilgilenen ülkelerin işbirliği sonucu oluşturulmuş, yalnızca devletlerin üye olabildiği bir kuruluştur* (TBMM, 2003: 1) ve AB'ye üye olma sürecinde “2003 Ulusal Programı” ve “Avrupa Birliği Şarap Ortak Piyasa Düzeni”ne uyumunu da kabul etmiştir (www.mfa.gov.tr/, 2023).

Ülkemizde şarap ve içki üretimi ile ilgili kanunlar üretim kalitesini arttırmak, halk sağlığını korumak, ihracatı arttırmak amacı ile yapılmış ve özel sektör, şarap üretimi ve bağcılık da desteklenmiştir (Gürdamar, 2021: 93). Ülkemizde şarap üretimi konusunda yetkili kuruluşlar; “Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı” ; gıda güvenliğinin sağlanmasında ve Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) ise piyasanın güvenliğinin sağlanmasında yetkilidir. Maliye Bakanlığı ise vergilerin belirlenmesinin sağlanmasında yetkilidir (Buzrul, 2013: 2). Şarap üretimi desteklense de şarap ithalatı ülkemizde yapılmaya devam etmektedir. Daha önceleri devlet kontrolünde sınırlı miktarda yapılan şarap ithalatı çıkarılan kanun ile alkollü içkilerin ithalatı da tamamen serbest olmuştur (DPT, 2007: 33).

Dünya genelinde Türkiye üzüm üretim miktarı fazla olan ülkeler arasında yer almasına rağmen şarap üretim miktarı düşük kalmaktadır. 2010 yılı sonrası ülkemizde şarap ithalatı artmış ve cumhuriyet tarihinde ilk kez 2020-2021 yılları ihracatın aksine ithalatın daha fazla olduğu yıllar olmuştur (Cabaroğlu, 2023: 271).

Ülkemizde küçük şarap işletmelerinin sayısı artış göstermektedir; Gülor Şarapları, LA Şarapçılık, Chateau Kalecik Şarapçılık, Selendi Şarapları, Corvus Şarapları, Baküs Şarapları, Prodom Şarapları, Urla Şarapçılık, Büyülübağ Şarapçılık, Arcadia Şarapları, Umurbey Şarapları, Aşır Şimşek Şarapçılık, Bar-El Şarapçılık, Nusretbey Şarapları, Gülerada Şarapları, Chamlija Şarapları , Chateau Kalpak Şarapları, Gali Şarapları, Mar Ada Şarapçılık, Şatomet Şarapları, Barbare Şarapları, Chateau Nuzun Şarapları, Trajan Şarapları, Barba Yorgo Şarapları (Beşer, 2014: 45-56) bunlardan bazılarıdır.

1.6. Urla’nın Coğrafi Özellikleri

Karaburun, Çeşme ya da Urla ilçelerinden hangisi söz konusu ise onun adıyla anılan yarımada Ege Bölgesinde yer almaktadır. 171 bin hektar alanıyla Türkiye’nin en büyük yarımadasıdır (yarimadaizmir.com/tr/, 2022). İzmir’in 32 km batısında yarımadaının merkezinde yer alan eski bir yerleşim merkezidir. Urla’nın yüzölçümü 728 km² ve denizden yüksekliği 50 metredir (Urla Belediyesi, 2015: 24). Urla, orta enlemlerde yer aldığı için dört mevsim belirgin olarak yaşanmaktadır. Urla Yarımadası kıyıları, Mayıs başından Ekim sonuna kadar uygun deniz suyu sıcaklığına sahiptir (Güdücüler, 2012: 74). İlçe merkezi , otoyol ile eski İzmir Çeşme karayolu arasında yer almaktadır. Urla İlçesi’nin 14 tane köyü

vardır ve bu köyler arasında en büyük köyleri Bademler ve Kuşçular köyleridir (İZKA, 2014: 42-43).

1.7. Urla'nın Tarihi

Urla, tarihi M.Ö. 2000 yıllarına kadar uzanan çok eski bir yerleşim merkezidir ve o zamanki adı Klazomenai'dir. M.Ö. 2000'li yılların sonlarında Ege göçlerinin sonucunda Dor'lar Orta Avrupa'nın içlerinden Yunanistan'a gelmiş, Yunanistan'da yaşayan İon'lar da Anadolu'ya gelerek İzmir körfezinden Mandalya Körfezi'ne kadar uzanan bölgede yerleşmişlerdir. Anadolu'ya gelerek bu topraklarda yeni kentler kurarak bu bölgeye İonia adını vermişlerdir (Urla Belediyesi, 2015: 22). Klazomenai (Urla) bu dönemde İonia Birliği'nin bir üyesidir ve Batı Anadolu kıyılarında, İzmir Körfezi'nin girişinde oldukça stratejik bir konuma sahiptir. İskele mahallesinde yer alan antik kente ilişkin ilk araştırmalar 17. yüzyıla kadar gitmektedir. 1764 yılında Karantina adasında ve 1867'de Urla'da yüzey araştırmaları yapılmıştır (Gençay, 2009: 191). Bu bölgeye Antik çağdan beri Klazomenai ve Vourla denilmektedir. Kıyı kesimine 1970'lere kadar "Kilizman" olarak ifade edilen "Klazomenai"dir; iç bölgelere ise "Vourla" denilmektedir (Urla Belediyesi, 2015: 19). İlçenin ismi ile ilgili çeşitli rivayetler vardır. Latince ve Rumca bataklık-sazlık anlamına gelen "Vurla" kelimesinden ve Osmanlı Padişahı Mehmet Çelebi'nin komutanlarından İbrahim Bey'in sefere çıkarken kendisine "Uğurola", "Uğurlu geldi" demesinden türetildiği söylenmektedir. Evliya Çelebi Seyahatnamesinde şehrin Kıdafa Kralı'nın kızı "Ulice" tarafından kurulduğunu yazmıştır. Ayrıca seyahatnamesinde verilen "Urli" isminin halk dilinde zamanla "Urla" olarak değiştirildiğinden bahsetmiştir (izmir.ktb.gov.tr/, 2022).

Urla 12 İyon kentinden birisidir ve buradaki ilk yerleşim yeri Klazomenai antik kentidir. Klazomenai antik kenti, oldukça eski bir limana, eski bir zeytinyağı işliğine sahiptir ve yapılan kazı çalışmaları sonucunda İyonya bölgesinin en eski zeytinyağı işliklerinden biri Urla İskele'de bulunmuştur. M.Ö. 6. yüzyıla ait olduğu belirlenen bu işlik bütün alt yapı elemanlarıyla birlikte tespit edilen ilk örnek olması bakımından çok önemlidir. Bu işlik iki kullanım evresine sahiptir. İlk evre M.Ö. 600-580, ikinci evre M.Ö. 530-500 yıllarına aittir (Zoğal, 2016: 57). İşliğin olduğu alanın üstünde yapılan çalışmalarda kayanın içine oyularak yapılmış tesisin içinin doldurulduğu, üzerinin örtüldüğü ve kayaya oyulmuş olan alt kısmının günümüze kadar geldiği tespit edilmiştir (Güdücüler, 2012: 74).

Liman Tepe Urla için önemli bir yerleşim yeridir ve İskele mahallesinde yer almaktadır. Arkeolojik kazılardan elde edilen verilere göre Liman Tepe'de Klazomenai kenti de Karantina adasında kurulmuştur ve kurulmadan önce, yani İonların bu topraklarda gelişinden çok önce kurulmuş bir yerleşimin varlığını göstermektedir. Liman Tepe mevkinde yapılan kazılarda ele geçen bulgularla yazının henüz tanınmadığı dönemlere ait bu yerleşimin M.Ö. 4. bin yıllarında başladığını göstermektedir (Bahçeci, 2004: 51-54).

1330 yılında Aydınoğulları Beyliği'ne dahil olan İzmir ve Urla, sahilden 4 km içeride kurulmuştur. Urla, eski kayıtlara göre Karye Pazarı olarak bahsedilmektedir. Böyle olmasında en büyük etken liman ve Çeşme'nin ticaret merkezi olmasıdır. Urla 1390 yılında Osmanlı hakimiyetine girince ticarete gelişmiştir ve bu dönemde 200'e yakın dükkan olduğu anlaşılmaktadır (www.izmirdergisi.com/tr/, 2023). Bölge; Pers-İskender, Roma ve Bizans İmparatorluğu, Büyük Selçuklular, Anadolu Beylikleri, Anadolu Selçukluları, Osmanlı İmparatorluğu ve son olarak da 12 Eylül 1922'de Türkiye Cumhuriyeti'nin hakimiyetine geçmiştir (www.urla.gov.tr/, 2022).

1.8. Urla Hakkında Genel Bilgiler

Yarımada isimlendirilirken genellikle söz konusu ilçenin Karaburun Yarımadası, Çeşme Yarımadası ve Urla Yarımadası ismi ile adlandırılır. Yarımada da Karaburun, Çeşme, Seferihisar, Güzelbahçe ve Urla ilçeleri bulunmaktadır (Zoğal, 2016: 64).

Urla Antik dönemden beri bir liman kentidir. Günümüzde o dönemdeki liman özelliğini sürdürememiştir. Urla kıyılarında yerleşimler özellikle kıyı turizmi ve ikinci konut yer seçimi için kıyılar ilk tercih edilen yerler arasındadır. 1970'li yıllarda ikinci konut yapımının hızlanması ile kıyılar en çok tercih edilen yerler arasında yer almıştır. İkincil konutlar kent ve yakın çevresine ait kıyıların bir bölümünde yer almaktadır (Gençay, 2009: 178).



Kaynak: (www.cnnturk.com/, 2022).

Görsel 1.1. Urla Sahil

Urla'nın yerleşim düzeni parçalı ve dağınık olup parçalı yerleşimin ilk bölümü ilçe merkezi ikinci bölümü ise kuruluş tarihi daha eski olan deniz kıyısındaki bölümüdür. Bu yerleşim yerlerine Urla İskelesi ve Çeşmealtı denilmektedir. Bu bölgede yaşayanlar sürekli ya da sadece yaz mevsiminde kullandıkları ikinci konutlarda yaşayanların bulunduğu yerleşim alanlarıdır. Üçüncü bölüm ise Gülbahçe Körfezi'nin güneydoğu kıyısında yer alan Özbek Köyü ve civarındaki yapılaşmalar, İçmeler ve Gülbahçe Köyü ve civarındaki yapılaşmalardır. Dördüncü bölüm Balıklıova Köyü ve Gülbahçe-Balıklıova arasındaki ikinci konut siteleri, beşinci bölüm ise müstakil konut sitelerinden oluşmaktadır. (İZKA, 2014: 43-44). 31.12.2021 tarihli “Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri Tabanı” verilerine göre; ilçede toplam 72.741 kişi yaşamaktadır (www.tuik.gov.tr, 2023).

Urla'ya bağlı 15 köy bulunmaktadır ve bu yerleşim yerleri dağ köyleri, kıyı köyleri ve ova köyleri olarak coğrafi konumlarına göre ayrılmaktadırlar. Bu köylerden 6'sı dağ, 4'ü kıyı ve 5'i ova köyüdür (Kırcalı, 2019: 27).

1.9. Urla'da Şarap Üretiminin Tarihi

İ.S. I. ve II. Yüzyıldan günümüze kadar gelen yazılı kaynaklarda Klazomenai kentinin şarapları ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Hekim Pedanios Dioskourides, kendi

eseri olan De Materia Medica’da, “Klazomenai ve Kos şarapları, içlerinde çok miktarda deniz suyu bulundurdukları için sindirimi kolay, nefes açıcı, ancak mide için tahripkâr ve sinirler için zararlıdır” yazmaktadır. Plinius ise aynı konuda, “Bugün Klazomenai şarabı, daha az deniz suyu katılmaya başladığından beri tercih edilmektedir” ifadesini kullanarak ilave yapmıştır (Lafli, 2017: 27).

Urla Yarımadasında şarap üretimi Urla ilçesinde yer alan Kuşçular Köyü, İçmeler Köyü, Demircili Köyü ve Yağcılar Köyü yakınlarında yapılmaktadır. Şarap üretiminin yoğun olduğu bu bölge “Urla Şarap Vadisi” adı ile ulusal basında tanınmaktadır (İZKA, 2014: 197).

Urla Bağ Yolu Rotası, Trakya Bağ Rotası örnek alınarak hayata geçirilmiştir. Bu rotanın Urla’nın turizm sezonunun 3-4 ay uzattığı da belirtilmektedir. Urla şarap turizminde gelişmek için gösterdiği çabalar neticesinde şarap konusunda bilgi edinmek isteyen ziyaretçilerin bu bölgeyi tercih ettikleri gözlemlenmiştir (Kasarlıoğlu vd., 2021: 187).

ŞARAPP milli bir mobil uygulamadır. Üretici ve tüketicileri aynı dijital platformda buluşturan bu proje ülkemizin şaraphanelerini tanıtmakta, yemeğe uygun şarabın seçilmesine göre eşleştirme yapan bir uygulamadır (www.turizmgunlugu.com/, 2022).

1.10. Urla Üzüm Bağları ve Üretimi

İzmir ilinin bir ilçesi olan Urla turizm potansiyeli yüksek olan bir yerleşim yeridir ve Ege Bölgesi’nde yer alır. Zengin bir kültürel mirasa, tarihi geçmişe sahip ve doğal kaynakları olan bu ilçe bağcılık ve şarap üretimi geleneğine sahiptir. Şarap turizminin geliştirilmesi için Urla Bağ Yolu geliştirilmiştir. Bağ yolu güzargahında bulunan şarap üretim yerlerinin ve üzüm bağlarının ziyaretinin yanında turistlerin şarap tadımı yapmaları imkanını da sunmaktadır.

2015 yılı TÜİK verilerine göre, Ege Bölgesi’nin toplam bağ alanları ülke topraklarının %30.6’sı üzüm üretimi miktarı ise %47’sidir. Urla’nın sahip olduğu arazi miktarı 48.000 hektardır ve tarım arazileri toplam arazinin %89.4’dur. Akdeniz iklimine sahip Urla ılıman iklim kuşağında yer almaktadır (Yıldırım vd., 2023: 277). Urla’nın sahip olduğu mutlak tarım alanlarının büyük kısmı yerleşim yerlerinin batısı, Kuşçular Köyü’nün kuzey ve güney kısmında bulunmaktadır (İZKA, 2014: 54-187).

1.11. Urla'da Şarap Üretimi Yapan İşletmeler

Limantepe Şarapçılık: Bağlarında Chardonnay üzümü yetiştiren Limantepe şarapçılık 2011'de Urla'nın Kavacık köyü içinde 17 dönüm arazide kurulmuştur. Kurmayı planladıkları şaraphane Urla'nın Sütöinar mevkisinde bünyelerine kattıkları arazide kurulacaktır (www.limantepe.com/, 2023).

Urlice Bağları:

Urlice ,Urla içinde kurulmuş ve organik tarım yöntemi ile 1997'den beri üzüm üretimi yapan, şaraphanesi ve restoranı olan bir işletmedir. Şarap yapımı için kullandıkları üzümler çok az müdahaleler ile asil üzüm çeşitleri kullanılarak üretilmektedir. Kırmızı şarapları Fransız meşe fıçılarında minimum iki sene, şişede ise en az 18 ay bekletildikten sonra satışı yapılmaktadır (www.urlice.com/,2023). Şarap üretimleri yılda yaklaşık 25 bin şişedir (www.hurriyet.com.tr/, 2023). Urlice Şarap işletmesi, Urla'nın tarihi bağlarını canlandırmasının yanında bu bağlardan dünyaca ünlü şarapların üretimini yapmaktadırlar. Aynı zamanda Slow Food felsefesi de birebir yaşatılmaktadır (Güdüçüler, 2012: 76).

Mozaik Şarapçılık: Urla'da 150 bin dönümlük bir alanda kurulmuş, 2006'da üzümlerinin dikimini yapmış, 2010 yılından beri de senede yaklaşık 50 bin ton kırmızı şarap üreten bir aile şirkettir (www.ha-ber.com/, 2023). Yetiştirdikleri 9 çeşit kırmızı üzüm yeni cins üzümler olup dünya piyasasında da henüz şarap olarak örneği yoktur. Bu üzümler uluslararası yarışmalarda ödül kazanmıştır(www.hurriyet.com.tr/, 2023). İşletmenin kendi tesislerinde üretimini yaptığı "Mahrem Petit Verdot- Rebo 2012" isimli şarap "Kör tadım" da uluslararası uzmanlar tarafından oylanarak 94 puan ile Almanya'da birinci olmuştur (www.ha-ber.com/, 2023). İşletme aynı zamanda İtalyan bir ekip ile çalışmalarını sürdürmektedir. Petit Verdok ve Rebo cinsi üzümleri kullanarak elde ettikleri şarap tek karışımıdır. Rebo cinsi üzüm Merlot ve Teroldego cinsi üzümlerin çiftleştirilmesi ile İtalyanların geliştirdiği yeni bir çeşittir. Bu işletme altın madalyayı Brüksel ve gümüş madalyayı ise İngiltere'de bu yeni karışım şaraplarından kazanmıştır ve 2016 yılında ise alınması gereken 50 şarap içerisinde aday gösterilen şaraplardan biri olmuştur (www.ha-ber.com/, 2023) .

USCA Şarapçılık: Urla'da kurulmuş butik bir işletme olup bağlarının kurulması 2003 yılında başlamıştır. Senede ortalama 45.000 şişe üreten bu işletmede geleneksel yöntemler ve Chateaux tipi üretim yöntemleri şaraplarını üretmektedirler. Şarap satışları ise ilk kez 2013 yılında olmuştur. Her sene on değişik ürün ve mevcut ürünlerinin satışını yapmaktadırlar (www.usca.com.tr/, 2023).

Urla Şarapçılık: Urla'da 550 dönüme sahip bir alanda 2000 yılından beri faaliyet gösteren işletme tamamen iyi tarım yöntemlerini uygulamakta ve senede yaklaşık 300 bin litre üstün kaliteye sahip şarap üretimi yapmaktadırlar. Aynı zamanda on bir farklı şarap çeşidine sahiptirler. Chardonnay, Sauvignon Blanc, Narince, Kalecik Karası, Viognier, Grenache ve Mourvedre gibi üzümleri yetiştirmekte ve kırmızı, beyaz, roze ve yarı tatlı şarap üretimi yapmaktadırlar. Ayrıca nesli tükenmekte olan Urla Karası ve Gaydura'nın tekrar kazandırılması için Sabancı Üniversitesi ve TÜBİTAK işbirliği çalışmaları yapılmış ve olumlu sonuçlar alınmıştır (www.urlasarapcilik.com.tr/, 2023). Şarapları uluslararası ödüller alan işletme ağırladığı şarap ve gastronomi ziyaretçilerinin çokluğu ile İzmir'in ve Yarımada'nın gastronomisinin tanıtımında önemli bir katkı (Erdoğan ve Özdemir, 2018: 257) sağlamaktadır.

MMG Şarapçılık: Urla'da kurulmuş olan işletme bir aile şirkettir. Yetiştirdiği Bornova Misketi, Mourvèdre, Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Viognier, Kara Misket gibi bütün üzüm çeşitlerini "Gece Hasadı" yapmakta ve geleneksel üretim yöntemlerini uygulayarak yılda yaklaşık 20.000 şişe butik şarap üretimi yapılmaktadır. İşletme bünyesinde tadım salonu, restoran bulunmakta, şarapları beş yıldızlı oteller ve restoranlarda ve kendi işletmelerinde satılmaktadır. Ayrıca iki yıl üst üste İsa Bal tarafından Bornova Misketi'nden ürettikleri beyaz sek şarapları 2011 ve 2012 rekolteleri kategorisinde birinci seçilmiştir (www.mmgsarapcilik.com/, 2023).

1.12. Urla'da Turizm

Urla'nın coğrafi özelliklerinin uygun olması hem yerli hem yabancı turistler tarafından tercih edilmesine olanak tanımıştır. Urla'ya olan ilginin artması kırsal turizm olarak yapılan aktivitelerin ve bölgeye özgü yöresel ürünlerin sunulması ile artmıştır (Koday ve Akbaş, 2020: 695). 1980'li yıllardan sonra, Urla'nın İzmir'e yakın olması, İzmir kent merkezi ile bağlantısının geliştirilmesi sonucunda, kıyı ve orman alanları içerisinde rekreatif

etkinliklerin ve turizm hareketliliğinin artması sağlanmıştır. İzmir-Çeşme Otoyolu'nun 1997 yılında hizmete açılması ile İzmir'e yakın olan Urla'ya yazları hem İzmir'den hem de il dışından gelen ziyaretçi sayısı artmıştır (Güdücüler, 2012: 73).

Urla, İzmir kent merkezine yakınlığı ve denize girme imkanı sunan bir yerleşim yeri özelliğine sahip olması nedeni ile günlük ziyaretçilerinin sayısı yaz aylarında artmaktadır. Urla'da hafta sonları yerel halk tarafından üretilen el işi ürünler kurulan pazarlarda satılmakta ve ilgi görmektedir. Bunun yanında Urla enginar ve ot festivali, şenlikler, turistik turlar, doğa yürüyüşleri de ilgi görmektedir (Can vd., 2018: 640). 2021 yılı verilerine göre Urla'da yatılı konaklama yapma imkanı sunan konaklama tesisleri mevcut olup Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama tesislerinin sayısı aşağıdaki gibidir:

Tablo 1.8. Urla'da Konaklama Belgeli Tesis Sayıları Kaynak: <https://izmir.ktb.gov.tr/>, 2022

--Konaklama Tesisleri--(2021)	İşletme Belgeli Tesisler			Yatırım Belgeli Tesisler			TOPLAM		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
URLA	14	167	332	1	17	14	15	184	366

Urla kıyıları, köyleri, verimli tarım alanları ve doğal peyzajı ve aynı zamanda tarihi, kültürü, mimarisi ile yarımada özel bir değere sahiptir (İZKA, 2014: 43). Urla ve yakın çevresi Akdeniz ikliminin etkisi altında olduğu için yazın nüfus kıyılara rağbet göstermekte ve kıyı turizmüne de olanak tanıdığı için kenti olumlu yönde etkilemektedir. İzmir'e yakın olması ve İzmir'in hızla büyümesi, coğrafi konum ve doğal güzelliklerinin sağladığı avantajlar Urla'nın kentleşme sürecini olumlu yönde etkilemiştir (Emekli, 2004: 117).

Yarımada'nın eko-turizm güzargahları Kültür ve Turizm Bakanlığı (2013) tarafından belirlenmiş ve büyük bir bölümü gününbirlik gidip gelmeye uygun güzergahlardır. Bu güzergahların çok azının başlangıç/bitiş yerinde konaklama imkanı bulunmaktadır. Urla Yarımada'sı için planlanan eko turizm güzargahları aşağıdaki gibidir (İZKA, 2014: 97-98):

1. Kültürü ve Doğayı Keşfetme: İskele-Limantepe-Yıldıztepe
2. Kültürü ve Doğayı Keşfetme: İskele-Karantina Adası

3. Kùltürü ve Doğayı Keşfetme: Güvendik-Karantina Adası
4. Doğayı Keşfetme: Özbek Köyü-Özbek-Çeşmealtı
5. Doğayı Keşfetme: Özbek (Gùlbahçe Kùrfezi)-Torasan
6. Doğayı Keşfetme: İçmeler-Özbek
7. Kùltürü ve Doğayı Keşfetme: Nohutalan-Birgi-Barbaros
8. Kùltürü ve Doğayı Keşfetme: Zeytineli-Zeytineli Koyu
9. Kùltürü ve Doğayı Keşfetme: Yağcılar-Demircili (Arkadeniz)
10. Kùltürü ve Doğayı Keşfetme: Demircili-Altinköy



Kaynak: (www.izmir.bel.tr/, 2023)

Şekil 1.1. Yarımadada Gezi Rotaları

Festivaller, bir şehirin marka haline gelmesinde önemli bir yere sahip olmanın yanında, Dünya turizm pazarında da etkilidir. Günümüzde marka olmuş şehirler arasında Paris, Roma, New York, Amsterdam, Barselona, İstanbul, Antalya gibi şehirler yer

almaktadır. Festivallerin ve sportif faaliyetlerin düzenlenmesi bu şehirlerin markalaşmasındaki en büyük etkenlerdir (Kargiglioğlu ve Kabacık, 2017: 411). İzmir ve çevresinin büyük ilgi gösterdiği Urla'nın festivalleri; Urla Enginar Festivali, Urla Ot Festivali ve Urla Bağbozumu festivalidir. Urla Enginar Festivali'nde bölgede yetiştirilen ve hasadı yapılan enginarın her çeşit yemeği yapılmakta ve sergilenmektedir. Urla Ot Festivali'nde bölgedeki otların tanıtılıp, otlardan çeşitli yemeklerin yapıp tadıma sunulduğu, ot toplama etkinliğinin olduğu bir festivaldir (Kaya, 2019: 52). İlçede her yıl düzenlenen ve 2600 yıllık bir geçmişi olan Urla Bağbozumu Şenlikleri de ilçe için önemli bir yere sahiptir. Her yıl birçok sanatçı davet edilmekte, halk oyunları gösterileri de yer almaktadır. Her yıl Ağustos ayında yapılan bu şenlikler, ilçe tanıtımı için de önemli bir yer tutmaktadır. Şenliklerin son gününde, üzümünden incire, zeytinden çiçeğe birçok sebzedden meyveye yüzlerce değişik ürünün yer aldığı ürün yarışması da düzenlenmektedir (Güdücüler, 2012: 74).

Ayrıca geçmişten gelen değerlerin hatırlatılarak gelecek nesillere tanıtılması ve yerel halkın kalkınması için Urla Zeytin Hasat Festivali düzenlenmektedir. Bu festivalin anlamını güçlendiren etken ise Urla'da bulunan ve tarihte bilinen ilk Zeytinyağı İşliği'nin olmasıdır. Bu festival halkın katılım ile farklı pek çok etkinlikle kutlanmaktadır. Bu etkinliklerde sabun yapımı, yemek yarışmaları, zeytin hasadı eğitimi gibi faaliyetler düzenlenmektedir (Diriöz, 2021: 208). Urla'da; Necati Cumalı Edebiyat Ödülleri, Sinema Günleri, Dünya Tiyatro Günü, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Bahar Şenlikleri, Tanju Okan Festivali, Cumalı Buluşmaları, Uçurtma Şenliği, Tanju Okan Yat Yarışları, Çaylak Kupası At Yarışları, Tanju Okan Anma Günü, Atatürk'ün Urla'ya Geliş Günü, Kurtuluş Şenlikleri ve Bisiklet Maratonu düzenlenen etkinliklerdir (İZKA, 2014: 118-119).

Urla'nın turizm değerini arttıran, sanat mekânları açısından oldukça zengin olan Urla Sanat Sokağı, Urla için önemli bir yere sahiptir. Sanat sokağında biri sinema, biri müzik atölyesi, üçü antika dükkanı, üçü seramik/heykel atölyesi, yedisi dikim atölyesi/butik giyim mağazası, ikisi sahaf, üçü butik kafe ve üçü takı/hediyelik eşya atölyesi yer almaktadır. Yılın farklı zamanlarında gelenekselleşmiş etkinliklere de ev sahipliği yapmaktadır. Bunun yanı sıra her hafta tekrarlanan ya da bir kerelik organize edilen birçok etkinlik de düzenlenmektedir. Bu etkinliklerin geneli Urla Sanat Sokağı Derneği'nin öncülüğünde yerel

yönetim birimlerinin ve sokak esnafının işbirliği ile düzenlenmektedir (Demircioğlu, 2016: 57-61).

İzmir Büyükşehir Belediyesi tarafından Urla, Güzelbahçe, Seferihisar, Karaburun ve Çeşme ilçelerini kapsayan projeler geliştirilmiştir. Yarımada'yı bütüncül bir yaklaşımla değerlendiren bazı somut projeler; Gezi Rotaları Projesi, Yerel Üretim Projesi ve Meslek Edindirme Projesi'dir. Bu projeler aynı zamanda pek çok alt projeyi de kapsamaktadır. Projenin uygulaması tarımın ve turizmin de olduğu 10 proje ile "Yarımada Gezi Rotaları" çatısı altında başlamıştır (Zoğal, 2016: 65).

1.13. Urla'nın Şarap Turizmi Potansiyeli

Urla, İzmir'e yakın olduğu için ulaşım imkanları oldukça gelişmiştir. Urlada her yıl düzenlenen çeşitli festivaller sosyal medya ve internet aracılığı ile tanıtımlarının ve duyurularının yapılması ile son zamanlarda çok rağbet görmektedir. Bunun dışında bölgede konaklama imkanlarının da olması turizmi desteklemektedir.

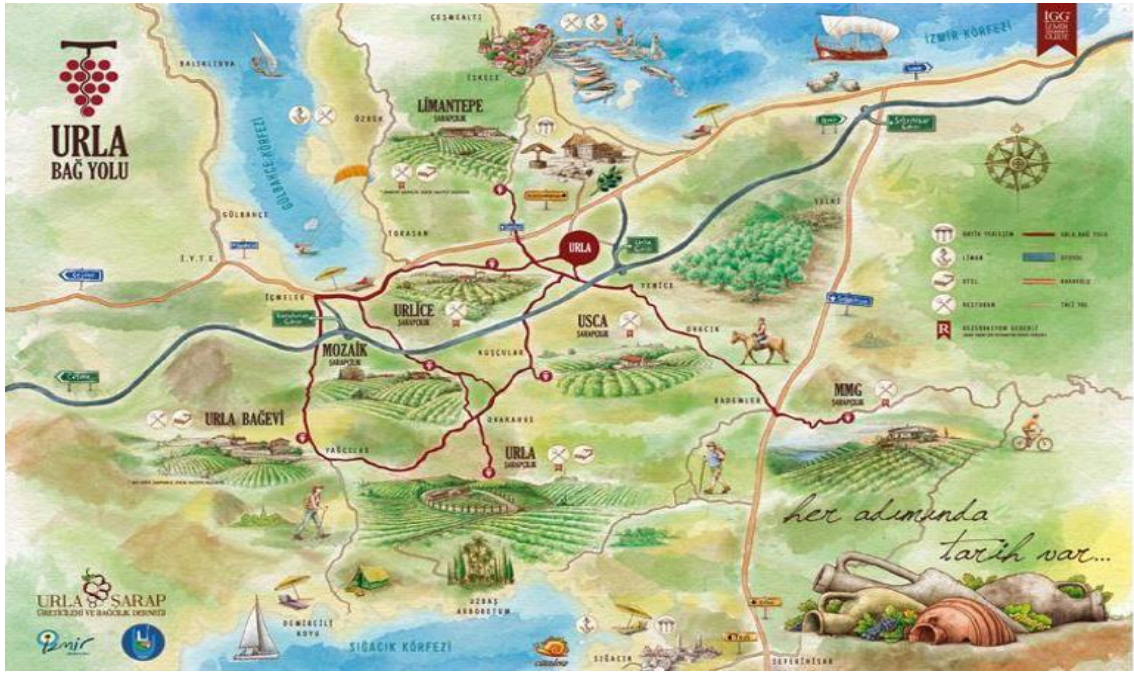
Türkiye üzüm yetiştiriciliği açısından zengin bir ülkedir. Ülkemizin pek çok bölgesi üzüm yetiştirmekte ve üzümün olgunlaşması ile bağ bozumu başlar ve Çanakkale Bozcaada, Denizli Çal, Elâzığ, İzmir Gökçealan, Urla, Tekirdağ, Kırklareli, Edirne'de bağ bozumu şenlikleri yapılmaktadır (Yeşil, 2021: 95). Urla'da bağ bozumu şenlikleri çoğu yerde olduğu gibi olgunlaşan üzümün tamamının kesilmesi ile değil kurutulmak için serilmeye başladığında gerçekleştirilmektedir (Baykara, 2000: 886).

Urla'da çok değişik lezzetlerin tadılabileceği mekanlar vardır. Şarap işletmeleri de bu mekanlar arasında yer almaktadır (Güdücüler, 2012: 76). Bu işletmeler son yıllarda şarap turistleri ve gastronomi turistleri tarafından ilgi görmekte ve Urla'nın tanıtımında çok büyük katkı sağlamaktadırlar.

1.14. Urla Bağ Rotası

Urla Bağ Yolu rotası projesi için Urlice, Urla Bağcılık, Mozaik, MMG, USCA, Limantepe ve Urla Bağ Evi 15 seneden beri çalışmalar yapmakta, İzmir Büyükşehir Belediyesi, Urla Belediyesi ve İzmir Kalkınma Ajansı da bu projeye destek olmaktadır

(www.hurriyet.com.tr, 2023). Bu yedi bağ evinin sahipleri 2015 yılında “Urla Bağcılık ve Şarap Üreticileri Derneği”ni kurmuşlardır (www.turizmaktuel.com/, 2022). Derneğin çatısında oluşturulan Urla Bağ Yolu, “Agro-turizm-Bağ Turizmi” projesi için Urla’nın sloganı “Yarımada’da Hayatı Yakala ” olarak belirlenmiştir. Bu proje kapsamında bölge için beş değişik gezi rotası; yürüyüş yolu, bisiklet yolu, zeytin yolu, bağ yolu, mavi rota olarak belirlenmiş ve ziyaretçiler için yollara işaret levhaları ve haritalar yerleştirilmiştir (www.milliyet.com.tr/, 2022).



Kaynak: (www.hurriyet.com.tr, 2023).

Şekil 1.2. Urla Bağyolu

Şarap turizmi kapsamında geliştirilen şarap yolu rotaları şarap turistlerinin taleplerini karşılaması bu rotaların önemini arttırmıştır. Farklı turizm alternatifleri geliştirme çabası içinde olan destinasyonlarda farklı şarap rotaları oluşturulmakta ve bu bölgelere olan arzu arttırmak için turistlerin beğenisine sunulmaktadır (Oyan ve Akdağ, 2020: 2788). Urla’da yer alan bağ evlerinin büyüklükleri 40-300 dönümdür. Bu rota üzerinde yer alan işletmeler butik şarapçılığa uygun işletmelerdir (İZKA, 2014: 198). Urla bağ Yolu rotasında yer alan bu işletmeler turistlerin ilgi göstermesi için çaba sarfetmektedirler.

1.15. Urla Şarap ve Peynir

Günümüzde dünya genelinde pek çok ülkede şarap, peynir ve bağ bozumu turları düzenlenmekte, turistler tarafından da rağbet görmektedir (Çağlı, 2012: 66). Son zamanlarda küreselleşme ile birlikte Fransa, İspanya, İtalya gibi ülkeler şarap, peynir ve et ürünlerini kültürel, kırsal, gastronomi ve eko-turizm faaliyetleri ile tanıtarak yerel ekonomilerine katkıda bulunmaktadır. Bu tür ürünler coğrafi işaret sistemi ile korunmaktadır ve kırsal turizmin gelişiminde önemli olabileceğinin bir göstergesidir (Kan vd., 2012: 95).

Geçmişten günümüze kadar gelen ürünlerin kökenini belirtmek için coğrafi işaretler kullanılmaktadır (Kan ve Gülçubuk, 2008: 59). Coğrafi İşaret (Cİ) ile tescil edilecek ürünler tarımsal ya da el sanatları ürünleri de olabilmektedir (Gökovalı, 2007: 151). Cİ, ürünün kalitesini, gelenekselliğini, karakteristik özelliklerini, kaynağını, tescil edildiği coğrafi alan ile arasındaki ilişkiyi göstermenin yanında coğrafi işaret almış ürünün de korunmasını sağlamaktadır. Coğrafi İşaretler menşe adı ve mahreç işareti olarak sınıflandırılmaktadırlar (ci.turkpatent.gov.tr/, 2023):

Menşe adı: *Bir ürünün, tüm veya esas nitelikleri belirli bir coğrafi alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanıyorsa bu durumdaki coğrafi işaretlere “menşe adı” denir.* (ci.turkpatent.gov.tr/, 2023).

Mahreç işareti: *Belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla belirli bir coğrafi alan ile özdeşleşmiş olan; üretim, işleme ya da diğer işlemlerinden en az birinin belirlenmiş coğrafi alan içinde gerçekleşmesi gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere “mahreç işareti” denir* (ci.turkpatent.gov.tr/, 2023).

Coğrafi İşaretler yasa ile korunmaktadır. Coğrafi İşaret’e sahip olan ürünün kanunlar ile korunma nedeni tüketicinin ürün ile ilgili yanıltıcı bilgi edinmesine engel olmak ve bu ürünün kullanımını yasal olarak tescillemiş kullanıcıları korumaktır (Gökovalı, 2007: 144).

TÜRKPATENT Türkiye’de 27 tane peynir tescillemiştir. Bu peynirlerin 13 (3 tanesi yurt dışı) menşe, 14 tanesi mahreç işaretlidir (Çakmakçı ve Salık, 2021: 327). Dağ ve Keskin (2021:2634) yapmış oldukları çalışmada; İzmir ilinin 6 adet geleneksel peynirini tespit etmişlerdir. Bu peynirler İzmir Tulum Peyniri, Sepet Peyniri, İzmir-Karaburun Lorlu Keçi Tulum Peyniri, Kopanisti Peyniri, Armola Peyniri ve Tire Çamur Peyniri’dir

(2021:2634). Bunlardan Kopanisti Peyniri; Çeşme, Karaburun, Urla ilçelerinde yapılmaktadır. Kopanisti Yunanca “Ezilmiş, dövülmüş” anlamına gelir. Bu peynir Karaburun, Sakız Adası ve Çeşme’de “acı peynir” adıyla satılmaktadır. Fakat bu peynirin yapım aşaması uzun olduğu için fabrika üretimi yapılmamaktadır (urlacantvradyo.com.tr/, 2023).

Tespit edilen bu 6 peynir çeşidinde karışık süt ve keçi sütünün yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir. Yöreye özgü peynirlerin farklı kültürlerle ait özelliklerinin olduğu, yerel özelliklere ve kendilerine has tatlarının olduğu da görülmektedir. Gastronomi turizmi açısından geleneksel peynir çeşitliliğinin varlığı o yöre için önemli bir değer katmaktadır (Dağ ve Keskin, 2021: 2635).

Gökçeada Cittaslow unvanını 2011 yılında alarak sahip olduğu tüm zenginlikleri ziyaretçilerine ev sahipliği yaparak tanıtmaktadır. Bu bölgede “peynir, ekmek, zeytinyağı ve şarap kullanımı” bir ritüel olarak algılanmaktadır (Çakıcı vd., 2021: 313).

1.16. Şarap Turizminin Unsurları

1.16.1. Şarap Turisti

Turistik bir destinasyon o bölgenin ekonomisinin parçası olması yanında farklı amaçları olan turistleri de kendisine çekmektedir (İçöz, 2013: 13). Dünya çapındaki şarap turizminin rolü ve etkisi ile ilgili olarak özgünlük, kültürel ve miras değeri gibi ayırt edici özelliklerin, niteliklerin ve kritik başarı faktörlerinin şarap turistleri tarafından oldukça takdir edildiği açıktır (Ramos vd., 2018: 685). Şarap turisti şarap kültürü hakkında bilgi edinmek isteyen aynı zamanda da rekreasyonel geziler yapmak isteyen özel ilgi grubuna dahil kişilerdir (Yıldız, 2009: 82). Katılımcılar şarap tadımını üretildiği yerde tatmak isterler bunun yanında yöresel lezzetleri tanımak, şarap üretim tesislerini gezmek ve üretim süreci hakkında bilgilenmek, dinlenmek, günlük rutinlerinden uzaklaşmak gibi faaliyetleri de kapsamaktadır (Erhan, 2021: 132). Aynı zamanda restoranlara ve diğer tesislere sahip olanlar, özel etkinlikler ve kurumsal toplantılar dahil olmak üzere çeşitli diğer pazar segmentlerinden de yararlanabilirler (Getz vd., 1999: 24-26).

İnsanları bir destinasyona "çektiği" iddia edilen bu çeşitli cazibe merkezlerinin yanı sıra, bir turistin belirli bir destinasyonu seçmesine yardımcı olan başka faktörler de vardır.

Bu faktörlerden biri, bir destinasyonun üretim bölgesine yakınlığıdır. İçinde yakınlık sorunu göz önüne alındığında, aşağıdaki faktörler dikkate alınabilir (Bruwer, 2003: 425) :

- Üreten bölge ile turizm destinasyonu arasındaki coğrafi uzaklık
- Coğrafi mesafeyi kat etmek için gereken seyahat süresi
- Turistin coğrafi mesafeyi kat etmesi için gerekli para miktarı
- Üreten bölge ile hedef arasındaki bilişsel mesafe (Bilişsel uzaklık, gerçek mesafenin aksine kişinin mesafe algısını ifade eder).

Şarap imalathaneleri yoğun nüfuslu alanların içinde veya yakınında bulunduğunda, ziyaretçi sayısı yüksek olacaktır. Şarap tüketim geleneğine sahip olan Avrupa, şarap üretilen bölgelerde veya yakınında yaşayan 300 milyondan fazla potansiyel şarap turistine sahiptir. Aynı zamanda küçük aile ve arkadaş gruplarını, organize şaraphane turlarını ve genel gezi gezilerinde daha büyük tur gruplarını cezbetmektedir (Getz vd., 1999: 24-26).

1.16.2. Dünya’da ve Türkiye’de Şarap Rotaları, Bağlar Şarap Turizmi Bölgeleri

Şarap rotası kavramı, varlığı için hayati önem taşıyan tanımlanmış bir alanla ilgilidir ve bu alanın bir parçası olan şarap üreticileri için, şaraplarına özgü benzersiz özelliklerden oluşan kimliklerini ve kültürel miraslarını yansıtır. Bağları bir şarap rotasının parçası olan şarap üreticileri, rakiplerinden farklılaşmak için kendilerini benzersiz kılan özellikleri vurgular; bu özellikler ürettikleri üzüm ve şarabın türü, şaraba ayırt edici nitelikler kazandıran topraklar ve iklim ve kültürel mirasa atıfta bulunur (Olaru, 2012: 160).

Bir şarap rotasının oluşturulması, farklı turizm türleri arasında sinerji oluşturmak için bir fırsattır; bunlar arasında kırsal turizm, gastronomi turizmi ve kültür turizmi öne çıkmaktadır (Martínez-Falcó vd., 2023: 173). Bir şarap rotası konsepti bir dizi beklenmedik deneyimle karşılaşılabilecek bir yolculuk gerektirir. Bu beklenti, şarap rotasına özgü ayırt edici nitelik iddialarıyla teşvik edilir. Bir şarap rotası, turistin peyzajın doğal ve kültürel özelliklerinin çeşitliliği ile ilgilenmesini sağlar. Şarap rotalarının gelişiminin şarap turizmi endüstrisinin ayrılmaz bir parçasını oluşturduğu açıktır. Aslında bunlar, şarap turizminin

temel çekiciliğine şaraplar ve şaraphane üretim tesisine giden "yollar"dır (Bruwer, 2003: 424).

1.16.2.1. Dünya'daki Şarap Rotaları-Şarap Turizm Bölgeleri ve Bağlar

Dünya'da şarap turizm bölgelerinin eski dünya ve yeni dünya olarak ikiye ayrıldığı ön görülmektedir. Şarap turizmi, eski dünyada özellikle Avrupa'nın şarap bölgelerinde sosyal ve eğlence ağırlıklı olduğu kabul görmekte yeni dünya ülkelerinin ise sahip olduğu şarap bölgeleri için teknolojiye dayanmalı ve tat seçeneklerini arttırması gerektiği ön görülmektedir (Gürler, 2020: 15). Eski dünya ülkelerinin şarap turizminde daha iyi organizasyona sahip olduğu belirtilmekte ve Avrupa'daki şarap rotalarının yolları ile ilişkilendirilir (Bayındır, 2022: 47). Dünya'nın en ilgi çeken şarap rotalarından bazıları; ABD'de bulunan Napa Vadisi , İtalya'nın Toskana, Itria Vadisi , Fransa'nın Bordo, Loire Vadisi , Avustralya'nın Barossa Vadisi, Hunter Vadisi , İspanya'nın Rioja ve Portekiz'in Douro Vadisi 'dir (Karabulut ve Akyürek, 2022: 493).

1.16.2.1.1. Eski Dünya Ülkeleri

1.16.2.1.1.1. Fransa

Fransa'da şarapçılık İ.Ö 600 yıllarında Foçalıların Marsilya'ya yerleşip burada asma bitkisini yetiştirmeleriyle başlamıştır (Gürsoy, 2003: 25-26). Fransız felsefesine göre şarap, insanın yarattığı toprağın, iklimin ve kültürün bir ifadesidir (www.winetourism.com/, 2022). Bugün, Fransız şarapları ülke sınırlarının çok ötesinde değer görmektedir ve yalnızca mükemmel bölgeleri değil, aynı zamanda çeşitli bölgelerin çeşitli kültürel ve mutfak sunumlarını da sergilemektedir (UNWTO, 2021d: 3).

Şarap ülkesi Fransa'da bulunan bağların yaklaşık %70'i kırmızı üzüm çeşitleri, %30'u ise beyaz üzüm çeşitleri dikilmektedir. Fransa'daki ünlü şarap bölgeleri yerel tarihle iç içe, genellikle güzel kırsal alanlarda yer almaktadır. Aynı zamanda her bir Fransız şarap bölgesinin kendine özgü kültürel mirasının önemli bir parçasını oluşturmaktadır (www.lelongweekend.com/, 2022). Fransa'nın ünlü şarap turizmi bölgelerinin bazıları; Bordeaux , Burgundy, Rhone, Loire, Alsace ve Champagne'dir (www.britannica.com/, 2022). Fransa, tarihsel olarak dünya çapında şarap üretiminin liderlerinden biri ve Fransız tarım alanının yalnızca %3'üne eşdeğer bir yüzeyde hacim bakımından en büyük

üreticilerden biridir. Bu üzüm üretimine ayrılmış 85.000 çiftliği temsil eder yani toplam çiftlik sayısının %20'si, bunların ana kısmı şarap üretimine ayrılmıştır (Ugaglia vd., 2019: 22). Fransa yılda 55 milyon hektolitre şarap üretimi yapabilen ve dünyanın en ünlü şaraplarına sahip bir ülkedir (Çelik, 2019: 42).

Fransa'da şarap yapımında chateau (şato) sisteminin uygulanması yaygındır. Sistemin temelinde, üretimi yapılacak şarabın bir şatonun veya bir evin etrafında bulunan bağlardan alınan üzümlerden yapılmasıdır (Yüksek Güler, 2008: 27). Fransa'da üzüm bağlarının çoğu, nesiller boyu sahiplerinden geçmiş ailelere aittir. Diğer üzüm bağları, bir şirkete ait olan kurumsal bağlarken, üçüncü bir kategori, birçok yetiştiricinin bir araya gelerek üzümlerin şaraba dönüştürüldüğü ve sonunda şişelendiği "fabrika" oluşturmak için bir araya geldiği kooperatiflerdir (Sawyer ve Oligschlaeger , 2021: 18).

İtalya, Fransa ve İspanya, Avrupa Birliği şarabının %80'ini ve birlikte dünya üretiminin %50'sini üretmiştir. Bugün Fransa, İtalya'dan sonra dünyanın en büyük ikinci şarap üreticisidir (Sawyer ve Oligschlaeger, 2021: 14). Fransız şarap endüstrisi, yaklaşık on uzmanlaşmış havzada yer almaktadır. Bu bölgelerin güçlü bir kimliği vardır ve her birinin yerel endüstriyi yönetmek için kendi politikası vardır. Her şarap üretim bölgesi için, esas olarak pazarlama ve iletişimden sorumlu Profesyoneller Arası Şarap Konseyi bulunmaktadır (Ugaglia vd., 2019: 23).

Fransa 1930'lu yıllarda dünyanın en kapsamlı AOC ya da AC olarak bilinen şarap yasaları sistemini hayata geçirmiştir. Bu düzenlemeler Avrupa Birliği bünyesinde yer alan şarap endüstrisine model olmuştur. AOC etiket üzerinde yer alır, bu sistemi uygulayan üreticiler bu kurallara uymak zorundadırlar ve bu ibare şarabın yerel kanunlara uyularak üretildiğini garanti etmektedir (Uğurlu, 2013: 46).

Fransa'daki şarapların çoğu on yedi ana bölgede üretilmektedir. Bu bölgeler Alsace, Armagnac and Floc de Gascogne, Beaujolais, Bergerac, Bordeaux, Bourgogne, Champagne, Cognac and Pineau des Charentes, Corsica, Jura, Languedoc, Provence, Roussillon, Savoie, South-West, Loire Valley, ve Rhône Valley 'dir. Bu bölgelerin her biri aynı zamanda keşfedilecek bir veya daha fazla şarap rotasının bulunduğu bir turizm noktasıdır (UNWTO, 2021d: 3).

Bu bölgelerden 1953'te oluşturulan Fransa'nın en güzel, en ünlü ve en eski rotalarından biri olan Alsas Şarap Rotası , her yıl 3 milyonu aşkın ziyaretçisiyle Bordeaux ve Şampanya bölgelerinden sonra Fransa'nın en çok ziyaret edilen üçüncü bağcılık bölgesidir. Bölgede, Şarap Rotası'nın 170 km'lik kısmına yayılmış 700'den fazla bağcı bulunmaktadır. Şarap mahzeni kapıları ve şarap turları geleneği iyice yerleşmiştir. İnsanları mahzenlerinde karşılamak Alsaslı şarap yetiştiricilerinin kültürünün bir parçası olmuştur (Tahar vd., 2021: 267). Fransa'daki Şarap Rotaları (UNWTO, 2021d: 5- 11) :

Alsace Şarap Rotası

1953 yılında icat edilen “Alsas şarap rotası” Fransa'nın en eski rotasıdır. 170 kilometreden fazla bir süre boyunca üzüm bağlarıyla kaplı tepelerin arasından kuzey-güney ekseninde yer almaktadır. Yaklaşık yüz kilometre uzunluğunda ve 119 belediyeye yayılmış yaklaşık 15.000 hektarlık alanı kapsamaktadır (Man ve Slave, 2022: 271). Alsas üzüm bağları Vosges Dağları'nın doğal bariyeriyle korunan bir yerde konumlanmıştır. Burada pek çok farklı üzüm çeşidi yetişmektedir. Alsace şarap rotası, AOC Alsace, AOC Alsace Grands Crus ve AOC Crémant-d'Alsace gibi 53'ten fazla kontrollü menşe tanımı ve korumalı menşe tanımına sahiptir (UNWTO, 2021d: 5).

Bordeaux Şarap Rotası

Bordeaux'nun dünyaca ünlü şarapları, 20. yüzyıla dayanan bir şarapçılık geleneğinden gelmektedir. Bordeaux Şarap Rotaları boyunca ünlü şaraplar, prestijli şatolar ve tarihi yerler, Bordeaux üzüm bağlarının zengin mirasını ortaya koymaktadır. Bu rotalar arasında Bordeaux'nun ünlü bölgeleri; Medoc; Saint-Emilion, Pomerol ve Fronsac; Entre-deux-Mers; Graves ve Sauternes; ve Blaye ve Bourg bulunmaktadır (UNWTO, 2021d: 6).

Bourgogne Şarap Rotası

Bourgogne üzüm bağları kuzeyden güneye, Auxerre'den Mâcon'a kadar 230 kilometre boyunca uzanır ve aralarında dünyanın en ünlü şaraplarından bazılarının da bulunduğu çok çeşitli şaraplar bulunmaktadır (UNWTO, 2021d: 7).

Champagne Şarap Rotası

Dünyanın en ünlü köpüklü şarabı Champagne, bu şarap rotasının en bilinen adıdır ve Champagne Şarap Rotası 600 kilometreden fazla tabelalı gezilerin yer aldığı şampanya turist rotasıdır ve bu rota üzerinde UNESCO Dünya Mirası Alanları yer almaktadır (UNWTO, 2021d: 8).

Loire Vadisi Şarap Rotası

Manzaraları ve şatolarıyla UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan Fransa'nın en uzun şarap rotası olan Loire Vadisi, benzersiz bir yaşam tarzına ve dünyaca ünlü üzüm bağlarına sahiptir (UNWTO, 2021d: 9).

Provence Şarap Rotası

Provence Şarap Rotası'nda 430 üzüm bağı ve kooperatif şarap mahzeni bulunmaktadır. Provence'ta rosé, şarap üreticilerinin uzun yıllar boyunca kapsamlı bir uzmanlık ile geliştirdiği şarap yetiştirme geleneklerine dayanmaktadır. Provence aynı zamanda güçlü, çok yönlü kırmızı şarapların yanı sıra canlandırıcı ve çok aromatik beyaz şaraplar da üretmektedir (UNWTO, 2021d: 10).

Rhône Valley Şarap Rotası

Lyon'dan Camargue'ye, Provence ve Luberon bölgeleri boyunca Rhône Vadisi üzüm bağları iki büyük şarap üretim alanına bölünmüştür. Kuzeyde, Septentrional bağı dik dağ sıralarındaki sarp yamaçlardadır; güneyde Meridional bağı ovalara ve hafif yamaçlara sahiptir. 14 şarap rotası, farklı manzaralara sahip tarihi köylerden geçmektedir (UNWTO, 2021d: 11).

1.16.2.1.1.2. İtalya

İtalya'da şarabın kökenleri çok eskidir, hem efsanelerde hem de masallarda bilinirler ve her bölgenin kendi hikayesi vardır. Şu anki İtalyan topraklarının eski adı şarap ülkesi anlamına gelen Enotria tellus'dir. İtalya'da ve özellikle Sicilya ve Calabria'da asma, ilk olarak Sabine ve Etrüsk popülasyonları arasında yayılarak Akdeniz'i ve Avrupa'yı fethetmeye başlamış, onlar sayesinde üzüm ekimi bugünkü Campania ve Po Vadisi'ne

yayılmıştır (UNWTO, 2021f: 3). 3000 yıllık bağcılık tarihine sahip olan İtalya toprakları üzüm bağları ile kaplıdır. İtalya şarap üretiminde dört ana bölgeye ayrılmış ve her bir bölge kaliteli şarapların sınıflandırılmasında kullanılan DOC(G)'ler bulunmaktadır. Fransa'da da şaraplar sınıflandırılmaktadır ve DOC; Fransa'da şarap kalitesi için kullanılan AOC ile eşdeğerdir (Uğurlu, 2013: 48). İtalya'daki bağcılık çiftlikleri ağırlıklı olarak küçük işletmelerdir ve çoğunlukla aile tarafından işletilmektedir. Bağların ortalama büyüklüğü 1,7 hektardır ve şarap çiftliklerinin üçte ikisinin şaraplık üzüm alanı 1 hektardan azdır ve Merkez ve Güney'de bu pay daha da fazladır. Sadece %7'sinin 5 hektarın üzerinde bağı ve %2,6'sının 10 hektarın üzerinde bağı vardır (Corsi vd., 2019: 50). İtalya üzüm çeşitliliği bakımından zengin bir ülkedir ve 2000'den fazla çeşit üzüm yetiştirilmektedir. İtalya'da üzümün üretildiği önemli alanlar; Campania, Lazio, Toscana, Piemonte, Trentino, Veneto, Umbria, Puplia, Calabria, Sicilya'dır (Yüksek Güler, 2008: 32).

İtalyan şarap sektörünün başarısı, İtalyan mutfağının talep tarafında dünya çapındaki popülaritesi ve arz tarafında turizm ürünü çeşitlendirme politikası, İtalya'da şarap turizminin gelişmesine ciddi ve koordineli bir yaklaşıma yol açmıştır. Şarap imalathaneleri, topluluklar ve bölge planlamacıları bu çaba için önemli çaba sarf etmiştir ve şarap üretim bölgelerinden geçen çeşitli temalı seyahat programlarının eşlik ettiği 140 şarap rotası kurulmuştur ve yıl boyunca düzenlenen çok sayıda yerel şarap etkinliği düzenlenmektedir (Romano ve Natilli, 2009: 465).

İtalya'da, Şarap Rotaları, onları kaliteli şarapların üretildiği coğrafi alanlarda oluşturulan güzergahlar olarak tanımlayan ulusal yasa ile oluşturulmuştur. Kanun, kültürel ve doğal kaynaklar da dahil olmak üzere bağcılık alanları ve şarap imalathanelerinin değerlendirilmesini ve bunlardan turistlerin yararlanmasını amaçlamaktadır. Şaraba ayrılmış bir bölgenin tipik olarak tanımlanması, son zamanlarda bölgenin tipik yiyeceklerini de içeren çeşitli Şarap Rotalarının oluşturulmasına yardımcı olmuştur (Asero ve Patti, 2009: 10).

İtalya, şarap turizmi faaliyetlerini koordine etme girişiminde bulunan ulusal bir organa sahip birkaç ülkeden biri ve dünyanın en büyük şarap üreticilerinden biri olarak, şarap turizminden yararlanmak için iyi bir konumdadır (Hall ve Mitchell, 2000: 458). İtalya'da şarap turizmi büyük ölçüde, çoğu prestijli bölgelerde bulunan ve çoğu kendi bağlarından şarap şişeleleyen küçük üreticiler mozaigine bağlıdır ve sadece 25.000 şarap

imalathanesinin özel markaları vardır. Bunlar, turistlere kişisel temas keyfi ve gelmelerini sağlayan otantik atmosfer sunan şarap imalathaneleridir (Colombini, 2015: 34). Toscana Bölgesinin tanınması da burada üretilen şarapları sayesinde olmuştur (Karamahmutoğlu, 2019: 41).

İtalya'da şarap üretiminin önemi o kadar artmaktadır ki, yerel aktörler, kuruluşlar, kulüpler, kurumlar ve şarap uzmanları ve şarap sevenler dernekleri arasında şarap ve şarap imalathanelerini tanıtan bir ilişkiler sistemi yaratılmıştır. Şarap ve turizm ile ilgilenen dernekler ağırlıklı olarak Şarap Turizmi Hareketi, Ulusal Şarap Kadınları Derneği, Ulusal Şarap Şehirleri Birliği ve Ulusal Şarap ve Yemek Rotaları Birliği'nden oluşmaktadır (Asero ve Patti, 2009: 12).

Dış ticaretle ilgili olarak, İtalya, 2021'de 7,1 milyar avroya ulaşan ihracatla net şarap ihracatçısı ve aynı zamanda değer ve hacim açısından dünyanın en büyük ikinci ihracatçısı olmuştur. Nitekim son on yılda İtalya'nın ihracat değeri, ürün fiyatlarının yurt dışında yeniden konumlandırılması sayesinde miktar bazında yüzde 51,5 ve yüzde 4,6 artmıştır. Ayrıca, İtalya'nın şarap üretiminin %35,8'i kalite işaretleri/sertifikalı olan şaraplardır (Ingrassia vd., 2022: 5).

İtalya'daki şarap rotaları (UNWTO, 2021f: 9-14):

Strada Del Verdicchio Şarap Rotası

Marche bölgesindeki Verdicchio şarap rotası iki ana alanı içerir: Jesi şehrini çevreleyen Ancona eyaletindeki Jesi Kaleleri adı verilen bölgeler ve Macerata eyaletindeki Matelica bölgesidir (UNWTO, 2021f: 9).

Lombardy – Franciacorta Şarap Rotası

Bölgenin sahip olduğu pek çok şarap imalathanesi ziyaret edilebilir özelliktedir. Özellikle eylül ayında düzenlenen Franciacorta Festivali, yeme ve içmeyle ilgili etkinlikler sunmaktadır (UNWTO, 2021f: 10).

Puglia – The Castel Del Monte Doc Şarap Rotası

Yüksek kaliteli ve prestijli şarapların üretildiği yerel üzüm bağları başta olmak üzere, önemli çeşitlilikte üzüm bağlarının yetiştirilmesine olanak sağlayan bölgede yer almaktadır (Di Gregorio ve Licari, 2006: 16)

Veneto Şarap Rotası

Bu rotada dağlardan denize, gölden ovalara, nadir güzellikteki manzaralar arasındaki şarap yolları ve tipik ürünler, güzel peyzajlı-çevresel yollar, kültürel ve rekreasyonel, mükemmel bir şekilde işaretlenmiş şarap imalathaneleri ve diğer gastronomik işletmeler yer almaktadır (UNWTO, 2021f: 13).

Terre Derthona Şarap Rotası

Terre Derthona güzergahı, Alessandria Eyaletindeki Tortona şehrini çevreleyen bölgede bulunan yaklaşık 50 belediyeyi içermektedir. Rota Po nehrinden başlar ve tepelerin arasından geçerek Apennine Dağları'na ulaşmaktadır (UNWTO, 2021f: 14).

1.16.2.1.1.3. İspanya

İspanya'da üzüm bağı bulunan tarımsal işletmeler nispeten küçüktür ve ortalama kullanılan tarım alanı 6,57 hektardır. Özel şarap bölgeleri arasında, Extremadura ve Castilla-La Mancha'da daha büyük işletmeler bulunurken, en küçüğü Kanarya Adaları, Castilla-León ve Aragón'da yoğunlaşmıştır. İspanya'da cava (köpüklü), güçlendirilmiş şaraplar ve düşük alkol içeriğine sahip şaraplar gibi birçok başka tür vardır. Kırmızı şarap İspanya'nın birçok farklı bölgesinde bulunmaktadır ve İspanyol tüketicisinin geleneksel damak zevkine uygundur (Albisu, 2019: 81-89).

İspanya'da ilk rotalar yalnızca şarap imalathanelerinin yerini gösteren bir haritadan oluştuğundan, İspanyol şarap turizminin kökeni belirsizdir. İlk dönüm noktalarından biri, 1970'lerde, La Rioja'da turist rotalarının belirli bir gelişme düzeyiyle tasarlanmaya başlandığı ve ardından diğer İspanyol bağcılık bölgelerinin takip ettiği dönemdir. “İspanya Şarap Rotaları” turizm ürünü, İspanya topraklarını oluşturan 17 özerk topluluğun 13'ünde en az bir rota olmak üzere 34 şarap rotasından oluşmaktadır (Martínez-Falcó vd., 2023: 174-175).

İspanya’da Şarap endüstrisinin rekabet gücünü artırmak ve her durumda üye şehirlerin ekonomik ve sosyal refah düzeyini korumak ve artırmak için gerekli uyarlamaları ve girişimleri teşvik etmek ve kolaylaştıran kurum İspanyol Şarap Kentleri Birliği(ACEVIN)'dir (acevin.es/, 2023). İspanya ürettiği şarapları kalite bakımından sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırmaya göre DO Pago tek mülklerde üretilen en güzel şaraplar için kullanılır. DOCa; ile sınıflandırılan şaraplar ise yüksek kaliteli ve en az on yıl satandartını koruyabilen şaraplar için kullanılır. DO; Fransa’nın şarap kalitesi için kullandığı AOC’a eşdeğerdir (Uğurlu, 2013: 49).

İspanya’daki şarap rotaları (UNWTO, 2021ı: 5- 11):

Sherry Şarap ve Brandy De Jerez Rotası

Sherry bölgesinin şarap ve brendi rotaları 2007 yılında resmi şarap rotası olarak sertifikalandırılmıştır. Çeşitli kamu idarelerinin işbirliği ve özel girişimlerin desteğiyle, bu projeyi bölgedeki turizmin yeterli sosyoekonomik gelişimini sağlamanın bir aracı haline getirmek amaçlanmaktadır (García ve ark., 2010: 301).

Ribera Del Duero Şarap Rotası

Ribera del Duero, üzüm bağlarını ve bu bölgedeki şarapların kalitesini geliştirmekle ilgilenen bağcılarının girişimiyle oluşturulmuştur. Temmuz 1982’de, hem bağ hektarı hem de şarap imalathanelerinin sayısı bakımından Duero Vadisi’nin diğer bölgelerini aşacak şekilde yönetmelikleri onaylanmıştır (De Borbon, 2019: 18). İspanya’nın kuzeyinde yer alan Ribera del Duero, ülkenin en güzel kırmızı şaraplarından bazılarının üretimiyle tanınan prestijli bir şarap bölgesidir. Bu geniş şarap bölgesi, Castilla y León ilindeki Duero Nehri kıyısında yer almaktadır. Ribera del Duero’yu tanımlayan temel özellikler arasında baskın üzüm çeşidi, iklimi, toprağı, seçkin şarap imalathaneleri, korunan Menşe Değeri (DOP) ve şaraplarının dikkate değer özellikleri yer almaktadır (Lee, 2023: 30).

Penedès Şarap Rotası

Barselona’dan sadece 30 dakika uzaklıkta bulunan, harika plajlara sahip ve iç kısmı dağlarla korunan Penedès bölgesi, kır evleriyle dolu üzüm bağları, eşsiz tarihi yerleri ve çok sayıda şarap imalathanesi ile karakterize edilen olağanüstü bir manzaraya sahiptir. Penedès

şarapları çoğunlukla geleneksel üzüm çeşitlerinden yapılır. Şarapların çoğu gençtir ve harika aromatik niteliklere sahiptir (UNWTO, 2021i: 7).

Rioja Alta Şarap Rotası

Rioja Alta Şarap Rotası, La Rioja'nın mükemmel şarap üretim bölgesidir. Bölgenin şarap kültürünün esas olarak geliştiği ve en prestijli şarapların geldiği ve aynı zamanda asırlık şarap imalathanelerinin bulunduğu bir yerdir (UNWTO, 2021i: 8).

Calatayud Şarap Rotası

Calatayud şarap rotası, İspanya'nın en yüksek rakımlı şarap rotalarından biridir. Üzüm bağlarından bazıları yüz yaşın üzerindedir ve en kaliteli, çok beğenilen şarapların üretimi için ideal olan aşırı doğal koşullara dayanıklıdır (UNWTO, 2021i: 9).

Rioja Alavesa Şarap Rotası

Bask Bölgesi'nin bir parçası olan Álava eyaletinin güneyinde yer alan Rioja Alavesa'da yer altı şarap imalathaneleri, aile şarap mahzenleri ve asırlık şarap imalathaneleri bulunmaktadır (UNWTO, 2021i: 10).

Rías Baixas Şarap Rotası

Rias Baixas Şarap Rotası, Galiçya'nın en batı kısmını kapsamaktadır. Şarapları yalnızca bölgeye özgü üzüm çeşitleriyle yapılmaktadır ve yetiştirme yöntemleri, asma yetiştirme uzmanlığı, küçük araziler veya elle hasat gibi geleneksel geleneklere uygun olarak yapılmaktadır (UNWTO, 2021i: 11).

1.16.2.1.1.4. Portekiz

2018 yılından beri Portekiz şarap üretiminde dünya genelinde en fazla şarap üreten ülkeler içinde yer almaktadır. Portekiz ekonomisi için üzüm ve şarap üretimi çok değerli olup şarapları iç piyasada tüketilmekte ve pek çok ülkeye de ihraç edilmektedir (Oyan ve Akdağ, 2020: 2788). Portekiz için şarap üretiminden elde edilen gelir toplam tarım ürünlerinden elde edilen gelirin yarısıdır (Konya Ticaret Odası, 2019: 7). Portekiz şarap sektörü, farklı yaş aralıklarına ve farklı ekonomik ve finansal faaliyet seviyelerine sahip

küçük ve orta ölçekli işletmelerin hakim olduğu heterojen bir yapıya sahiptir (Faria vd., 2020: 287). ViniPortugal, sekiz profesyonel kuruluştan oluşan ve küçük ve orta ölçekli şirketlerden büyük endüstri oyuncularına kadar tüm ülkeden yaklaşık 300 şarap imalathanesini temsil eden benzersiz bir dernektir. Misyonu, Portekiz Şarapları markası altında Portekiz şaraplarını tanıtmaktır (Woldarsky ve Geny-Denis, 2019: 2).

Portekiz, İngiltere ile olan uzun ticari bağları sayesinde, şarap bölgelerini turizm ile ilişkilendirmek için uzun süredir şarabı kullanan bir ülkedir. Portekiz'in kuzeyindeki Oporto şehri, etkinliklerin ve festivallerin düzenlenmesinin yanı sıra tanıtımında da geniş ölçüde Porto şarabı bağlantısını kullanmaktadır (Hall ve Mitchell, 2000: 458). Portekiz'de 1996 yılından bu yana var olan şarap rotaları, şarap bölgelerinin gelişmesi açısından büyük potansiyele sahip bir turistik ürün oluşturmaktadır. Bu şarap rotaları; Wine Route of Porto, Route of the Vineyard and the Wine of the West, Green Wine Route, Wine Route Aletejo, Wine Route Dao, Route of the Vineyard and the Wine of Ribatejo, Vineyard Route of the Beira Interior, Vineyard Route of the Cister, Wine Route of the Bairrada, Wine Route of the Costa Azul, Wine Route of the Bucelas, Carcavelos e Colares, Wine Route of the Algarve'dir (Lopes vd., 2018: 41-42).

Portekiz'de şarap içmenin sosyal, kültürel ve dini özellikleri vardır. Portekiz'in farklı 14 büyük şarap bölgesi vardır (Santos vd., 2020: 161-162). Bu şarap bölgeleri (UNWTO, 2021g: 5-11):

Vinhos Verdes Bölgesi

Minho, Lima, Cávado, Tâmega ve Vouga nehirleri arasındaki Vinho Verde bölgesi, Portekiz'in en farklı bölgelerinden biridir. Bu bölgede Peneda-Gerês Milli Parkı'nın nehirleri, şelaleleri, küçük köyleri, Portekiz'in ilk kralının doğduğu Dünya Mirası kenti Guimarães ve 18. yüzyıldan kalma bir malikane bulunmaktadır (UNWTO, 2021g: 5).

Trás-os-Montes Bölgesi

Bu bölgede asma yetiştiriciliğinin tarihi Roma dönemine kadar uzanan yüzyıllar öncesine dayanmaktadır. Romalılar tarafından keşfedilen ve bugün hala özellikleriyle tanınan Chaves, Vidago veya Pedras Salgadas'ın termal kaplıcaları, ressam Graça Morais'e adanan çağdaş sanat merkezi bu bölgede yer almaktadır (UNWTO, 2021g: 5).

Porto And Douro Bölgesi

Başlangıçta ülkenin en zorlu bölgelerinden biri olan Douro Vadisi'nin manzarası, zamanla insan tarafından oyularak üzüm bağlarının bulunduğu dik yamaçların yerçekimine meydan okuyan teraslara dönüştürülmüştür. Bölge, özgünlüğü, güzelliği ve anıtsallığı nedeniyle UNESCO Dünya Mirası Alanı olarak tanınmaktadır (UNWTO, 2021g: 6).

Távora And Varosa Bölgesi

Douro Nehri'nin güneyinde küçük bir şarap bölgesi olan bu yere Távora ve Varosa nehirleri adını vermektedir. Bu bölgedeki asma kültürünün kökeni Romalılara kadar uzanmaktadır (UNWTO, 2021g: 6).

Beira Interior Bölgesi

Portekiz'in en dağlık bölgesinde yüzyıllardır şarap üretimi yapılmaktadır (UNWTO, 2021g: 7). Beira İç tepeleri, Portekiz'in ana kış sporları alanı olarak bilinir ve burada üretilen Queijo Serra da Estrela koyun sütü peyniri nedeniyle 2008 yılında PDO (Korunmuş Menşe İsmi) statüsü verilmiştir (www.wine-searcher.com/, 2023).

Dão And Lafões Bölgesi

Küçük alanlara sahip birçok arazide yetiştirilen dağlarla çevrili bir bölgedir. Viseu kenti yakınlarında dört tepe arasında yer alan çiftlikleri, üzüm bağları ve şarap imalathaneleri bulunmaktadır (UNWTO, 2021g: 7).

Bairrada Bölgesi

1979 yılında oluşturulan Bairrada şarap sınırlandırılmış bölgesi, yaklaşık 1.250 km²'lik bir alanı kaplar ve Portekiz'in orta bölgesinin kıyı şeridinde, Aveiro ve Coimbra kent merkezleri arasında yer alır. Bairrada'da şarap üretimi, ülkenin kuruluşundan bu yana bağımsız bir birim olarak varlığını sürdürmekte ve bölgenin ekonomik kalkınmasında ve kültürel kimliğinde önemli bir rol üstlenmektedir (Bras vd., 2010: 1618)

Tejo Bölgesi

Eski adıyla Ribatejo olan Tejo bölgesi, Portekiz'in merkezinde, Lizbon'un kuzeydoğusunda yer alır ve Tejo Nehri'nin her iki kıyısı boyunca uzanır. Nehrin biriktirdiği verimli alüvyonlu topraklarda çok sayıda meyve ve sebze yetiştirildiği için bölge 'Portekiz Bahçesi' olarak da bilinmektedir (www.falstaff.com, 2024). Tejo nehri, toprakların yapısını güçlü bir şekilde etkilediği için Bairro, Charneca ve Campo olmak üzere üç şarap üretim alanını oluşturmuştur (UNWTO, 2021g: 8)

Lisboa Bölgesi: Lisboa uluslararası alanda tanınmış cazibelere sahiptir. Kitapçılarıyla şaşırtıcı bir edebiyat köyü olan Óbidos , eski kiliseler, marketler ve şarap barları gibi yerler bu bölgede yer almaktadır (UNWTO, 2021g: 9).

Peninsula De Setúbal Bölgesi

Setúbal Yarımadası hem Portekiz'de hem de çevresinde tanınmış bir şarap üretim bölgesidir. 12. yüzyıldan 15. yüzyıla kadar bölge, özellikle şarap üretimini kendi yapan, dini tarikatın kaydettiği ilerlemeler nedeniyle ana şarap ihracat yeri haline gelmiştir. Bölge, Portekiz şarap tarihinde öncü rol oynayan harika şaraplarıyla tanınmaktadır (www.portugal.com/, 2023).

Alentejo Bölgesi

Serra de São Mamede'de Portalegre'nin kültürel mirasını, antik Yahudi mahallesiyle Castelo de Vide'yi ve surlarla çevrili Marvão kasabası, Dünya Mirası şehri Évora'nın yakınında, geleneksel şarap imalathaneleri, Reguengos de Monsaraz yakınlarında, duvarlarla çevrili Monsaraz köyü yer almaktadır (UNWTO, 2021g: 10).

Algarve Bölgesi

Algarve, Portekiz'in en güneyindeki şarap bölgesidir Bölgenin şarapları büyük ölçüde az sayıdaki lüks kooperatifler tarafından üretilse de bağımsız üreticiler de şarap üretmektedirler (www.wine-searcher.com/, 2023).

Azores Bölgesi

Azor Adası Atlantik Okyanusu'nun ortasında yer alır. Volkanik kökenli ve yemyeşil doğaya sahip dokuz adadan oluşan bir takımadadır. Dünya Mirası Alanı olan Pico Adası'nda en yüksek dağı, Dünya Biyosfer Rezervi olan Graciosa'da bağı, Terceira Adası'nda Dünya Mirası şehri Angra do Heroísmo bu bölgede yer almaktadır (UNWTO, 2021g: 11).

Madeira Bölgesi

Bu bölge şarapları ile ünlüdür. Fakat adanın uzak konumu ve engebeli arazisi nedeniyle Madeira şarabı yapma maliyeti çok yüksektir. Bu, küçük ölçekli üretim ve kapsamlı eskitme süreçleriyle birleştiğinde büyük maliyetlere neden olmaktadır (www.wine-searcher.com/, 2023).

1.16.2.1.1.5. Almanya

Almanya'da bağcılık geleneği Roma döneminden kalmaz. Şarap üretim bölgelerinin kültür ve sanat tarihi hazineleri açısından zengindir ve dünyanın en kuzeydeki şarap üreticisi ülkelerinden biridir (UNWTO, 2021e: 3). Almanya'da şarap parkurları önemli bir turizm faaliyeti oluşturmuştur. 1920'den itibaren ülkeye gelen şaraplar, ziyaretçilerin yerel şaraplarla tanışmasını teşvik etmiş ve sonuç olarak satışlarını artırmıştır. Bugünkü adıyla “Şarap Rotası” konsepti yaklaşık bir asır önce hayata geçmeye başlamıştır. Günümüzde, Almanya'nın tüm şarap üreten bölgelerinin, 40'tan fazla kasaba ve köyden geçen kendi Weintrassen'leri (Şarap Yolları) vardır (Efsthios vd., 2009: 314).

Kaliteli şarap üretimi Almanya'nın 13 farklı bölgesinde gerçekleştirilmektedir. Her yıl yaklaşık 48.000 şarap imalathanesi dokuz ile on milyon hektolitre şarap üretmektedir ve yaklaşık 11.000'i kendi şaraplarını pazarlamaktadır. Üretilen şarabın yaklaşık beşte biri başta ABD, İngiltere ve Hollanda olmak üzere ihraç edilmektedir. Almanya'daki üzüm bağlarının üçte ikisi yalnızca Rheinland-Pfalz eyaletinde bulunur ve buna 13 şarap bölgesinin altısı da dahildir. Bu bölgeler; Ahr, Mittelrhein, Mosel, Nahe, Pfalz ve Rheinhessen'dir (Weber, 2011: 4). Bu bölgeler (UNWTO, 2021e: 5-17):

Ahr Bölgesi

Almanya'nın en kuzeyindeki şarap bölgelerinden biridir. Ahr Nehri boyunca sadece 24 kilometrelik bir alana kurulmuş üzüm bağlarına sahiptir (UNWTO, 2021e: 5).

Baden Bölgesi

En güneydeki bölge, Ren Nehri boyunca Bodensee'den (Konstanz Gölü) Heidelberg'e kadar yaklaşık 400 kilometre uzanır ve Kara Orman'ı ve Kaiserstuhl'ün üzüm bağlarıyla kaplı teraslarını içine alan bir bölgedir (UNWTO, 2021e: 6).

Württemberg Bölgesi

Württemberg şaraplarının çoğu kırmızıdır. Bağ alanının büyük bir kısmı yamaçlarda veya dik yamaçlarda bulunmaktadır (UNWTO, 2021e: 7).

Franconian Bölgesi

Franken (Franconian) şarabı, 1.200 yıldan fazla bir süredir ana nehir boyunca yetiştirilmektedir. Franconia,'da üretilen şaraplar uluslararası ödüller kazanmıştır. Aynı zamanda son teknoloji şarap yapım tesislerine sahiptir (UNWTO, 2021e: 8).

Hessische Bergstrasse Bölgesi

Bergstrasse bölgesindeki bağcılığın en eski kayıtları 8. yüzyıla aittir. 1971 yılında Hessische Bergstrasse bağımsız bir bağcılık bölgesi haline gelmiştir. Bugün Almanya'nın 13 şarap bölgesinin en küçüğüdür (UNWTO, 2021e: 9).

Palatinate Bölgesi

Almanya'daki Rhine Palatinate gibi şarap rotaları altmış yıldan daha eskidir ve Avrupa'nın en eski rotaları arasındadır. Rhine Palatinate , adını aldığı şarap bölgesinden, ormanın kenarı boyunca, kuzeyden güneye doğru uzanır. Güzergah 85 Km uzunluğunda olup 27.000 hektarlık ekili alandan geçmektedir (Gatti ve Incerti, 1997: 220) Dünyanın en büyük şarap festivali Wurstmart, Bad Dürkheim'da gerçekleşmektedir. Dürkheimer Weinfass (Dürkheim Fıçısı) önemli bir turistik mekandır. 1,7 milyon litre hacmi ve yaklaşık

650 kişilik alanıyla dünyanın en büyük fıçısıdır ve bugün şarap tadım seansları sunan bir meyhanedir (UNWTO, 2021e: 10).

Rheingau Bölgesi

Rheingau'nun yüzyıllar önce manastırlarda başlayan uzun bir şarap yapımı geleneği vardır. Bu bölge aynı zamanda Geisenheim'daki Bağcılık ve Şarap Bilimi Üniversitesi'nin evi olarak dünya çapında mükemmel bir üne sahiptir (UNWTO, 2021e: 11).

Rheinhessen Bölgesi

Almanya'nın en büyük bölgesi olan bu bölge, çok çeşitli şarap seçeneğine sahiptir (UNWTO, 2021: 12).

Middle Rhine Bölgesi

Mittelrhein, Ren nehrinin, Bonn ve Bingen arasında, Ren Boğazı olarak bilinen bir kısımdır. Bu eşsiz kültürel peyzajın güney kısmı olan Yukarı Orta Ren Vadisi, 2002 yılında UNESCO Dünya Mirası Alanı ilan edilmiştir (UNWTO, 2021e: 13).

Moselle Bölgesi

Roma döneminden beri şarap bölgeleri mevcuttur (UNWTO, 2021e: 14).

Nahe Bölgesi

Almanya'nın güneybatısında yer alır. Yürüyüşçüler Soonwald Nahe Doğa Parkı'ndaki 97 kilometre uzunluğundaki Rhein-Nahe Şarap Yolunda yürüyüş yapabilmektedirler (UNWTO, 2021e: 15).

Saale-Unstrut Bölgesi

Üzüm bağlarında on asırdan beri üzüm yetiştirilmektedir ve Almanya'nın en kuzeyindeki şarap bölgesidir (UNWTO, 2021e: 16).

Saxony Bölgesi

Almanya'nın en küçük şarap bölgelerinden biri olan Sachsen (Saksonya), Elbe Nehri vadisinde yer almaktadır. Nadir bir Riesling-Muscat geçişi olan Goldriesling'in az bir kısmı burada üretilmektedir (UNWTO, 2021e: 17).

1.16.2.1.2. Yeni Dünya Ülkeleri

Günümüzde şarap turizmi, küresel olarak turizmin en önemli biçimlerinden biri olarak kabul edilmektedir ve Yeni Dünya'nın tüm bölgeleri ve ülkeleri, şarap turizmini turizm endüstrisini teşvik etmenin temel aracı olarak görmektedir. Özellikle yüksek standartlarda şarap turizmi hizmetleri sağlamak için özel olarak seçilen turistik destinasyonların başlıca örnekleri ise Avustralya, Yeni Zelanda, Güney Afrika, Şili, Mendoza bölgesidir (Efsthios vd., 2009: 314).

1.16.2.1.2.1. Amerika Birleşik Devletleri

İlk Avrupalı yerleşimciler Kuzey Amerika topraklarına geldiklerinde çok miktarda üzüm mahsulü bulmuş ve bu topraklara Vinland adını vermişlerdir. Amerika Birleşik Devletleri topraklarında yapılan en eski şarap, vitis rotundifolia asmasından yapılmaktaydı daha sonra yerini Avrupa'dan getirilen vitis vinifera almıştır (UNWTO, 2021a: 3). Şarap üretimi Amerika'nın Kaliforniya Eyaletinde İspanyol misyonerler tarafından 1769'da bağıcılık faaliyetlerine başlaması ile gelişmiştir. Üretilen bu şarapların dünyaca bilinmesi ancak 1976'da olmuştur (Bulal, 2005: 33). Amerika Birleşik Devletleri, şarap üreticileri için cazip bir pazar olmasının nedeni büyük, kazançlı ve düşük fiyatlı şarapların yanı sıra birinci sınıf şaraplara yönelik önemli bir taleple büyümeye devam etmesidir (Lapsley vd., 2019: 126).

California Napa Vadisi şarap rotaları ile ünlenmiş ve yaklaşık 150 bin nüfuslu bir bölge olmasına rağmen günlük ziyaretçi sayısı 13,500 kişi civarında olan bir yerdir (Beykoz, 2021: 8). California , diğer başlıca üretici eyaletlerden farklıdır ve kendi arazisi, iklimi, toprak türleri, yetiştirilen çeşitlerin karışımı ve üretilen üzüm ve şarapların kalitesi açısından farklılık gösteren birkaç farklı şarap üretim bölgesi içermektedir (Lapsley vd., 2019: 108). Amerika'da şarap üretimi yapılan dört bölge bulunmaktadır (UNWTO, 2021a: 5-8):

Kuzey-Batı Pasifik

Oregon ve Washington eyaletleri, şarap üreticilerinin kaliteli şarap üretmesi için mikro iklim oluşturan tepeler ve dağların olduğu bir bölgedir. Bu nedenle çok çeşitli şaraplar üretilmektedir. Bu iki bölge iklimlerine göre farklılık göstermektedir; Washington eyaletinde kuru çöl benzeri bir iklim hakimken, Oregon daha fazla yağış alan serin bir bölgedir (UNWTO, 2021a: 5).

Doğu Bölümü

Doğu Kıyısı bölgesi aynı zamanda Amerika Birleşik Devletleri'nin kuzeybatısını da içerir. Burası sömürge dönemlerinde yabani olarak büyüyen Amerikan türlerinin yetiştiği yerlerdir. Bunlar, vitis labrusca'nın Concord üzümünün çok güçlü ve dayanıklı ataları olan yabani türleridir. New Jersey eyaleti gibi bölgeler, 1760 yılında ilk üzüm bağlarının dikildiği Amerika Birleşik Devletleri'ndeki en uzun tarihi şarap imalathanelerinden birine sahiptir (UNWTO, 2021a: 6).

Merkezi Bölge

Şarapçılık tarihi eskidir ve Fransiscan rahipleri tarafından Avrupa'dan getirilen ilk asmaların burada dikildiği söylenmektedir (UNWTO, 2021a: 7).

California Bölgesi

İspanyol misyonerler ilk vitis vinifera üzümlerini 18. yüzyılda Kaliforniya'ya getirmişlerdir. 19. yüzyılın ortalarında, 1848'de Sierra Foothills'deki Sutter's Mill'de altının keşfedilmesinin ardından California nüfusunun hızlı bir şekilde artmasına neden olmuş ve bu da şarap talebinin artmasına yol açmıştır. Bu ihtiyaca yanıt olarak California'nın ilk ticari şarap imalathanesi Buena Vista, 1857 yılında Agoston Haraszthy tarafından Sonoma'da kurulmuştur (UNWTO, 2021a: 9).

1.16.2.1.2.2. Avusturalya-Yeni Zellanda

Avustralya'daki şaraplık üzümler, yasal olarak tanımlanmış 60'tan fazla bölgede ve coğrafi işarette yetiştirilmektedir. Taşıma alanının beşte ikisinden biraz fazlası sıcak bölgelerde, benzer bir oran ılık bölgelerde ve kalan sekizde birlik kısım ise soğuk bölgelerde

yer almaktadır. Üzüm bağlarının neredeyse yarısı, her üç iklim kuşağına da sahip olan Güney Avustralya eyaletinde bulunmaktadır (Anderson, 2019: 145).

Avustralya'da başlıca şarap turizmi bölgeleri şehirlere yakındır. Bu bölgeler Hunter Valley ve Sydney, Yarra Valley ve Melbourne, Barossa Valley ve Adelaide, Margaret River ve Perth'dir. Kanada, Yeni Zelanda ve Güney Afrika'da da benzer örnekler bulunmaktadır (Getz vd., 1999: 24). Yeni Zelanda'da 160 yılı aşkın bir süredir üzüm bağları ekilmekte ve şarap yapılmaktadır. Adaların doğu kıyılarının çoğu dağların yağmur gölgesinde olmak üzere, Yeni Zelanda'nın her yerine yayılmış bir dizi farklı büyük şarap yetiştirme bölgesi vardır (Hoshino ve Shimowatari, 2014: 46-50).

1.16.2.1.2.3. Güney Afrika

Güney Afrika, yalnızca kökeni nedeniyle değil, aynı zamanda sürdürülebilirlik ve izlenebilirlik için düzenlenmiş uygulamalar nedeniyle de dünyanın önde gelen şarap üreticilerinden ve ihracatçılarından biridir. Bununla birlikte, eşsiz farkı, şarap bölgesinin zengin tarihinde, yerlerinin çeşitliliğinde, insanlarında ve nadir bulunan doğal mirasında yatmaktadır (UNWTO, 2021h: 3).

Hollanda Doğu Hindistan Şirketi tarafından 1652'de Cape Town'da bir içecek istasyonu olarak kurulan bu istasyon şirketin ticaret filosuna Hindistan'a ve çevre bölgelere yaptıkları yolculuklarda taze yiyecek sağlamak amacı ile kurulmuştur. Ancak bir ticaret istasyonunun kurulması gelişen bir şarap endüstrisine ve daha sonra da bir ulusun doğuşuna yol açmıştır. Cape Town'nun ilk valisi 1655'te bir bağ dikmiş ve Cape Town üzümlerinden ilk şarap yapılmıştır (www.wosa.co.za/, 2023).

Güney Afrika şarap endüstrisinin benzersiz özelliklerinden biri, üzüm bağlarının yaklaşık %90'ının Cape Town şehir merkezinden 200 km'den daha az uzaklıkta olmasıyla, Cape Town ve Cape Yarımadası çevresindeki coğrafyada yoğunlaşmasıdır. Şarap turizmi açısından bakıldığında, iyi şarap üretiminin merkez üssü, Durbanville Hills ve Cape Town mahalleleri ve Stellenbosch ve Paarl Bölgesi ile bir saatlik sürüş mesafesindedir. Bu dört sınır, toplamda yaklaşık 300 özel mahzene sahiptir ve endüstri toplamının yaklaşık %60'ına denk gelmektedir (Vink, 2019: 217).

Güney Afrika'da 2.873'ten fazla çiftçi, yaklaşık 93.021 hektarlık üzüm bağcılığı arazisi işlenmekte, yaklaşık 300.000 kişi hem doğrudan hem de dolaylı olarak istihdam edilmektedir (UNWTO, 2021h: 4) ve yaklaşık 800 kilometrelik bir alanda şaraplık üzüm üreten alanlara asma ekilmektedir. Ülkenin 2022 yılındaki toplam 1.068,3 milyon litrelik yıllık hasadının %80,9'u şarap yapımına, %4,0'ı brendi şarabına, %11,8'i şarap damıtılmasına ve %3,3'ü üzüm suyu konsantresi ve üzüm suyuna ayrılmıştır (www.wosa.co.za/, 2024).

Güney Afrika'da şu anda 23 şarap rotası bulunmaktadır ve şarap üreten yedi bölge bulunmaktadır (UNWTO, 2021h: 5-12).

Kıyı Bölgesi, Batı Cape

Bölgenin şarap rotaları, endüstrinin ilk adımlarını sergilediği ülkenin başlıca turizm giriş limanına birkaç dakika uzaklıkta yer almaktadır (UNWTO, 2021h: 6).

Cape Güney Sahil Bölgesi, Batı Cape

Gastronomi ve bağcılık, bölgenin güneydeki ünlü konumu, dikkate değer biyolojik çeşitliliği ve karada ve teknede balina gözlemciliği açısından dünyanın en iyisi olarak tanınmasıyla birleşerek buranın çekiciliğini arttırmaktadır. Aynı zamanda Afrika'nın ilk UNESCO Yaratıcı Gastronomi Şehri'nin evidir (UNWTO, 2021h: 7).

Breede Nehri Vadisi Bölgesi, Batı Cape

Bağcılığın yoğun olduğu bu bölgede tarih ve gerçek ülke misafirperverliği öne çıkmaktadır. Buradaki çiftçi aileleri nesiller boyunca sadece bağcılık geleneklerini değil aynı zamanda yiyeceklerle ilgili gelenekleri de aktarmışlardır (UNWTO, 2021h: 8).

Olifant Nehri Bölgesi, Batı Cape

Üzüm bağları Vredendal ve Doringbaai çevresindedir. Citrusdal ve Ceres yakınında, Cederberg, Nieuwoudtville ve Swartberg platolarında ülkenin en yüksekleri arasında yer almaktadır. Bölgede tabelalarla işaretlenmiş yol gezileri bulunmaktadır. Balıkçılık ve çiftçilik yüzyıllardır bu bölgede yapılmaktadır (UNWTO, 2021h: 9).

Klein Karoo Bölgesi, Batı Cape

Ülkenin en popüler manzara gezilerinden birini bünyesinde barındıran şarap rotasına sahiptir. İklim çeşitliliği, Klein Karoo şarap üreticilerinin çeşitli şaraplar üretmesine olanak tanımaktadır (UNWTO, 2021h: 10).

Orange Nehri Ve Douglas Bölgeleri, Kuzey Cape

Şaraplık üzüm yetiştiriciliğinin güç merkezi olan bölge, çoğunlukla Güney Afrika'nın en uzun nehrinin üzüm bağlarıyla kaplı kesimlerinde yer almaktadır (UNWTO, 2021h: 11).

Merkez Drakensberg ve Lion Nehri Bölgeleri, Kwa-Zulu Natal

Enlem ve topografya benzersiz koşullar sağlamıştır. Aynı zamanda da öncü bir şarap imalathaneleri grubunun ortaya çıkmasına neden olmuştur (UNWTO, 2021h: 12).

1.16.2.1.2.4. Şili

Şili, 150 kilometre genişliğinde ve Güney Amerika'nın Pasifik kıyısı boyunca 4.300 kilometre boyunca uzanan uzun ve dar bir ülkedir (UNWTO, 2021c: 3). Şili, çok çeşitli bağcılığın gelişmesine olanak tanıyan değişik iklim ve topraklara sahiptir. Ülkede şarap yapımına yönelik üzüm bağlarının bulunduğu alanlar, Metropolitan Bölgesi de dahil olmak üzere Atacama ve Los Lagos bölgeleri arasında yer almaktadır. Şili'de 400'den fazla şarap imalathanesi bulunmaktadır (Mora, 2019: 178-186).

Şarap üretimi Şili'nin farklı bölgelerinde yapılmaktadır ancak çoğu merkezi bölgede yoğunlaşmaktadır. Şarap üretiminin yoğunlaştığı merkez bölgede olmakla birlikte, şarap üretimi ülkenin farklı bölgelerinde gerçekleşmektedir (UNWTO, 2021c: 3-4). İlk şarap rotası 1996 yılında ülkenin başkenti Santiago'nun 150 kilometre güneyinde bulunan ve şarap üreten Colchagua Vadisi'nde, Colchagua Şarap Rotası adı ile hizmete girmiştir. Çevre dostu ziyaretçiler için önemli bir başarı ve çekim noktası olan 'Sertifikalı Sürdürülebilir Şaraplar Şili' sertifikasına sahip elliden fazla sürdürülebilir üzüm bağı bulunmaktadır (Figuerola ve Rotarou, 2018: 249-252). Şili'de şarap üretilen önemli sekiz bölge (UNWTO, 2021c: 7-14):

Aconcagua Vadisi

Bu bölge üzüm asması yetiştirmek için ideal koşulları sunmaktadır. Hava durumu, toprak ve mineral yönünden zengin sularıyla Aconcagua Nehri'nin varlığı, toprağın verimliliğini sağlamakta ve kaliteli şarap üretimini kolaylaştırmaktadır (UNWTO, 2021c: 7).

Casablanca Vadisi

Şili'nin orta bölgesinde, kıyıdaki dağlar ile Pasifik arasında yer almaktadır. Bu bölge, Mendoza ile birlikte Latin Amerika'da Büyük Şarap Başkentleri Küresel Ağı'na ait olan tek iki şarap bölgesini oluşturmaktadır (UNWTO, 2021c: 8).

San Antonio Vadisi

San Antonio Vadisi üç ana sektöre ayrılmıştır: Leyda, Lo Abarca ve Rosario, ancak sürekli olarak yeni alanlar ortaya çıkmaktadır. Vadiye ilk asmalar 1998 yılında dikilmiştir. Bugün bu vadi birinci sınıf, küçük ölçekli üretimiyle tanınmaktadır (UNWTO, 2021c: 9).

Maipo Vadisi

Şili'nin en tanınmış şarap bölgesidir. 19. yüzyılın ortalarında mükemmel kırmızı şaraplarıyla ünlenmiştir. Bölgede, And Dağları'nın eteklerinde yer alan doğu üzüm bağları ve Cordillera de la Costa'nın kumlu topraklarına kadar uzanan batı üzüm bağları bulunmaktadır (UNWTO, 2021c: 10).

Cachapoal Vadisi

Küçük bağ yetiştiricilerinden büyük üreticilere kadar çok çeşitli üzüm bağlarına ev sahipliği yapmaktadır. Vadinin çeşitli mikro iklimleri And dağlarının eteklerindeki yüksek üzüm bağlarındaki serinlik ile Rapel Gölü'nü çevreleyen kıyı tepeleri boyunca uzanan alanlar sıcak ve ılımandır (UNWTO, 2021c: 11).

Colchagua Vadisi

Ülkedeki en büyük ve en aktif şarap bölgelerinden biridir ve 1992'den bu yana varlığını sürdüren şarap rotası sunan ilk bölgedir (UNWTO, 2021c: 12).

Curicó Vadisi

Yıllardır bağıcılığın gelişmesine olanak sağlayan özel iklim ve coğrafi koşullara sahiptir. Vadide farklı türlerde, benzersiz ve tekrarı olmayan özellikler taşıyan asırlık üzüm bağlarına rastlamak mümkündür. Aynı zamanda vadi, 1980'lerin başında şarabın ilk kez paslanmaz çelik tanklarda depolandığı Şili şarap endüstrisinin en büyük teknolojik modernizasyonlarından birine ev sahipliği yaptığı için Şili'deki en saygın, çeşitli ve yenilikçi şarap alanlarından biri olmasıyla da öne çıkmaktadır (UNWTO, 2021c: 13).

Maule Vadisi

Şili'deki en büyük şarap yetiştirme bölgesidir ve coğrafi ve iklimsel olarak en çeşitli bölgelerden biridir. Bu vadi aynı zamanda ülkenin en eski üzüm bağlarından bazılarını da ev sahipliği yapmaktadır (UNWTO, 2021c: 14).

1.16.2.1.2.5. Arjantin

İlk Vitis Vinifera asmaları, Kristof Kolomb'un 1493 yılında ikinci seferi sırasında Antiller ve Güney Karayipler'e daha sonra Meksika ve Peru'ya, Pasifik'ten Güney Amerika'ya, önce Şili'ye, ardından 1556'da La Serena'ya ve sonrasında Arjantin'e ulaşmıştır. Güney Amerika'nın en geniş şarap bölgesi olan ve dünyanın beşinci kaliteli şarap üreticisi konumunda olan Arjantin, deniz seviyesinden 3.400 metrenin üzerinde üzüm bağları ve dünyanın en güneyindeki üzüm bağlarına sahiptir (UNWTO, 2021b: 3-4).

Geleneksel olarak Arjantin'in batısında yer alan şarap üretim bölgeleri, And Dağları'nın eteklerinde dağılmıştır. Arjantin'de 24 eyaletin 17'sinde şaraplık üzüm yetiştirilmesine rağmen, ülkenin toplam bağ dikili yüzölçümünün %71'inden fazlasını temsil eden ve kuzeyden güneye dört vahaya yayılan Mendoza, şarap üretimi açısından ilk sırada yer almaktadır. Son birkaç yılda, Arjantin Patagonyası'ndaki Neuquén başta olmak üzere yeni eyaletler de eklenmiştir (Merino, 2019: 157). Arjantin'de şarap üretimi için altı bölge önemlidir (UNWTO, 2021b: 5-10):

Kuzey Bölge

Bu bölge Jujuy, Salta, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca ve La Rioja eyaletlerinden oluşmaktadır. Bu bölgenin şarap rotasının vadileri, genellikle gezginlerin

tercih ettiği sembolik ve ünlü manzaralardan geçerek şarap imalathanelerine yapılan ziyaretleri oldukça cazip bir seçenek haline getirmektedir (UNWTO, 2021b: 5).

Cuyo Bölgesi

Ülkenin şarap üretiminin %70'inin yoğunlaştığı bu bölgede; San Juan, Mendoza ve San Luis yer almaktadır. And Dağları ve aya benzeyen manzaralara sahip vadileriyle ünlü Cuyo bölgesi, 2005 yılından bu yana Mendoza'yı "Büyük Şarap Başkentleri" kapsamında önemli bir yer edinmesinde katkıda bulunmuştur. Bu bölge bereketli toprakları ile öne çıkmaktadır. Binlerce hektar ayva, incir, şeftali, domates, ceviz ve zeytin ağaçlarıyla dikilmiş olup Cuyo'yu ayrıcalıklı bir konuma getirmiştir (UNWTO, 2021b: 6).

Littoral Bölgesi

Iguazu Şelaleleri ve haliçleri, sulak alanları ve zengin bitki örtüsüyle dünya çapında ünlü olan bu bölge, Paraná, Paraguay ve Uruguay nehirleriyle sınırlanmıştır ve benzersiz bir şarap geçmişine sahiptir. Bu bölgedeki çiftlikler, 1934 yılında yasayla yürürlüğe konulan 60 yıllık şarap üretim yasağının ardından tekrar üretime geçmişlerdir (UNWTO, 2021b: 7).

Patagonia Bölgesi

Patagonya'nın şarap tarihinin başladığı yer olan Río Negro; Chubut ve dünyanın en güneyindeki üzüm bağları; La Pampa çölü; ve Neuquén , bu yerlerin hepsi güney bölgesinin bağıcılığını oluşturmaktadırlar. Ülkenin en geniş bölgesi olan üzüm bağlarının en fazla olduğu bölge, merkez doğuya doğru, en sembolik turistik noktalara yaklaşık üç saat uzaklıkta yer almaktadır (UNWTO, 2021b: 8).

Cordoba Bölgesi

Arjantin'deki Córdoba şarap bölgesi, 400 yılı aşkın bir süre önce başlayan bir geçmişe sahiptir. Son yıllardaki ekonomik krizler, Córdoba'da şarap üretiminde bir düşüşe neden olmuş ancak 1995 yılına kadar Córdoba'da hâlâ 730 hektarın üzerinde üzüm bağı bulunmaktadır. Şarap üretimi günümüzde de devam etmektedir (southamericawineguide.com/, 2023).

Buenos Aires Bölgesi

Güneydeki Buenos Aires şehrinden sadece üç saat uzaklıktaki bölgenin şarap rotasıdır (UNWTO, 2021b: 10).

1.16.2.2. Türkiye’deki Şarap Rotaları-Şarap Turizm Bölgeleri ve Bağlar

Şarap turizmi şarap üretiminin ve turizminin yapıldığı yerlerde gerçekleşmektedir. Bağ bozumu şenlikleri şaraba olan ilginin artması ve şarap turizminin farkındalık kazanması ile büyük şarap fabrikalarının aracılar yardımı ile etkinlikler düzenleyerek üretim tesislerini ziyaretçilere açarak şarap tadımı, şarap ve tesis hakkında bilgilendirme ve yeme-içme faaliyetleri düzenlemektedir (Bayındır, 2022: 51).

Üzüm üretimi en çok Marmara, Ege, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde ve bağcılık turizmi açısından da özellikle Urla, Trakya, Denizli, Bozcaada ve Kapadokya’da etkinlikler düzenlenmektedir (Karabulut ve Akyürek, 2022: 493). Türkiye’de şarap üretimi batı bölümlerde yoğunlaşma gösterse de Marmara (Trakya), Ege, Orta ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri verimli ve en gelişmiş şarap bölgeleridir. Trakya Bölgesinde üretilen şaraplar ülkemizde üretilen toplam şarap miktarının %20’sidir. Anadolu topraklarında yaşamış olan Yunan halkının kurduğu şarap üretim geleneği günümüzde de küçük ve orta ölçekli tesislerde sürdürülmektedir (Oyan, 2019: 19).

Marmara Bölgesi’nde yer alan Trakya Bağ Rotası Türkiye’nin ilk şarap rotasıdır ve Bozcaada rotası da bu bölgede yer almaktadır. Ege Bölgesi’nde Urla, Denizli ve Şirince, İç Anadolu Bölgesi’nde Kapadokya Bağ Rotası, Ankara, Kırıkkale ve Kayseri illerinde, Karadeniz Bölgesi’nde ise Tokat Bağ Rotası bulunmaktadır (Yıldız ve Güner, 2021: 77).

Türkiye’de şarapçılığın gelişmesi için girişimler yapılmaktadır. Örneğin 2004 yılında Kutman Şarapçılığa ait 1800’lü yıllardan kalan kantarların, mantar makinelerinin, çıkırıkların, tulumbaların sergilendiği ve ilk kez şarap üretiminin yapıldığı binayı müze haline getirmişler ziyaretçilere açmışlardır (www.aydinlik.com.tr/, 2023).

1.16.2.2.1. Türkiye’de Üretilen Şarapların Bölgelere Göre Dağılımı

Türkiye üzüm üretimi için elverişli bir ülke olup aynı zamanda şarap üretimi içinde iyi üretim potansiyeline sahiptir. Fakat üretimi yapılan üzümün sadece %3’ü şarap olarak

üretilmektedir (Çelik v.d, 2010: 7). Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinin 2021 yılına ait üzüm üretimi miktarlarına göre Ege, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge'lerinin ilk sırada yer aldıkları görülmektedir. Ege ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde daha çok sofralık, kuru ve şaraplık üzüm üretimi, Akdeniz Bölgesi'nde ise yalnız sofralık üzüm üretiminde öne çıktığı görülmektedir (Akdemir ve Candar, 2022: 59). Bağ alanları açısından değerlendirildiğinde ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgemizde Mardin, Kahramanmaraş, Şanlıurfa, Elazığ, Diyarbakır, Gaziantep ve Kilis illeri önde gelmektedir (Köse ve Çelik, 2017: 32).

1.16.2.2.1.1. Marmara Bölgesi

Marmara Bölgesi'nin kuzey bölgesinde ağırlıklı olarak şarap üretilmektedir (Ekerim, 2020: 114). Marmara Bölgesinde şarap üretimi yaygındır. Bunun nedeni bölgede Rumlar şarap üretmekteydi fakat 1920 yılında Rumlar bu bölgeden göç edince bağları ve şaraphaneleri Türkler tarafından işletilmiş ve günümüze kadar gelmiştir (Bakkaloğlu, 2023: 70). Günümüzde ülkemizde uygulanan şarap üretim teknikleri geçmişte bu topraklarda yaşamış Gayrimüslimler tarafından uygulanan şarap üretim teknikleri küçük-orta ölçekli işletmelerde profesyonel bir anlayışla devam ettirilmektedir (Oyan ve Akdağ, 2020: 2789). Marmara Bölgesi'nde şarapçılık için gerekli olan terroir yapısı uygundur. Bu nedenle şarap üreticileri için bu bölge ilgi çekici olmuş 2000'li yıllardan günümüze kadar şarapçılık konusunda değeri vurgulanmaya başlanmıştır (Erhan, 2021: 132).

Marmara Bölgesi'nin Trakya bölümü şaraplık üzüm çeşitlerinin en yoğun olduğu merkez konumundadır. Bölgenin Anadolu yakasında sofralık üzüm çeşitleri orta ve geç mevsimde olgunlaşır. Tekirdağ, Edirne, Kırklareli illeri ve Gelibolu yarımadasında önemli yatırımlarla kurulan butik şarap imalathaneleri bulunmaktadır. Trakya bölgesinde yer alan ve şarap üretimi amacıyla özel sektöre ait fabrikalara taze üzüm satan küçük imalatçılar, Türkiye'ye özgü bir şarap üretim alışkanlığını temsil etmektedir (Candar ve ark., 2021: 46). Adakarası, Beylerce, Clairette, Cinsaut, Gamay, Karalahana, Karasakız, Papazkarası, Pinot Chardonnay, Pinot noir, Riesling, Semillon, Vasilaki, Yapıncak türleri Marmara Bölgesi'nin şaraplık ve sıralık çeşitleridir (Yıldırım, 2010: 86).



Kaynak: (www.arkeolojikhaber.com, 2023).

Şekil 1.3. Trakya Bağ Rotası

Trakya Bağ Yolu Rotası on iki tane butik şarap üreticisinin ve Trakya Kalkınma Ajansı desteği ile Trakya Turizm İşletmecileri Derneği'nin girişimi sonucu oluşturulmuştur. Bu rota üzerindeki bağlarda hem günübirlik turlar hem de konaklama imkanı sunulmaktadır (Demirkol vd., 2016: 112). Bağ rotasında bulunan on iki işletmeden yedi tanesi Tekirdağ'da bulunmaktadır. Bağ rotasındaki butik işletmeler organik tarım ve sürdürülebilir tarım faaliyetlerini yürüterek bu bölgenin şarap turizmi markası olması için çalışmalarını devam ettirmektedirler (Erhan, 2021: 132). Marmara Bölgesi'nde Mürefte ve çevresi haricinde; Edirne – Kırcaali, Gelibolu, Marmara ve Avşa Adaları önemli şarap üretim bölgeleri olarak gösterilebilir (Yıldız, 2009: 111).

Trakya Bağ Rotası, butik şarap üreticilerini dört ana alana ayırmıştır. Bu alanlar Kırklareli, Tekirdağ, şarköy ve Gelibolu rotasını oluşturmaktadır (vineyards.goturkiye.com, 2023). Bu dört bağ yolu rotasında (Demirkol vd., 2016: 113) :

Tekirdağ Rotası; Umurbey Bağları, ChateauNuzun Bağları, Barel Bağları, Barbare Bağları

şarköy Rotası; Melen Bağları, Gülor Bağları, Chateau Kalpak Bağları

Gelibolu Rotası; Gali Bağları, Suvla Bağları

Kırklareli Rotası: Arcadia Bağları, Chamlija Bağları, VinoDessera Bağları bulunmaktadır (Demirkol vd., 2016: 113).

1.16.2.2.1.2. Ege Bölgesi

Ege Bölgesi kırsal alanda çok çeşitli turizm faaliyetlerine, fauna zenginliğine ve mutfak kültürüne sahiptir. Bu durum da bölgenin turizm potansiyelini olumlu yönde etkilemektedir (Çolakoğlu, 2017: 71). Bölgede sofralık üzüm, kuru üzüm ve şaraplık beyaz üzüm üretilmektedir. Üzüm üretimi bakımından mevsimlerin de elverişli olması nedeniyle üzümün kalitesi yüksektir ve şarap üretiminde de ülkemizin en gelişmiş bölgelerinden birisidir. şarap üretimi Ege Bölgesi'nde Rum, Ermeni ve Levantenler'in de etkisi ile önemli gelişme kaydederek bugünkü konumuna gelmiştir (Çelik, 2019: 57).

Ege Bölgesi'ndeki şarap işletmeleri, bölgede çok çeşitli üzüm yetiştirilmesi sebebiyle sundukları ürün çeşitliliği de genişdir. Bölge Pamukkale'ye yakın olduğu için şarap turistlerinin bu bölgeyi ziyaret etmesinde etkili olmaktadır (Bakkaloğlu, 2023: 73). Bölgede şarap üretimi için kullandıkları en önemli ve ünlü üzüm İzmir civarında yetişen "Misket"tir. Bunun yanında yetişen diğer üzüm çeşitleri ise Carignane, Grenache, Merlot ve Cabernet Sauvignon, Semillon, Çalkarası ve Sultaniye'dir (Yüksek Güler, 2008: 36).

Bölgede çok çeşitli üzüm bağlarının olması şarap çeşitliliğini de olumlu yönde etkilemiştir. şarap çeşitliliği ülkemizin diğer bölgelerine göre daha fazladır, ağırlıklı olarak İzmir ve Denizli'de yetişen üzümlerden şarap üretilmektedir (Ekerim, 2020: 114). Bunun yanında Ege Bölgesi'nde yer alan diğer bölgelerde de şarap üretimi yapılmaktadır. Çeşme'de bulunan küçük ve orta ölçekli işletmeler şarap üretimi için bu bölgenin bağlarında

yetişen üzümlerin çoğunu kullanmaktadırlar (Çelik, 2019: 57). Bölge için en önemli şarap bölgeleri İzmir ve çevresi, Seferihisar, Çeşme, Selçuk ve civarı olup Selçuk, Şirince ve civarında da şarap üretilmektedir (Yıldız, 2009: 111).

Ege Bölgesi'nin turizm seçeneklerini arttırmak amacı ile farklı şarap rotaları belirlenmiş ve rotalardan bir tanesi de T.C Kültür Bakanlığı tarafından , “Şarap Kültürü Turizm Değişimi” başlıklı bir AB Projesi ile geliştirilmiştir. Türkiye; Ermenistan'ın, Azerbaycan'ın, Gürcistan'ın, Moldova'nın, Ukrayna'nın, Yunanistan'nın, Romanya'nın, Bulgaristan'nın, Sırbistan'nın, Hırvatistan'nın, Makedonya'nın ve Bosna-Hersek'in de dahil olduğu bu projede kilit paydaşlardan biridir (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 31).



Şekil 1.4. Avrupa Birliği “Şarap Kültürü Turizm Değişimi” Projesi Kapsamında Şarap Rotaları Kaynak: (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 32)

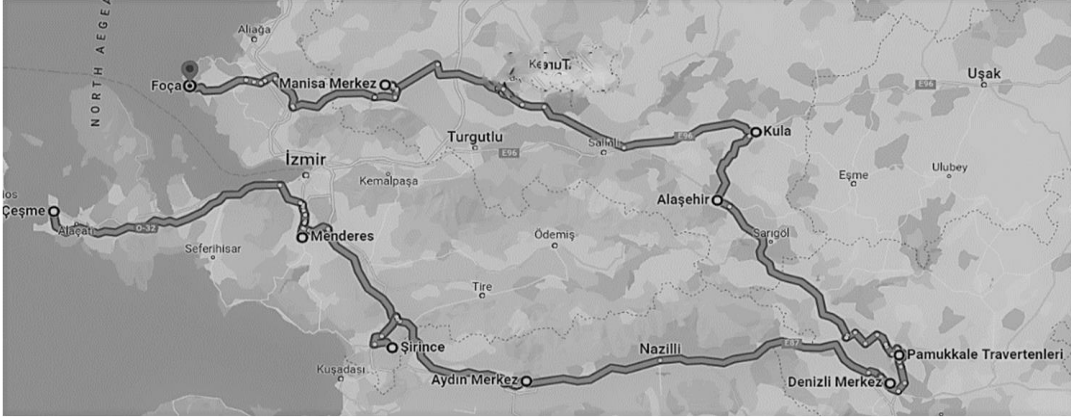
Türker (2011), Ocak 2011 ile TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) tarafından desteklenen “Şarap Turizmi ve Anadolu Şarap Rotaları” projesinde kaliteli şarap üreticilerinden oluşan Trakya, Ege, İç Anadolu rotalarını geliştirmiştir (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 32).



Şekil 1.5. Türkiye'nin Şarap Rotaları Kaynak: (Nuray Türker, Şarap Turizmi ve Anadolu Şarap Rotaları Projesi Raporu, 2011 aktaran Türker ve Alaeddinoğlu, 2016: 33).

Ege Bölgesi'nde yer alan İzmir İli'nin bir ilçesi olan Urla 'da şarap üretimi önemli bir yer tutmaktadır. Urla'da şarap üretimi yapan işletmelerin çabaları ile Urla Bağ Yolu Rotası oluşturulmuştur.

Ege Bölgesi için oluşturulacak rota ise Foça, İzmir, Çeşme, Urla, Menderes, Selçuk (Şirince), Aydın, Denizli, Pamukkale, Alaşehir, Kula ve Manisa içine alan bir rota olarak planlanabilir (Bakkaloğlu, 2023: 73).



Şekil 1.6. Ege Bölgesi Bağ Rotası Örneği Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 74)

1.16.2.2.1.3. İç Anadolu Bölgesi

Cumhuriyet öncesi Anadolu'nun pek çok ilinde şarapçılık Ermenilerin yoğun olarak yaşadığı yerlerde özellikle Ankara'da gelişmiş ve Kalecik ilçesi de şarap üretiminde merkez konumuna gelmiştir (Çelik, 2019: 59). İç Anadolu Bölgesi'nde Kalecik ve Kapadokya üzüm ve şarap üretiminde önemli iki bölgedir. Kalecik ilçesi, Kalecik karası üzümü ve kaliteli şaraplık üzümleri ile Kapadokya da kaliteli üzümleri ve şarapları ile önemli bir yere sahiptir (Oyan ve Akdağ, 2020: 2789). Bölgede yer alan illerden Çankırı, Kayseri, Nevşehir, Tokat'ta şarap üretilmektedir (Ekerim, 2020: 114). Aynı zamanda üretimi yapılan şarap ve şıra çeşitleri de Akdimrit, Emir, Hasandede, Kalecik Karası, Karadimrit, Papazkarası'dır (Yıldırım, 2010: 86). İç Anadolu Bölgesinde Türkiye'nin büyük şarap işletmelerinden biri olan Kavaklıdere faaliyet göstermektedir (Yıldız, 2009: 112).

Bakkaloğlu (2023: 76), yapmış olduğu çalışmada İç Anadolu Bölgesi'ndeki bağ ve şarap rotasını var olan rotaya ek olarak Çorum'un içerisinde bulunmadığı bir rota çizilerek Ankara (Kalecik), Kırşehir, Kayseri, Nevşehir (Ürgüp, Kapadokya), Niğde ve Konya olarak önermiştir.



Şekil 1.7. İç Anadolu Bölgesi Bağ Rotası Örneği Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 76)

1.16.2.2.1.4. Doğu Anadolu Bölgesi

Doğu Anadolu Bölgesi özellikle coğrafi özellikleri ve zenginlikleri bakımından değerli turizm potansiyeline sahiptir (Özgen, 2010: 1413). Bölge'ye ulaşım zor ve hava şartlarının olumsuz olması turizmin gelişmesine engel olmaktadır. Fakat bölgenin turizm kaynakları arasında tarihi eserler ve doğal güzellikler turistlerin ilgisini çekmekte en çok ziyaret edilen yerler ise Doğu Beyazıt'ta bulunan İshak Paşa Sarayı, Ağrı Dağı, Nemrut Dağı'nda bulunan Kommagene krallığı kalıntıları, Muradiye ve Gürlevik Şelalesi, Van Gölü'nde bulunan Akdamar Kilisesi'dir (Çolakoğlu, 2017: 72).

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Mardin, Elâzığ, Diyarbakır, Kilis, Malatya yetiştirdikleri üzümlerden şarap yapmaktadırlar. (Ekerim, 2020: 114). Bölgede bağ ve şarap rotası oluşturma potansiyeli diğer bölgeler kadar yüksek değildir. Ancak Malatya, Elâzığ ve Van (Erciş) illerini içerisine alacak bir Doğu Anadolu Bağ ve Şarap Rotası şeklindeki gibi oluşturulması bölgenin bağ ve şarap imalathaneleri dışında doğal, tarihi ve mimari güzelliklerinin de fark edilmesini sağlayacaktır (Bakkaloğlu, 2023: 79).



Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 79)

Şekil 1.8. Doğu Anadolu Bilgesi Bağ ve Şarap Rotası Örneği

1.16.2.2.1.5. Güney Doğu Anadolu Bölgesi

Doğal kaynakları, nüfus potansiyeli, sahip olduğu önemli kentler bakımından Güney Doğu Anadolu Bölgesi kalkınma gücü bakımından önemli potansiyele sahiptir (Sami, 2015: 1105-1106). Güneydoğu Anadolu Bölgesi tarım arazileri potansiyeli bakımından önemli bir yere sahiptir. Yukarı Mezopotamya (altın hilal) olarak bilinen ve tarım faaliyetlerinin ilk yapıldığı bölge verimli topraklara, zengin su alanlarına, elverişli iklim koşullarına sahiptir (Çetinkaya vd., 2013: 196). Bölgede bağcılık faaliyetlerinin önemli bir yeri vardır ve organik üzüm Diyarbakır ,Adıyaman, Kilis, Gaziantep ve Mardin illerinde yetiştirilmektedir (www.gaporganik.org/tr/, 2023). Diyarbakır ve Elazığ'da kırmızı şarap üretiminde en kaliteli üzüm olarak kullanılan Öküzgözü ve Boğazdere üzüm çeşitleri yetiştirilmektedir (Oyan ve Akdağ, 2020: 2789). Bölgenin şarap ve şıra üretiminde kullandığı üzüm çeşitleri; Boğazkere, Dökülgen, Horozkarası, Kabarcık, Öküzgözü, Sergi Karası ve Rumi'dir (Yıldırım, 2010: 86).

Birçok ilde bağcılığın ve şarap üretiminin yüksek potansiyele sahip olduğu Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomi turizmine de hizmet adına şarap ve bağ rotaları oluşturulmalıdır. Oluşturulabilecek bağ ve şarap rotası Adıyaman (Besni), Gaziantep (İslâhiye), Kilis, Gaziantep (Nizip), Diyarbakır (Çermik, Dicle), Siirt ve Mardin (Nusaybin, Midyat) şeklinde şekilde gösterildiği gibi düzenlenebilir (Bakkaloğlu, 2023: 81).



Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 82)

Şekil 1.9. Güneydoğu Anadolu Bağ ve Şarap Rotası Örneği

1.16.2.2.1.6. Akdeniz Bölgesi

Akdeniz Bölgesi dağlık ve yükseltiye sahip olmasına rağmen yaz ve kış mevsimlerinde turizm faaliyetleri yapılabilmektedir (Kahraman, 2018: 416-418). Bölgede Türkiye ve dünyadaki güzel, büyük, kaliteli oteller ve tatil köyleri bulunmaktadır.(Çolakoğlu, 2017: 71).

Akdeniz Bölgesi'nin güney bölümü dağlık bir bölge olup yetiştirilen üzüm ve şarap üretimi için mükemmel bir alandır ve üzümleri çok kalitelidir. Bölgede üretilen şarap miktarı ülkemizde üretilen toplam şarap miktarının sadece %0.2' sidir (www.vivino.com/, 2023).

Akdeniz Bölgesi için oluşturulacak Akdeniz Rotası güzergâhı, Isparta, Burdur, Antalya (Elmalı), Mersin (Anamur, Merkez, Tarsus, Mezitli, Erdemli, Toroslar), Kahramanmaraş (Pazarcık) ve Hatay (Antakya, Samandağ) hattı olarak şekildeki gibi önerilebilir (Bakkaloğlu, 2023: 84).



Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 84)

şekil 1.10. Akdeniz Bağ ve şarap Rotası Örneği

1.16.2.2.1.7. Karadeniz Bölgesi

Karadeniz Bölgesi benzersiz yer şekillerine, ender bitki ve hayvan türlerinin yaşadığı alanlara, akarsulara ve göllere sahip bir bölgedir. Bölgenin sahip olduğu bu zengin çeşitlilik turizmin de çeşitlenmesine katkıda bulunmaktadır (Sezer, 2018: 629-631). Karadeniz Bölgesi'nde, Orta Kızılırmak Bölümü ve sınırı boyunca bağcılık alanı yoğun olup Doğu Karadeniz Bölümü'nün doğu kısımları dışında bölgenin diğer kısımlarında bağcılık faaliyetleri yoktur (Yıldırım, 2010: 86-116). Bölgede ülkemizin diğer bölgelerine göre üzüm üretimi az olup sofralık üzüm, şaraplık üzüm üretimi yapılmakta fakat kuru üzüm üretimi yapılmamaktadır (Akdemir ve Candar, 2022: 65).

Bu bölge için önerilen bağ yolu rotası örneği şekilde görölmektedir (Bakkaloğlu, 2023: 78):



Kaynak: (Bakkaloğlu, 2023: 78)

Şekil 1.11. Karadeniz Bağ ve Şarap Rotaları Örneği

1.6.3. Şaraphaneler

Şarap turizmi günümüzde şarap satın almak veya içmek için şarap imalathanelerine veya üzüm bağlarına formalite icabı yapılan bir ziyaretten daha fazlası olarak tasarlanmaktadır. Tüketicileri şarap bölgelerini ve şarap imalathanelerini ziyaret etmeye çekeceğine inanılan destinasyon faydaları yelpazesi, şarap ürünleri, genişletilmiş şarap imalathanesi deneyimleri ve genel bölgesel turizmi destekleyen ve sürdüren diğer turizm ve ağırlama özelliklerini kapsamaktadır (Byrd vd., 2016: 20).

Şarap imalathaneleri, ekonomik yeniden yapılanmanın etkilerinden en çok etkilenen küçük ölçekli işletmelerin hakim olduğu kırsal ekonomilerdeki küçük işletmelerdir. Yeni kurulan şarap imalathaneleri, şaraplarının çoğunu mahzen kapısında satmaktadır ve bu erken aşamalarda önemli bir nakit akışı kaynağı elde etmektedirler. Yerleşik şarap imalathaneleri için ziyaretçiler, yeni ürünler için bir test ortamı sağlar (Hall ve Mitchell, 2000: 449). Şarap imalathaneleri temel olarak inşa edilen cazibe merkezleridir ancak şarap müzeleri, ziyaretçi bilgilendirme ve yorumlama merkezleri, şarap köyleri ve hizmetleri dahil olmak üzere ilgili tesisler önemlidir. Başta eğitim, perakende satış ve ziyaretçi ağırlama olmak üzere bir dizi işlev barındırılmalıdır. Tüm şarap imalathaneleri bu işlevleri yerine getirmekle ilgilenmez, ancak bir bütün olarak destinasyon bunu yapmalıdır (Getz vd., 1999: 23). Şarap evlerine giden ziyaretçiler burada aldıkları bilgilendirme sayesinde şarap ile ilgili daha bilinçli olmayı ve kişiliklerinin gelişimini sağlamayı isterler (Yıldız, 2009: 82).

Şarap alanlarının çoğu, çekici doğal manzaraları üzüm bağları, şarap imalathaneleri ve şarap köylerinden oluşan kültürel manzaralarla birleştirir. Ancak çoğu zaman güzellik ve kırsal atmosfer, dikkatsiz gelişmeler ve büyümenin bu değerli kaynak üzerinde nasıl etki yaratacağının tahmin edilememesi nedeniyle tehdit altındadır. Napa Vadisi'nde olduğu gibi yasal bir tarım rezervinin oluşturulması, kırsal atmosferin korunmasında uzun bir yol kat edebilir ancak şarap imalathaneleri ve turizm altyapısının tasarımına ve altyapının estetik etkisine de dikkat edilmelidir (Poitras ve Getz, 2006: 427).

Şarap rotası yerel paydaşları, başarılı olmak için şarap imalathaneleri, organizasyonlar ve şarap dernekleri arasında bir ilişkiler sistemi oluşturmalıdır. Bu nedenle, kaliteli turizm deneyimleri sağlamanın yanı sıra şarap, şarap imalathaneleri ve şarap bölgelerinin imajını teşvik etmede kilit faktörlerdir (Asero ve Patti, 2009: 5). Bir şaraphanenin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için şarap üretilirken kimyasal girdiler, kalıntılar ve atıklar azaltılmalı, verimli olacak şekilde su ve enerji kullanımına dikkat edilmelidir (Candar, 2021: 333).

2. BÖLÜM

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

2.1. Sürdürülebilirlik ve Turizm İlişkisi

Sanayi Devrimi ile birlikte seri ve hızlı üretimin başlaması kaynakların kontrolsüz bir şekilde tüketilmesine neden olmuştur. Bunun sonucu olarak çevre çok tahribata uğramış, çevrenin korunmasına yönelik çalışmalara başlanmış ve sürdürülebilirlik kavramı gündeme alınmıştır. Son yıllarda bu kavram daha da önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının tek bir tanımı yoktur ve farklı tanımlamalar mevcuttur.

Sürdürülebilirlik kavramı çoğu zaman ekonomik kavramlar ile beraber kullanıldığı için sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları çoğu zaman eş anlamlı ifadeler olarak ifade edilmiştir. Ekonomik kalkınmada kaynakların kullanılmasında sürdürülebilirliğin devamı için daha duyarlı olmayı gerektirirken, sosyal kalkınmada tüketim toplumu anlayışından çevreyi koruyan ve bu düşünce ile tüketim yapan toplum anlayışı ifade edilmektedir (Yavuz, 2010: 65). Turizmin çevreyle özel bir ilişkisi vardır. Doğal ve kültürel mirasın korunması da dahil olmak üzere çevresel sürdürülebilirliğin turizm politika ve stratejilerinde merkezde yer almalıdır (UNWTO, 2013: 109).

Kitle turizminin yarattığı çevrenin tahribatı, doğal kaynakların israfı, flora ve faunanın zarar görmesi, nadir görülen bazı türlerin nesillerinin yok olmaya başlaması gibi sorunlar sürdürülebilirlik kavramını gündeme getirmiştir. 1987 yılında Birleşmiş Milletler Brundtland Komisyonu sürdürülebilirliği “bugünün ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılanması” olarak tanımlamıştır (www.un.org/, 2023). Salas-Zapata ve Ortiz-Muñoz (2019: 155) ise sürdürülebilirlik kavramını

- İnsan eylemlerine veya ürünlerine rehberlik eden bir dizi sosyal ve çevresel kriter olarak sürdürülebilirlik;
- Bir sistemin sosyal, çevresel ve ekonomik amaçları, beklentileri veya hedeflerinin yakınsaması yoluyla bir vizyon veya hedef olarak sürdürülebilirlik;

- Dayanıklılık, denge ve uyum sağlama kapasitesine dayalı belirli sistemlerde ortaya çıkan, düşünülebilen ve müdahale edilebilen bir varlık olarak sürdürülebilirlik

- İnsan faaliyetinin, ürününün veya sisteminin sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutları veya değişkenlerinin incelenmesini içeren bir yaklaşım olarak sürdürülebilirlik olarak ifade etmişlerdir

Sürdürülebilir turizm geliştirme kılavuzları ve yönetim uygulamaları, kitle turizmi ve çeşitli niş turizm segmentleri de dahil olmak üzere, tüm destinasyon türlerindeki tüm turizm türlerine uygulanabilir. Sürdürülebilirlik ilkeleri, turizm gelişiminin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlerini ifade eder ve uzun vadeli sürdürülebilirliği garanti altına almak için bu üç boyut arasında uygun bir denge kurulmalıdır. Sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesi için uyulması gereken üç boyut (www.unwto.org/, 2023):

- Temel ekolojik süreçleri sürdürerek ve doğal mirasın ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yardımcı olarak, turizmin gelişmesinde önemli bir unsur oluşturan çevresel kaynaklardan en iyi şekilde yararlanmak.

- Yerel halkın sosyo-kültürel özgünlüğüne saygı göstererek yerleşik ve yaşayan kültürel miraslarını ve geleneksel değerlerini korumak ve kültürlerarası anlayış ve hoşgörüye katkıda bulunmak.

- Sürdürülebilir istihdam ve gelir kazanma fırsatları ve yerel halka sosyal hizmetler de dahil olmak üzere tüm paydaşlara adil bir şekilde dağıtılan sosyo-ekonomik faydalar sağlayarak ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunarak uygulanabilir, uzun vadeli ekonomik operasyonlar sağlamaktır.

"Sürdürülebilir turizm, Rio+20 nihai sonuç belgesinde eylem ve takip çerçevesinde tematik bir alan ve sektörler arası bir konu olarak vurgulanmıştır. Bu bildiriye göre 130. ve 131. Maddelerinde (www.unwto.org/, 2023) :

130. İyi tasarlanmış ve yönetilen turizmin, sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutuna önemli katkı sağlayabileceği, diğer sektörlerle yakın bağlantılara sahip olduğu, insana yakışır işler yaratabileceği ve ticaret fırsatları yaratabileceği vurgulanmıştır.

131. Yoksullar, yerli halklar ve yüksek gelirli bölgelerdeki yerel topluluklar için mikro kredi girişimleri de dahil olmak üzere, küçük ve orta ölçekli işletmelerin kurulmasını ve finansmana erişimin kolaylaştırılmasını içerebilecek, eko-turizm ve kültür turizmi de dahil olmak üzere sürdürülebilir turizme yatırımın teşvik edilmesi vurgulanmıştır. Bu iki madde ile sürdürülebilir turizmin dünyanın her yerinde uygulanabilmesi için desteklenmesi gerektiği belirtilmiştir.

UNWTO turizmde sürdürülebilirliğin 12 amacını; ekonomik sürdürülebilirlik, yerel refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, toplum refahı, kültürel zenginlik, fiziksel bütünlük, biyolojik çeşitlilik, kaynak verimliliği ve çevresel sağlık olarak tanımlamıştır (UNWTO, 2013: 18).

2.2. Şarap Turizmi ve Sürdürülebilirlik

Geçtiğimiz yıllarda şarap üretimi birçok faaliyetin gelişimini etkilemiştir. Girişimleri yeni ekonomik büyüme fırsatlarını teşvik etmiş ve faaliyet gösterdiği sektörün gelişimine ilham vermiştir. Şarap, yerel özellikler, doğal kaynaklar, kültürel miras, sürdürülebilir turizm teşviki gibi diğer faktörlerle birlikte, bağıcılık alanlarının sosyo-ekonomik ve bölgesel genişlemesini de teşvik eden geçerli bir sistemi temsil etmektedir (Di Gregorio ve Licari, 2006: 5). Birçok şarap bölgesi ve turizm destinasyonu, şarap turizminin faydalarının mahzen kapısının çok ötesinde, bölgesel ekonominin hemen hemen tüm alanlarına ve şarap turistlerinin çoğunluğunu oluşturan kentsel alanlara yayıldığını fark etmişlerdir. Şarap, yemek, turizm ve sanat, topluca şarap turizmi ürününün temel unsurlarını oluşturmaktadır ve şarap turistlerinin arzuladığı ve deneyimlemeye çalıştığı yaşam tarzı paketini sağlamaktadır (Thaliath ve Kumah, 2015: 25). Bunun yanında daha büyük şarap manzarası algılarına paralel olarak bugün birçok şarap imalathanesi manzaralarını, zanaat üretimlerini ve perakende satış noktalarını ve ayrıca yerel destinasyon özelliklerini bir paket deneyimler paketi olarak pazarlamaktadır (Byrd vd., 2016: 20).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Üye Ülkeleri, UNWTO Üyeleri, turizm yönetimleri, uluslararası ve bölgesel kuruluşlar, özel sektör, akademi ve sivil toplum temsilcileri 1. UNWTO Küresel Şarap Turizmi Konferansı, UNWTO tarafından Gürcistan Ulusal Turizm İdaresi işbirliği ile 2016 yılında Gürcistan'ın Kakheti şarap bölgesinde düzenlenmiştir. Bu konferansta aşağıdaki maddeler kabul edilmiştir (UNWTO, 2016: 1-3) :

- Şarap turizmi, Gastronomi Turizminin temel bir parçasıdır.
- Şarap turizmi, destinasyonun hem somut hem de somut olmayan mirasını teşvik ederek sürdürülebilir turizmin geliştirilmesine katkıda bulunabilir.
- Şarap turizmi, kültürel ve doğal kaynakların korunması açısından önemli bir rol oynamanın yanı sıra, her destinasyonun kilit oyuncularını için önemli ekonomik ve sosyal faydalar üretebilir.
- Şarap turizmi, benzersiz ve yenilikçi turizm ürünleri sağlama ortak hedefi etrafında destinasyonların birbirine bağlanmasını kolaylaştırır bu sayede geleneksel turizm alt sektörlerini geride bırakarak turizm gelişimindeki sinerjileri en üst düzeye çıkarır.
- Şarap turizmi, az gelişmiş turizm destinasyonlarına, çoğu durumda kırsal alanlara, yerleşik destinasyonların yanı sıra olgunlaşma ve turizmin yerel topluluk üzerindeki ekonomik ve sosyal etkisini artırma fırsatı sunar.
- Şarap turizmi, tüketicilerin gelişen ihtiyaç ve beklentilerine cevap vererek, bir destinasyonun kültürünü ve yaşam tarzını deneyimlemenin yenilikçi bir yolunu sunar.
- Şarap turizminin potansiyeli, farklı sektörler arasında etkili bir iletişim yoluyla teşvik edilen ve yerel halkın dahil olduğu bir kamu-özel işbirliği stratejisi aracılığıyla uygun bir şekilde uygulandığı takdirde artacaktır.

Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütü (OIV) sürdürülebilir bağcılığı, “üzüm üretim ve işleme sistemleri kapsamında, yapısal ve bölgesel ekonomik sürdürülebilirliği içeren kaliteli ürünler üretebilen, hassas tarım gereksinimlerini, çevreye yönelik riskleri, gıda güvenliğini ve tüketici sağlığını dikkate alan, kültürel, tarihi, ekolojik ve peyzaj öğelere değer veren küresel bir stratejidir” (OIV, 2008: 2) olarak tanımlamıştır.

Şarap endüstrisindeki ana noktalardan biri kaynakları korumaktır. Birçok şarap imalathanesi, maliyet düşürme ile maksimum üretime ulaşmayı amaçlayan performans odaklı üretken bir yaklaşımdan kalite ve sürdürülebilirlik yaklaşımına geçerek bağ işletmeye yaklaşımlarını değiştirmiştir. Günümüzde çoğu şarap imalathanesi, üretilen üzümlerin genel kalitesini iyileştirmek ve yüksek kaliteli asmaların ortalama ömrünü uzatmak için asmalarını

yönetmektedir (Montella, 2017: 6). Bir bağın ömrünün en az 35-40 yıl olduğu gerçeği ile kurulumdan itibaren fizibilite çalışmaları da dahil olmak üzere atılacak uygun adımlar, bitkilerin ekonomik ömrünün ve ürünün kalitesinin artırmasının yanı sıra sürdürülebilirliğin sağlanmasında da etkili olacaktır (Candar, 2021: 324).

Bir bağın sürdürülebilirliğinin sağlanması için bağın suya olan ihtiyacının, ürünün kalitesinin, toprağın potansiyelinin, asmanın gücünün, zararlı hastalık riskinin azaltılması, bitkinin sağlıklı olması için ürün kullanılması, dikim sıklığının/yoğunluğunun ve peyzaj değerinin korunması gibi faktörlerin değerlendirilmesi, sürdürülebilir üretime uyum sağlayan destek sistem ve terbiye şekilleri uygulanmalıdır. Aynı şekilde şarap üretim yerlerinin yapımı için de bağların kurulması sırasında gösterilen duyarlılığın gösterilmesi gereklidir (Candar, 2021: 325).

Tarımsal faaliyetlerin yapıldığı alanlarda insansız hava araçları (İHA) son dönemlerde, bitkilerin agronomik özelliklerinin tespit edilmesinde, bitkilerin hastalıklarının tespitlerinde, bitkilerin ilaçlanması uygulamalarında, ürünün veriminin tahminlerinde, fenolojik gözlemlerde, sulama ve gübreleme programlarında, ürünün haritalanması gibi pek çok tarım faaliyetlerinin alansal değişken uygulamalarının yapılmasında sağlanmaya başlanmıştır (Bolat ve Avan, 2021: 13).

Teknolojinin sunduğu olanaklardan biri olan insansız hava araçları kullanılarak (İHA) bağcılıkta daha etkin ve verimli ürün elde etmede kullanılabilir. Farklı çeşitlerde birçok asma bloğu içeren büyük bir bağ olan Güney Tazmanya'da Richmond yakınlarındaki Frogmore Creek'de insansız hava aracı (İHA) sistemi test edilmiş elde edilen verilerle mahsul yetiştirmede önemli sonuçlar elde etmişlerdir (Turner ve vd., 2011: 2-4). Ayrıca İspanya'nın Rioja şarap üretim bölgesinde, Logroño'da bulunan bağda yapılan başka bir çalışmada da bağlardaki suyun durumunu değerlendirmek ve sulama için faydalı olabilecek bağ içindeki değişkenliği haritalamak için bir İHA kullanılabileceği sonucuna varmışlardır (Baluja ve vd., 2012: 513-520).

Nesnelerin interneti (IoT); *fiziksel nesnelerin veya bilgi işlem organlarının ağ yetenekleri (internet) aracılığıyla birbirleriyle bağlantı kurarak, geliştirilmiş sensörler, gündelik araçlar veya ekipmanlar gibi somut kavramlardan oluşan ve ortak amaçlarla çalışan bir ekip olarak işleyişine olanak sunan sistem anlamını taşımaktadır* (Yetik vd.,

2021: 91). Ülkemizin sahip olduğu tarım alanları genel olarak yerleşim yerlerine uzaktır. Aynı zamanda dağınık ve parçalı bir yapıya sahip olduğu için değişik yerlerde yapılan üretimlerin denetlenmesi zor olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak gelişen teknoloji tarım alanlarında da kullanılmaya ve yaygınlaşmaya başlamıştır (Çakmak ve Mercan, 2017: 32). Gelişen teknolojinin tarım alanlarında kullanılması çiftliklerin takip edilmesi, toprağın kalite takibi, sulama suyunun kalite takibini, akıllı sera kurulumunu, suyun verimli kullanılmasını, hastalık ve zararlı belirleme sistemlerinin kullanılmasını, gübre yönetimi sistemini , meteoroloji istasyonlarının kurulmasını, ekipman ve stok takibinin yapılmasını (Yetik vd., 2021: 94-100) üzüm ve diğer tarım ürünlerinin yetiştirilmesinde en yüksek verimin alınmasında faydalı olacaktır.

Salvado ve Kastenholz (2017: 1926) ya göre şarap imalathanelerinin çıkarları, turizm hedefleri ve bölgesel kalkınma arasında etkili bir entegrasyon için, tüm paydaşlar aşağıdakileri göz önünde bulundurarak ortak bir vizyon ve misyon oluşturmalıdır. Bunlar:

- Sürdürülebilir şarap turizmini içeren iş ve kalkınma planlarının yorumlamak ve uygulamak;
- Sektörü kültürel, sosyal ve doğal mirasın yönetiminde önemli bir araç olarak tanıyan ulusal, bölgesel ve yerel politikaları ve çerçeveleri entegre etmek;
- Tüm paydaşları sürdürülebilir kalkınmaya adanmak;
- Yerel topluluklara kimlikleri ve tekil miras değerleri ile ilgili bir gurur ve sorumluluk duygusu aşılama;
- Bölgesel planlamayı destekleyen geniş, katılımcı bir paydaşın teşvik edilmesi;
- Tüm paydaşlar arasında sorumlu davranışı teşvik eden kaliteli turizm ürünleri ve hizmetlerini teşvik etmek;
- Yenilikçi şarap turizmi ürünleri/hizmetleri geliştirmek için öncelikli projeler belirlemek;
- Bölgeler içinde ekonomik büyüme ve iş yaratma için stratejik fırsatları belirlemek.

Yukarıda belirtilen öneriler doğrultusunda yapılacak olan doğru ve planlı uygulamalar, halkın katılımı, sivil toplum kuruluşlarının katılımı, konu ile ilgili tüm paydaşların katılımı ile kısaca iyi bir yönetim ile gerçekleştirilebilir. Sürdürülebilir bir çevre ve dünya için yapılması gereken en önemli adımdır.

Urla'da da sürdürülebilir şarap turizmi için "Urla Bağ Yolu ile Antik Kültürüne kavuşuyor" ile desteklediği projesi (Urla Belediyesi, 2016: 10) Urla şarap turizminin gelişimi için önemli bir projedir.

2.3. İklimin üzüm ve Şarap Üzerindeki Etkisi

Bağın kurulacağı arazi seçiminde öncelikle iklimi, toprağı, mevkisi, yönü ve kültür durumu incelenmelidir. Bol ışık; asmanın gelişimi, fotosentezi ve tanesindeki renginin oluşumunda gereklidir. Güney ve güneybatı yönlerinde kurulan bağlar güneş ışınlarını daha dik açı ile aldıkları için güneş ışığından daha fazla faydalanırlar bu nedenle üzüm kalitesi daha iyi olur. Aynı zamanda asma bitkisinin kökleri toprağın derinine kadar gitmektedir. Bunun sonucu olarak az yağış alan yerlerde de yetişebilmektedir (TAGEM, 2021: 4-5).

İklim Değişikliği Paneli (IPCC) raporuna göre, küresel yüzey sıcaklığı 1970'den bu yana, en azından son 2000 yıldaki diğer 50 yıllık dönemlerden daha hızlı arttığı görülmüştür (Masson-Delmotte vd., 2021: 8). Belirli bir şarap üretim bölgesinde iklim koşulları yıldan yıla farklılık gösterir. Bu farklılıklar verim, kalite ve tipiklik açısından yıldan yıla farklılıklara neden olur. Bağcılık uygulamaları, mahsuller arasındaki iklimsel değişkenliğe uyum sağlayacak şekilde değiştirilebilir (Leeuwen ve Darriet, 2016: 151). Son yıllarda iklim değişikliğinin bağcılık üzerindeki etkisi daha belirgin hale gelmiş ve diğer sorunların yanı sıra kuraklık stresi, güneş yanığı veya don nedeniyle Avrupa üzüm bağlarında verim kaybına veya kalite düşüşüne yol açmaktadır (Trapp ve Töpfer, 2023: 2).

Urla'nın Kadıovacık Köyü 2012 yılında Carbon Disclosure Project (CDP)' e dahil olarak karbon salınımını azaltmak için çalışmalara başlamıştır. Köy karbon ayak izini ölçen, karbon salınımını düşüren dünyadaki en küçük yerleşim yeri olmuştur (<https://urla.org.tr, 2024>)

2.4. Sürdürülebilir Tarım

Sürdürülebilir tarım; tarımda verimliliğin korunmasına önem verirken, çevrenin de zarar görmesini azaltacak önlemlerin alınmasını, ekonominin canlı kalmasının sağlanması, tarımsal üretime katılanların yaşam kalitesinin arttırılması için uygulamalar geliştirme amacını taşımaktadır (Turhan, 2005: 14-17). Bunun yanında sürdürülebilir tarım faaliyetleri su toplanma alanlarının onarılmasından, biyolojik çeşitliliğin korunması, toprağın kalitesini arttırma çalışmalarının yapılması gibi faaliyetler yolu ile ekosistem hizmetlerinin geliştirilmesi potansiyeline sahiptir (EMG, U., 2011: 76).

Şaraplık üzüm yetiştirmek karmaşık bir süreçtir. Başlangıçta asma ekimi yaparken asma yoğunluğu, sulama türü ve hangi üzüm tür ve türlerinin toprağa ve iklime en uygun olduğu gibi dikkate alınması gereken birçok faktör vardır. Asma kurulduktan sonra budama düzeyi, kafes tipi gübre ve/veya pestisit kullanımı ve bağ suyu kullanımı hakkında verilecek kararlar vardır (Baughman ve ark., 2000: 7). Bağcılık endüstrisinin faaliyetleri büyük ölçüde doğal kaynaklara ve ait oldukları sosyo-ekonomik çevreye bağlıdır. Bu doğal kaynakların kullanım koşullarını koruyan, iyileştiren, üretimin sosyo-ekonomik koşullarını, yerelliğini iyileştiren üretim sistem ve uygulamalarının geliştirilmesi, bağcılık faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşımaktadır. Sürdürülebilirliğin üç temel ilkesi olan çevresel, sosyal ve ekonomik etkiler (OIV, 2016: 6) olarak değerlendirilmelidir.

2.5. Şarap Üretiminin Çevresel Etkisi ve Sürdürülebilirliği

Ekolojik etkiler bağcılık, şarap imalathanesinin gelişimi ve şarap üretimi, turizmi desteklemek için geliştirilen hizmetler ve altyapı ve şarap turistlerinin belirli faaliyetleri ve seyahat modelleri ile bağlantılıdır. Temel zorluklardan biri, toprak, üzüm bağları ve şarap imalathaneleri için arazi ve sulama için su dahil olmak üzere sürdürülebilir şarap turizminin dayandığı doğal kaynakları korumak ve geliştirmektir. Bir diğer temel konu ise sadece üzüm bağlarına ayrılmış bir alan ve şarap turizminin kırsal alanların ekolojik karakteri üzerindeki potansiyel olumsuz etkileridir (Poitras ve Getz, 2006: 427).

Küresel şarap tüketimi artarken, şarap endüstrisindeki çevresel sürdürülebilirlik perakendeciler, hükümetler, çevreci gruplar ve tüketicilerden ilgi görmektedir. Bu büyümeyle birlikte şarap imalathaneleri, su tüketimi, atık yönetimi ve toplum üzerindeki

etkisi gibi çevresel sürdürülebilirlik sorunlarıyla da karşı karşıya kalmışlardır (Karagiannis ve Metaxas, 2020: 3). Şarap turizmi, bölgelerin ekonomik ve sosyal temellerinin yanı sıra çevresel boyutlarının da sürdürülmesine sağladığı katkı nedeniyle ulusal ve bölgesel sürdürülebilir turizm kalkınma planlarında önemli rol oynayabilecek kapasiteye sahiptir (Hall ve Mitchell, 2000: 449).

Asma ve şarap sektöründeki faaliyetler büyük ölçüde doğal kaynaklara bağlıdır. Bunlar güneş enerjisi, iklim, su, toprak ve bu unsurların ekolojik süreçlerle başarılı entegrasyonudur. Bu nedenle, bu doğal varlıkların çevresel açıdan sürdürülebilir uygulamalar yoluyla korunması ve muhafazası, bağcılık faaliyetlerinin uzun vadeli uygulanabilirliği için zorunludur (OIV, 2008: 2). Şarabın üretildiği tesisler şarap üretiminin yanında atık da üretmektedirler. Bu atıklar çevreyi kirletmenin yanında üretimi yapan firmada üretimin verimliliğini de düşürmekte ve enerji kullanımını da arttırmaktadır (Cüce ve Dulkadiroğlu, 2017: 166). Şarap üretimi yapan tesislerde üretim sonunda çıkabilecek kirlilikler aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Cüce ve Dulkadiroğlu, 2017: 166):

- Alt ürün kalıntısı olarak ifade edilen; çamur, tortu, tartar, üzüm sapları,
- Büyük miktarda sıvı atıklar: şarap depolarından (kiler) sızıntılar, yıkama suları ve soğutma suları,
- Şarabın arıtılmasında kullanılan ürünler: inceltme maddeleri ve filtrasyon toprağı,
- Temizlik ve dezenfeksiyon ürünleri

Trioli vd. (2015) yapmış oldukları çalışmada yakıt, elektrik, inorganik gübreler, böcek ilaçları, bakır, cam şişeler, mantar kapaklar, metal kapsüller ve karton kutular gibi yalnızca sınırlı sayıda şarap üretim girdisinin çevre üzerinde önemli bir etkiye sahip olabileceğini belirtmişlerdir (2015: 4). Şaraplık üzüm yetiştirmeyeyle ilgili çevresel etkiler doğası gereği tarımsaldır, şarap imalathanesindekiler ise gıda işlemeyle ilgilidir. Bağ girdileri arasında hem sentetik hem de doğal gübreler, pestisitler, sulama için su ve tarladaki güç ekipmanlarına yönelik enerji bulunmaktadır. Doğal pestisitler ve haşere kontrol yaklaşımları bulunmaktadır ancak üzüm bağlarının çoğunda böcek ilacı, bitki ilacı ve mantar ilacı formunda sentetik kimyasal böcek ilaçları kullanılmaktadır (Silverman ve ark., 2005: 152). Toprağın, suyun, havanın, biyolojik çeşitliliğin ve peyzajın korunması özellikle

bağcılığın yapıldığı alanda önemlidir. Girdilerin (enerji, su, teknik üretim, ambalaj malzemeleri ve işleme maddeleri) yönetimi, önleyici tedbirleri ve gerekirse uygun yeniden kullanımı tercih ederken kullanımlarını optimize ederek sürdürülebilir bir girişimin uygulanmasında esastır. Çıktıların (atık ürünler, atık sular, yan ürünler) yönetimi, mümkün olduğunca yeniden kullanımlarına veya geri dönüşümlerine öncelik vererek çevre üzerinde minimum etki yaratmayı amaçlamaktadır (OIV, 2016: 6) . Buna göre şarap üretiminde çevreye verilecek zararın azaltılması için OIV'nin de benimsediği bağcılıkta uygulanan genel sürdürülebilirlik ilkeleri ve uygulamaları kısaca aşağıda belirtildiği gibidir:

2.5.1. Suyun Kullanımının Optimizasyonu

Su kaynaklarının küresel, bölgesel ve yerel düzeyde ciddi baskı altında olduğu artık kabul edilmektedir. İnsan, çevre, kentsel/belediye, sanayi ve birincil üretim son kullanıcılarının her birinden birbiriyle yarışan talepler mevcutken, aynı zamanda toplam erişilebilir tedarik hacmine, arzın kalitesine ve güvenilirliğine yönelik tehditler de artmıştır (OIV, 2021: 6). Üretimin tüm aşamalarında suyun verimli ve etkili kullanımını ve yeniden kullanımını destekleyen sistemlere öncelik verilmelidir. Tüketimin izlenmesi, su tüketimini optimize etmeye yönelik bir plan veya stratejinin oluşturulmasını kolaylaştırabilir. Buna göre (OIV, 2016: 7):

- Suyun kullanımı, yerel mevcudiyeti ve su kalitesi ile yeraltı suyu seviyeleri üzerindeki etkisi açısından değerlendirilmelidir.
- OIV'in VITI 02/2003 sayılı "Gerekçeli asma sulaması" kararında yer alan tavsiyelere uyulmalıdır. Asmaların fizyolojik stresini gidermek için su tüketimi az olan sulama sistemleri tercih edilmelidir.
- Üretimin tüm aşamalarında suyun verimli ve etkili kullanımını ve yeniden kullanımını destekleyen sistemlere öncelik verilmelidir.

Atık su arıtma tesislerine atık suyun geri dönüştürülmesine olanak sağlayacak yatırımlar yapılacaksa, farklı şarap yapım endüstrilerinin önemli miktarda suyu arıtıp yeniden kullanma olasılığı yüksektir. Şarapçılık endüstrilerinden boşaltılan atık suyun farklı türden potansiyel çevresel olumsuz etkileri nedeniyle bu tür yatırımlara önemli bir ihtiyaç vardır (Ene ve ark.,2013: 126).

2.5.2. Sera Gazı Emisyonları ve Enerji Kullanımının Optimizasyonu

Tarım ekipmanlarının işletilmesinde fosil yakıtların kullanımıyla ilgili enerji sorunları, sera gazı emisyonları, doğal kaynakların tükenmesi ve hava kalitesi etkileriyle ilgilidir. Yaygın olarak kullanılan sentetik azotlu gübrenin üretiminde de önemli miktarda enerji tüketimi söz konusudur (Silverman ve ark., 2005: 153). İklim değişikliğinin etkilerine ve küresel ısınmaya yönelik hafifletme önlemlerine bakıldığında, bir kuruluş veya ürün tarafından üretilen toplam sera gazı emisyon miktarının azaltılması kritik öneme sahiptir (Trigo ve Silva, 2022: 6).

OIV sera gazı protokolünün genel ilkeleri Ekim 2011'de OIV-CST 431-2011 kararı ile oluşturulmuştur. Protokolün genel amacı, OIV-CST 431-2011 tarafından tanımlandığı şekliyle "bağ ve şarap şirketlerinin faaliyetleriyle ilişkili sera gazı emisyonlarının tam değerlendirmesi için kuruluşlara, işletmelere ve diğer paydaşlara açık ve tutarlı bir yöntem sağlamaktır" olarak ifade edilmiştir. OIV sera gazı protokolünün özel hedefleri şunlardır (OIV, 2015: 4):

- Üzüm yetiştiriciliği ve şarap üretimi sektöründe çalışan şirketlerin, standartlaştırılmış yaklaşımlar ve ilkeler kullanarak, emisyonlarının doğru ve adil bir hesabını temsil eden bir sera gazı envanteri hazırlamalarına yardımcı olmak.
- Sera gazı envanteri oluşturmanın basitleştirilmesi ve maliyetlerinin azaltılması
- Sera gazı emisyonlarını yönetmek ve azaltmak için etkili bir strateji oluşturmak için kullanılabilecek bilgileri işletmeye sağlamak
- Çeşitli şirketler ve sera gazı programları arasında sera gazı muhasebesi ve raporlamasında tutarlılığı ve şeffaflığı artırmak

2.5.3. Üretim ve İşleme Aşamalarında Teknik Girdilerin Kullanımının Optimize Edilmesi

Şaraphane girdileri arasında; enerji: fermantasyon süreci sırasında soğutma, depolama sıcaklığının korunması, pompalama, ekipmanı çalıştırma vb.; su : kirlilik seviyelerini en aza indirmek için fiçılar ve ekipmanların sürekli olarak temizlenmesi ;

kimyasallar : yüzeyleri, zemini ve ekipmanı temizlemek için; silisli toprak, kükürt gazı, soğutucular vb.; ve ambalaj malzemeleri : cam, mantar, ahşap paletler, yapıştırıcılar, karton, metal ve plastik folyo dahil yer almaktadır (Silverman ve ark., 2005: 153). Bunun yanında şarap üretimi safhasında ise kullanılan pek çok girdi bulunmaktadır. “Pestisit” , zararlıları kontrol altına almak için kullanılan herhangi bir kimyasal maddeyi temsil eden genel bir terim olarak kullanılmaktadır. Başlıca pestisit sınıfları şunları içerir: böcekleri öldürmek için kullanılan böcek öldürücüler; bitkileri öldürmek için kullanılan herbisitler; ve küf ve mantarları önlemek için kullanılan fungisitlerdir (Baughman ve ark., 2000: 52). Bu konuda herbisitlerin, pestisitlerin ve sentetik gübrelerin kullanımının sorunlara yol açtığı kanıtlanmıştır. Toksisite seviyeleri farklılık gösterse de, tüm bu kimyasallar hava, su, toprak kalitesi, bağ çalışanları ve aynı ekosistemi paylaşan komşu insanlar ve hayvanlar için tehlikeli olabilir (Trigo ve Silva, 2022: 9). Bağda kullanılan yakıt miktarı da önemlidir. Üzüm yetiştirme faaliyetleri, ağır makinelerin çalıştırılmasının yanı sıra bağda traktör ve biçerdöverlerin sürülmesini içerebilir. Şarap imalathanesi faaliyetleri, forkliftlerin / pompaların/ezicilerin/konveyör bantların ve şişeleme makinelerinin çalıştırılmasının yanı sıra laboratuvarında meyve suyu ve şarap numunelerinin analiz edilmesinin yanı sıra genel ofis işlerini içerebilir (Copper vd., 2021: 2).

Malzemelerin, ekipmanların, bağcılık üretim girdilerinin: herbisitler, bitki sağlığı ürünleri, gübreler, katkı maddeleri gibi ürünlerin yanı sıra şarap yapımı ve işleme girdilerinin OIV Uluslararası Şarap Uygulamaları Kurallarında belirtildiği gibi katkı maddeleri, işleme yardımcıları ve olgunlaştırma malzemelerinin kullanımı ve ambalaj malzemesi girdileri; şişe, kutu vb. ürünler optimize edilmeli ve gerekçelendirilmeli, kullanılan malzemelerin toplam ömrü ve stabilitesi dikkate alınarak, geri dönüştürülebilir ve/veya çevreye minimum etki ile elde edilen malzemelere öncelik verilmelidir (OIV, 2016: 8).

2.5.4. Toprak Yönetimini İyileştirmeye Yönelik Uygulamalar

Üzümlerin iyi havalandırma ve iyi iç ve yüzey drenajı da dahil olmak üzere kök büyümesine uygun toprağa ekilmesi gerekir. Toprak koşulları şarabın kalitesini etkileyebilir ve genellikle bağ dikiminde en önemli faktör olarak kabul edilir (Baughman ve ark., 2000: 7). Belirli bir konum için toprağın verimliliği, asitliği, ısı tutma ve toprak tipi en iyi çeşidi, asma yoğunluğunu, sıra yönünü, aralığını, asma eğitimi, haşere kontrolünü ve kışa karşı

korumayı belirler. Bu kararların çoğu bağın başlangıcında alınır, ancak gölgelik yönetimi, budama ve hasadın zamanlaması gibi çoğu, yerinde devam eden kararları içerir (Allen ve Lueck, 2019: 328). Toprak yönetimi, toprağın doğal özelliklerinin bozulmasını önlemeyi ve toprağın sürdürülebilir prosedürlere dayalı olarak kullanılmasını sağlamayı amaçlamaktadır (Trigo ve Silva, 2022:10). Toprak yönetiminde aşağıda verilen hususlara dikkat edilmelidir (OIV, 2016:7) :

- Toprak, organik içeriğini artırarak ve/veya etkili toprak örtüsü yönetimini uygulayarak erozyon ve besin kaybı risklerine karşı korunmalıdır.
- Çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için toprak verimliliği ve biyolojik çeşitlilik korunmalıdır.
- Sıkışmayı sınırlamak ve yapısını korumak için bağcılık makinelerinin toprak üzerindeki etkisi de dikkate alınmalıdır.
- Bağ dikimi veya yeniden yapılanması sırasında toprak, çevre ve peyzaj üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirmek amacıyla toprak işleri, müdahaleler veya hükümler dikkatle değerlendirilmelidir.
- Girdilerden kaynaklanan toprak kirliliğinden kaçınılmalıdır.

2.5.5. Atık Yönetimi ve Minimizasyon Stratejileri

Katı veya sıvı atıkların imhası ulusal ve bölgesel mevzuata uygun olmalıdır. Ancak proaktif bir yaklaşım uygulamak, kirliliği önleme tedbirlerini ve temiz teknolojileri hayata geçirmek için iyi uygulamaların yanı sıra şaraphane atıklarının azaltılmasına yönelik gönüllü girişimler de dikkate alınmalıdır (Ene ve ark., 2013: 126). OIV'e göre atıkların minimizasyonu için (OIV; 2016:8) :

- Şarap sektörünün en iyi uygulamalarına ve üretim stratejilerine öncelik verilerek atık üretimi sınırlandırılmalıdır.
- Çevre ve kamu kanalizasyon ağları üzerindeki etkiyi azaltmak için atıkların geri dönüştürülmesi veya yeniden kullanılması dikkate alınmalıdır.

- Atıkların arıtılmasına kadar en uygun güvenlik koşulları altında toplanması ve depolanması için yeterli tesislere ihtiyaç duyulabilir.
- Atıkların geri dönüştürülmesinin mümkün olmadığı durumlarda çevreye en az etkiyle bertaraf edilmesine dikkat edilmelidir.
- Sıvı atık arıtımı yoluyla yan ürünlerden potansiyel enerji geri kazanımı, yani biyogaz (metan) üretimi tercih edilmelidir.
- Atıkların niteliksel ve niceliksel envanteri doğru şekilde tutulmalıdır.

Urla Bağ Rotasındaki 9 şarap işletmesinin hepsi atıklarını geri dönüştürüp tekrar kullanmakta, şarap şişeleri dönüştürülmekte ve şişe mantarları hediyeelik eşya üretiminde kullanılmaktadır (Diriöz, 2021: 232).

2.6. Şarap Üretiminin Sosyal Etkileri ve Sürdürülebilirliği

Sürdürülebilirliğin sunabileceği olanaklar ve fırsatlar aynı zamanda yerel bir topluluğun sosyal ve kültürel kimliğini “turistik olarak” yeniden geliştirmeye başlamasının da temelini oluşturur. Bu, ev sahipleriyle buluşma ve bütünleşmede kendini yapılandıran bir kimliktir. Başka bir deyişle, yerel topluluklardan turist topluluklarına geçiş, kendilerini daha sürdürülebilir destinasyonlara ev sahipliği yapacak şekilde yeniden keşfetmeleriyle başlamaktadır (Maretti ve Salvatore, 2012: 11). Şarapla ilgili turizm, sürdürülebilir kırsal kalkınmada, özellikle istihdam yaratılması ve yerel ürünlerin satışı yoluyla önemli bir faktördür (Hall ve Mitchell, 2000: 449). Turizm sektörü içerisinde otel ve yeme-içme işletmeleri müşterilerine en sık tüketilen alkollü içecek sınıfında yer alan şarap da sunmaktadırlar. Şarap sunumu için personelin görev ve sorumlulukları da farklılaşmakta, farklı meslek gruplarının oluşmasına neden olmaktadır (Cumhur ve Altaş, 2021a: 195).

Font ve ark.(2014: 6) sosyal boyuttaki sürdürülebilir uygulamaları: i) yerel topluluğun kalkınmasına ve mirasın korunmasına destekleme; ii) cinsiyet eşitliğinin teşvik edilmesi; iii) bölgenin kültürüne ve kullandığı dile saygılı olmayı teşvik etme; iv) engelli kişilere uygun tesisler kurma; v) ekonomik teşvik projelerinde işbirliği yapmak; vi) müşterilerin yerel ürünleri tüketmelerine teşvik etmek; vii) yerel personel çalıştırılması

olarak belirlemişlerdir. OIV (2016: 9)'ya göre sosyal kalkınma ve sürdürülebilirliğin sağlanması için :

- Herhangi bir sürdürülebilir kalkınma girişimi, tüm topluluğun yanı sıra paydaşların hedeflerini de dikkate almalıdır.
- İlgili tüm ISO standartları dikkate alınmalıdır.
- Şirketler kendi faaliyetlerinin sosyo-ekonomik etkilerini dikkate almalı ve bölgelerin sosyo-ekonomik kalkınmasına dahil olmayı düşünmelidir.
- İşverenler, çalışanlarına, yüklenicilerine ve alt yüklenicilerine en azından yürürlükteki ulusal ve uluslararası düzenlemelere uygun olarak adil davranmalıdır.
- Üretimin sürdürülebilirliği, bölgenin kültürüne ve tarihine saygıyı gerektirir.

Lopez-Guzman ve ark.'na göre bu yeni turizm ürünü, yerel halkın yaşam kalitesini iyileştirmek amacıyla belirli bir bölgede sürdürülebilir sosyo-ekonomik kalkınmayı teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Daha spesifik olarak amaçları şunlardır (2010: 378):

- Bu turizm ürününün geliştirildiği bölgede turizmi bir bütün olarak artırmak;
- Bölgenin geleneksel faaliyetlerine ek olarak diğer faaliyetler yoluyla da zenginlik yaratmak. Bu yeni faaliyetlerin hiçbir durumda bölgedeki ana ekonomik faaliyet haline gelmeyeceğine, bunun yerine birincil sektör faaliyetlerini tamamlayacağını belirtmek önemlidir; bölgedeki altyapının iyileştirilmesi ve bunun sonucunda yerel halkın yaşam kalitesinin iyileştirilmesi. Bunun bir örneği yeni yolların inşası olabilir; ve
- Turizmi çeşitlendirmek ve bu bölgedeki mevsimselliğin etkisini azaltmak.

2.7. Şarap Üretiminin Ekonomik Etkileri ve Sürdürülebilirliği

Şarap turizmi üretmek veya ihraç etmek, şarap imalathanelerini ve bunların orantılı tüm tarımsal işletme geri bağlantılarını gerektirir. Şarap turizmi, şarap imalathanesi ziyaretçilerinin yalnızca şarap satın almakla kalmayıp aynı zamanda yerel ekonomide başka alışverişler de yapması nedeniyle yerel ekonomiler için ek faydalar sağlar. Bu bağlantılar,

moteller, restoranlar, benzin istasyonları vb. gibi turizmle ilgili endüstrilerdir (Foltz ve ark., 2007: 79).

Küreselleşmeye karşı direniş, şarap gibi kültürel ürünlerin yerelleştirilmiş tüketimi için önemli bir yer edinmiştir. Şarap üretimi, birçok eski dünya kültürel ekonomisinde uzun süredir en önemli yeri tutarken, şarap endüstrisini geleneksel Avrupa ana üssünün dışına doğru genişletmeye iten şey, şarap bölgelerini keşfetme deneyimi ve şarap ve şarap yaşam tarzlarının tüketimidir (Carmichael ve Senese, 2012: 160). Şarap turizmi küresel turizmde büyüyen bir trend olduğundan, bu endüstrinin sürdürülebilir gelişimi sadece şarap işi değer zinciri için iş fırsatlarını arttırmakla kalmaz aynı zamanda yerel topluluklar için çeşitli gelir kaynakları sağlamaktadır. Şarap turizminin sürdürülebilir gelişimi, toplum için ekonomik faydalar ile ekolojik ayak izleri arasında bir denge gerektirmektedir (Amarando vd., 2019: 16).

Sürdürülebilirliğin çeşitli ekonomik unsurları, yani pazar güçlerinin etkisi de dahil olmak üzere şarap ve şarap turizmi işletmelerinin uzun vadeli sürdürülebilirliği ve bu turizm biçiminin yarattığı maliyet ve faydaların doğası ve dağıtımı dikkate alınmalıdır. Belirli bölgelerdeki şarap imalathaneleri arasındaki ve şarap bölgeleri veya şarap üreten ülkeler arasındaki, şarap turisti için rekabet, bireysel firmaların veya tüm alanların ekonomik sürdürülebilirliğinin tehdit edildiği noktaya kadar büyüebilir. Bu rekabetçi eğilimle mücadele etmek, kaliteli ürünlere, farklı markalama ve konumlandırmaya ve belirli hedef segmentlere etkili pazarlamaya sürekli vurgu yapmayı gerektirir (Poitras ve Getz, 2006: 428).

Şarap turizmi dünya genelinde gelişme göstermektedir. Bu gelişme bölgesel ve ülkesel şarap turizminin gelişiminde olumlu yönde etkilemektedir (Yılmaz ve Akay, 2020: 88). Kaliteli şarap, bölgelerin imajını güçlendirir, yerel ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur (Asero ve Patti, 2009: 5).

2.8. Organik Şarap Üretimi

Organik tarımın ilk başladığı yer Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'dir. Organik tarım uygulamalarının gelişimi sağlık ve çevre koşullarının kötü yönde etkileneceği endişesinin artmasıyla ve sosyo ekonomik koşulların gelişmesi etkili olmuştur (Demiryürek, 2011: 29).

Amerika Birleşik Devletleri Tarım Dairesi (USDA) organik tarımı: *“Organik tarım, sentetik içerikli gübre, tarım ilaçları, büyüme düzenleyiciler ve hayvan yem katkıları kullanımını yasaklayan veya büyük ölçüde kaçınan bir üretim sistemidir. Mümkün olduğu ölçüde organik tarım sistemleri toprağı işlemek ve verimliliğini korumak, bitki besin maddeleri sağlamak, zararlı böcek, yabancı ot ve hastalıkları kontrol etmek için ürün rotasyonuna, bitki artıkları, hayvan gübresi, baklagiller, yeşil gübreleme, organik çifilik artıkları ve biyolojik zararlı kontrolü işlemlerine dayanır”* (USDA, 1980: 9) olarak tanımlamıştır.

Biyolojik Tarım, Ekolojik Tarım ve Organik Tarım olarak adlandırılan tarımsal yaklaşımlar aynı anlama sahip bir tarım sistemidir. Bu sistem ile üretimi yapılan ürünler Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ve Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nün geliştirdiği standartlar ile tanımlanarak tüm dünyanın onayladığı sistemlerden biri olmuş ve uluslararası nitelik kazanması ise 1972 yılında Uluslararası Organik Tarım Hareketleri Federasyonu'nun (IFOAM) kurulması ile olmuştur (İlbaş, 2009: 4). IFAOM dünyanın her yerinde ekolojik tarım faaliyetlerinin tek yerde toplanmasını, ekolojik tarımın gelişmesi için doğru yönlendirme yapmayı, yönetmelikler ve standartlar çıkarmayı, gelişmelerden üyelerini ve çiftçileri haberdar etmeyi hedefleyen bir kuruluş amacıyla göreve başlamıştır (Kurtar ve Ayan, 2004: 58). Çeşitli ülkelerde yürürlükte olan düzenlemeler/sertifika standartları arasındaki farklılıkların ötesinde, organik bağcılık, sentetik kökenli maddeler kullanılmadan yönetilir ve genetiği değiştirilmiş organizmaları ve iyonlaştırıcı radyasyonları yasaklamıştır (Baiano, 2021: 3)

Türkiye'de IFOAM Temel standartları ve AB Organik Tarım Yönetmeliği'ne dayalı ilk ulusal yönetmelik 1994 yılında yürürlüğe girmiştir. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı organik tarım uygulamalarında tüm ülkede kontrol yetkisine sahip olup çatısı altında Alternatif Tarımsal Üretim Teknikleri (ATÜT) Dairesi kurulmuştur. “Organik Tarım

Kanunu” 2004 senesinde yürürlüğe girmiştir. Böylece organik tarım faaliyetlerinin yasal çerçevede yapılmasına, kontrol edilebilmesine ve sertifikasyon hizmetleri için dayanak olmuştur (Yeşilyurt Er,2009: 6). Bu kanun aracılığı ile organik tarımın geliştirilmesi için düzenlemeler yapılmış, üreticiler ve sanayiciler de süreçte örgütlenmeye başlamıştır (Ataseven ve Güneş, 2008: 28).

Organik tarım Avrupalı organik tarım yapan firmaların katkılarıyla 1980’li yılların ortalarında Türkiye’de başlamıştır. Organik tarım sözleşmeli tarım sistemi olarak kuru üzüm, kuru incir, kuru kayısı ve fındık üretimi ile ihracat ağırlıklı yapılamaya başlanmıştır (İlbaş, 2009: 8). Ülkemizde ilk zamanlarda yabancı şirketlerin öncülüğünde yapılan organik tarım daha sonraları yerli şirketlerin de organik tarım ve gıda pazarında faaliyet göstermeye başlaması ile ihracat ve iç piyasada üretim, pazarlama işleri devam etmiştir (Demiryürek, 2011: 30). Ülkemizde 1994 yılında yürürlüğe giren “bitkisel ve hayvansal ürünlerin ekolojik yöntemlerle üretimi” yönetmeliği organik tarımın gelişmesinde etkili olmuştur (Bayram ve ark., 2007: 204). Organik tarımda temel amaçlar (Turhan, 2005: 18):

- Tarımsal üretim yapılırken toprak, su ve bitki kaynaklarının korunması, geliştirilmesi amacıyla kaynak kullanımlarının planlamalarında sürekli bilgi edinimi, bir takip sistemi ile çiftçilerin toprak ile ilgili eğitilmesi için programların geliştirilmesi
- Tarımın sürdürülebilir olması için bitkilerin genetik kaynaklarının korunması ve kullanılmasına gayret sarfedilmesi
- Tarımın sürdürülebilirliği için hayvanların genetik kaynaklarının korunması ve kullanılması için gayret edilmelidir
- Çevreye zarar vermeyen yöntemlerin tarım zararlıları ile mücadelede kullanılması
- Bitkilerin üretimi için kullanılan bitkinin beslenme yöntemlerinin geliştirilmesi ve kullanılmasının çevre dostu olması için çaba sarf edilmesi
- Organik tarımın yaygınlaştırılması ve organik tarım ile uğraşanların eğitilmesi olarak açıklanabilir.

Organik bağıcılık, şaraplık üzüm yetiştiren bir çok ülkede önem kazanmaya başlamıştır (Köse ve Odabaş, 2005: 97). Organik bağıcılıkta ilk faaliyetler 1970'li yılların sonlarında başlamıştır. Almanya'da 1970'li yıllarda organik tarımın temel prensiplerinin bağıcılığa uygulanması konusunda ilk öncüler büyük çaba harcamışlar ve Almanya'da Stiftung Ekoloji ve Tarım Vakfı, 1977'de Almanya, Fransa ve İsviçre'den organik şarap üreticilerinin ilk toplantısını düzenlemiştir. Ekolojik üzüm ve şarap üretimine ilişkin standartlar, 1983-1985 yılları arasında bölgesel organik üretici grupları tarafından yayınlanmıştır (Willer ve Zanoli, 2000: 23).

Dünyada yaklaşık 40 ülkenin organik şaraplık üzüm yatırım alanı bulunmaktadır ve bunların yüzde 80'i de Avrupa'dadır. Avrupa pazarı yıllarca şarap fazlası sorunuyla yaşamış bu nedenle pazarlama stratejileri davranış değişikliklerini gerektirmiştir. Bunların arasında üretimin niteliği ve tüketici talebindeki değişikliklere dikkat edilmesi de yeni yaşam tarzlarıyla bağlantılı olmuştur. Bu açıdan konvansiyonel üretimin organik üretime dönüştürülmesi pazar ve dolayısıyla gelir açısından kazandıran hamlelerden biridir (Varia vd., 2021: 3)

Dünyada organik tarım üretimi 2019 verilerine göre Türkiye dünya toplam tarımsal alan içinde 18.sırada yer almaktadır. Ülkemiz dünyada organik tarım üretici sıralamasında ise 7.'dir. Türkiye AB, Asya ve dünya ortalamasının altında gübre ve zirai ilaç kullanmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021: 88-89).

Tablo 2.1. Organik Bitkisel Üretim Miktarları

	Ürün Sayısı	Çiftçi Sayısı		Alan(Doğal toplama alanları dahil)		Üretim	
	Adet	Adet	Değişim (%)	Hektar	Değişim(%)	Ton	Değişim(%)
2002	150	12.428	-	89.827	-	310.125	-
2003	179	14.798	19,1	113.621	26,5	323.981	4,5
2004	174	12.751	-13,8	209.573	84,4	377.616	16,6
2005	205	14.401	12,9	203.811	-2,7	421.934	11,7
2006	203	14.256	-1,0	192.789	-5,4	458.095	8,6
2007	201	16.276	14,2	174.283	-9,6	568.128	24,0
2008	247	14.926	-8,3	166.883	-4,2	530.224	-6,7
2009	212	35.565	138,3	501.641	200,6	983.715	85,5
2010	216	42.097	18,4	510.033	1,7	1.343.737	36,6
2011	225	42.460	0,9	614.618	20,5	1.659.543	23,5
2012	204	54.635	28,7	702.909	14,4	1.750.127	5,5
2013	213	60.797	11,3	769.014	9,4	1.620.466	-7,4
2014	208	71.472	17,6	842.216	9,5	1.642.235	1,3
2015	197	69.967	-2,1	515.268	-38,8	1.829.291	11,4
2016	238	67.878	-3,0	523.777	1,7	2.473.600	35,2
2017	214	75.067	10,6	543.033	3,7	2.406.606	-2,7
2018	213	79.563	6,0	626.885	15,4	2.371.612	-1,5
2019	213	74.545	-6,3	545.870	-12,9	2.030.466	-14,4
2020	235	52.590	-29,5	382.665	-29,9	1.631.943	-19,6

Kaynak : (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2021: 89)

Organik şarap üretiminde organik olarak üretilen üzümler kullanılmaktadır. Burada kalitesi yüksek, iyi tadı olan ve hazmedilir bir şarap üretmek amaçlanmaktadır. Şarap üretimi için kullanılacak organik üzümler için aşağıdaki düzenlemeler yapılmaktadır (Köse ve Odabaş, 2005: 102):

- Sadece köpüklü şaraplara kükürt dioksit uygulanmaktadır
- Organik üretim yapılırken çevre ve sağlık açısından geri dönüşümü, üretimi ve orijini şüpheli olan uygulamalar kullanılmamalıdır
- Kimyasal metodlar yerine fiziksel metodlar tercih edilmelidir.
- Artık maddelerin ve kullanılmış suların çevreye yük getirmemesi için yeterli miktardaki uygulamalar tercih edilmelidir.

- Sadece geri dönüşüm şişeleri kullanılmalıdır.
- Şişe kapağı kullanımı israftan kaçınmak için tavsiye edilmez.

Şarap kalitesini etkileyen faktörlerden en önemlisi üzüm kalitesidir. Kaliteli üzüm yetiştirmek için de iklim ve toprak yapısının üzümün yetişmesi için uygun olmasına bağlıdır (Bozoğlu, 2006: 10). Türkiye ılıman iklim özelliklerine sahip bir ülkedir. Üzüm de ılıman iklimde uzun sürede olgunlaştığı zaman aromatik madde içeriği kaliteli şarap elde edilmektedir (Çayboylu, 2020: 5).

Şarap endüstrisinde yan ürünlerin geri kazanılması çok önemlidir. Ekolojik sorunları en aza indirmeye yardımcı olan bir süreçtir. Şarap ürünlerinin işlenmesine yönelik mevcut teknolojiler, yoğun sanayileşme uygulayarak ana ürün ve yan ürünlere benzer önem verilen entegre teknolojilerin uygulanmasını sağlar (Dmitrovic vd., 2022: 4).

3. BÖLÜM

3. METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı ve önemi, araştırmaya konu olan araştırma problemi ifade edilmiş, araştırmada kullanılan araştırma deseni, veri analizinde kullanılan yöntem ele alınmıştır. Daha sonra araştırmada kullanılan veri toplama yöntemleri, örneklem seçimi, araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları, veri toplama teknikleri ve süreci ele alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Şarap turizminin reklamları internet, seyahat acentalarının tanıtımları, görsel medya gibi mecralarda yapılmaktadır. Bu nedenle şarap turizmi son yıllarda ilgi görmeye başlamıştır. Dünya turizm aktiviteleri içinde şarap turizminin payı her geçen gün artmakta ve şarap üreten ve turizminde ileride olan ülkelerin ekonomilerine büyük katkı sağlamaktadır. Ülkemiz de üzüm yetiştiriciliği bakımından Dünya’da önemli bir yere sahiptir. Ülkemizin her bölgesinde üzüm yetiştirilmektedir. Fakat henüz şarap üretimi Eski ve Yeni Dünya ülkelerinde şarap üreten ülkeler yanında ileri seviyelere gelememiştir. Fakat son dönemlerde şarap turizmine artan ilgi ile beraber ülkemizde de butik şarap işletmelerinin sayısı artmaya başlamıştır.

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de de gün geçtikçe ilgi görmeye başlayan, alternatif turizm çeşitleri arasında yer alan şarap turizminin araştırılması gereken konulardan biri olduğunu göstermektedir. Seçilen destinasyon örneğinde şarap turizmini tanıtmayı, bağ rotası hakkında ve şarap turizminin sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesi hakkında bilgilendirmelerde bulunmayı hedeflemektedir.

Dünya’da artan nüfus, kaynakların kullanımının sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda mutlak bir şekilde yapılması gerekliliğini göstermektedir. Sonuç olarak bağıcılık ve şarap üretiminde çevreye daha az zarar ile üretim yapma yolları, sosyal ve ekonomik yönden fayda getirecek unsurlar da bu çalışmada ele alınmıştır.

Ülkemizde Trakya Bağ Rotası’nın yanında pek çok bağ rotası da oluşturulmaya başlanmıştır. Urla Bağ Yolu Rotası bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışma

şarap turizmi, bağ yolu ve sürdürülebilirlik kavramlarının değerlendirildiği bir çalışma olacaktır. Bu çalışmada Türkiye’de şarap turizminin tanıtılması, bölgeye sağlayacağı kalkınma, şarapçılık kültürünün gelişmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması konusunda yol gösterici bilgiler sunması hedeflenmektedir.

3.2. Araştırma Soruları

Bu çalışmanın temel araştırma sorusu “Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğinin ve Urla Bağ Yolu Rotası’nın ziyaretçiler tarafından nasıl değerlendirildiği” olarak belirlenmiştir. Bir bilimsel araştırmada araştırma probleminin saptanması her tür araştırmanın kaynağını oluşturur. Problemin belirlenmesinde üç kaynak önemlidir: alanla ilgili kuram ve araştırma alan yazını, araştırmacının bireysel ve mesleğe yönelik deneyimleri ve ilgili konu ile ilgili karşılaşılan toplumsal sorunlardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 93).

Bu temel soru doğrultusunda araştırılacak diğer alt araştırma soruları da aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

- Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörler ziyaretçiler tarafından nasıl ifade edilmiştir?
- Urla şarap turizmini etkileyen faktörler ziyaretçiler tarafından nasıl ifade edilmiştir?

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Urla jeopolitik konumu nedeni ile dağınık yerleşime sahip köyleri vardır. Köyler ya kıyı şeridinde ya da iç taraflarda kurulmuştur. Şarap turizminin Urla’daki gelişimini, şarap üretiminin şu andaki konumunu ve geleceğini araştıran bu çalışmada sınırlılıklardan ilki çalışmanın kapsamı ile ilgilidir. Türkiye’de sadece Urla Bağ Yolu Rotası incelenmiştir. Diğerleri ise örneklem seçimidir. Örneklem grubu Tripadvisor sitesindeki yorumlardan elde edilmiş ve Urla Bağ Yolu’ndaki bağ evi işletme sahipleri ile görüşülmüştür. Bu çalışma sadece Urla Bağ Yolu Rotasını detaylı incelemiştir. Türkiye’de yer alan diğer şarap rotaları ile ilgili değerlendirme yapılmamıştır.

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında sosyal bilimlerin temel metodolijisi olan nitel araştırma yöntem ve teknikleri esas alınmıştır. 'Nitel araştırma', 1960'larda, o zamanlar baskın olan nicel araştırma biçimlerinden sapmaları tanımlamak için yaygın olarak sosyal psikolojide deneysel çalışmalar ve bazı uygulamalı alanlar; sosyoloji, siyaset bilimi ve diğer alanlarda anket araştırması; resmi istatistiklerin, özellikle de nüfus bilimi, ekonomi ve sağlık araştırmalarının kullanımı; medya materyalinin içerik analizi; ve özellikle eğitim ve kriminolojide yapılandırılmış gözlem olarak kullanılmaya başlanmıştır (Hammersley, 2013: 10). Nitel araştırma, sosyal olgulara ilişkin açıklamaların geliştirilmesiyle ilgilidir. Yani içinde yaşadığımız sosyal dünyayı ve her şeyin neden böyle olduğunu anlamamıza yardımcı olmayı amaçlamaktadır (Hancock vd., 2009: 7). Niteliksel yöntemler aynı zamanda sosyal normlar, sosyoekonomik durum, cinsiyet rolleri, etnik köken ve din gibi araştırma konusundaki rolü hemen belli olmayabilen soyut faktörlerin belirlenmesinde de etkilidir (Mack vd., 2005: 2). Nitel kelimesi, titizlikle incelenen ancak nicelik, miktar veya sıklık açısından ölçülmeyen süreçlere ve anlamlara yapılan vurguyu ifade eder. Niteliksel yöntemler genellikle çok daha az sayıda kişi ve vaka hakkında zengin ve ayrıntılı veriler üretir. Nitel veriler, durumların, olayların, etkileşimlerin ve gözlemlenen davranışların doğrudan alıntılanması ve dikkatli bir şekilde tanımlanması yoluyla derinlik ve ayrıntı sağlar (Labuschagne, 2009: 100). Niteliksel araştırma, ister yazılı ister sözlü olsun, verileri olarak genellikle dili kullanır; ancak fotoğraflar, videolar veya diğer davranışsal kayıt türlerini de kullanabilir (Haven ve Grootel, 2019: 232). Nitel araştırma yönteminde incelenen konu araştırmayı yapan tarafından incelendiği konunun ek sorular yardımı ile gerçeklerin bulunmasını hedeflemektedir (Karataş, 2015: 63). Nitel araştırmacılar kolaylıkla gözlemlenebilir bir süreç olmayan olguların ve yaşanan deneyimlerin anlamı ile ilgilenirler; olayların meydana geldiği ve anlam taşıdığı sosyal bağlama dikkat çekilir ve sosyal dünyanın, içinde yer alan katılımcıların bakış açısından anlaşılmasına vurgu yapılır (Labuschagne, 2003: 103).

Araştırmanın katılımcıların olumlu ve olumsuz duygu ve düşüncelerinin kendiliğinden ve istemli olarak web sayfasına aktarmış olması Tripadvisor'a betimlenen görüşlerin bu araştırmanın verileri olarak kullanılmasına karar verilmiştir. Çünkü araştırmanın konusu ve problemi nedeni ile katılımcılara anket yolu ile ya da yüz yüze

görüşme yolu ile ulaşmayı olanaklı kılmamıştır. Araştırmanın bağ evi müşterileri olması gerçeğinden hareket edildiğinde bu müşterilere anında ya da sonrasında ulaşılması mümkün değildir. Bu araştırmada aynı zamanda Urla Bağ Yolu'ndaki bağ evi işletme sahipleri ile de görüşülmüştür. Bu nedenle araştırma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışmasına göre yapılandırılmıştır.

3.4.1. Durum Çalışması (Case Study)

Araştırmanın verileri, nitel araştırma desenlerinden durum çalışması yoluyla elde edilmiştir. Nitel araştırmacı elde ettiği değişkenler arasında keşfedilen ilişkinin göreliliğini, bu ilişkilerin araştırmanın yapıldığı zaman ve mekan sınırları içinde keşfedildiğini, değişik bir zaman ve durum altında aynı ilişkilerin keşfedilmesinin beklenmemesi gerektiğinin bilincindedir. Bu nedenle nitel araştırmalarda genelleme yapmanın en büyük engeli durum ve zamana göre göreliliktir. Bu gerçeklerden yola çıkarak nitel araştırmalarda büyük ölçüde durum çalışmasına önem verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 60). Veri toplama süreci standart olmadığı için durum çalışmalarında araştırmacının rolü önemlidir. Araştırmacı esnek ve sorduğu sorular iyi olmalıdır. Bunu yanında cevapları yorumlarken kendi düşüncelerini katmamalıdır (Subaşı ve Okumuş, 2017: 423).

3.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma sürecinde, üretici ve tüketiciler olmak üzere iki ayrı örneklem grubu kullanılmıştır. Araştırmanın katılımcıları, amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme tekniği ile belirlenmiştir. Maksimum çeşitlilik örneği, araştırmacıların, incelenen olgunun geniş varyasyonlarını temsil edecek geniş bir veri yelpazesine veya katılımcılara eriştiği bir örnektir (Tracy,2013: 135). Bu örnekleme çeşidinin kullanılma nedeni göreliliği olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 117). Bu çalışmada hemen hemen olumlu ve olumsuz yorumlarda bulunan, her meslekten ve cinsiyetten katılımcıyı/müşterilerinin görüşleri analiz edildiği için bu örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Teknolojinin gelişimi internet ve mobil iletişimini kişilerin birbirleriyle olan iletişimini arttırmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte internetin ve mobil iletişim araçlarının da gelişmesi kişiler arası iletişim sağlamasını kolaylaştırmıştır. İletişimin daha kolay hale gelmesi sosyal ağların da gelişimini hızlandırmış veri tabanlı platformlar kurulmuştur (Arkadaş ve Ayyıldız, 2020: 2640). Turizm sektörü de bu imkanlardan olumlu yönlerden faydalanmaktadır. Yeni yerler, kültürler, doğa güzellikleri, farklı, değişik alternatif turizm meraklısı pek çok gezgin internetin bu olanaklarını kullanmaktadırlar.

Araştırmanın evrenini www.tripadvisor.com web sitesindeki Urla Bağ Yolu'nda bulunan şarap işletmeleri hakkındaki yorumlar oluşturmaktadır. Araştırma için kullanılan veriler Tripadvisor web sitesinden e- yorumlar incelenerek elde edilmiştir. Veri kaynağı olarak Tripadvisor sitesinin kullanılmasının nedeni çok fazla kullanıcısının olması ve turistlerin gezi deneyimlerinin yorumlarının yer almasıdır. Tripadvisor dünyanın her yerindeki turistin seyahatlerini planlamaları için her ay 463 milyon gezgine yardımcı olan önemli bir platformdur. Gezinler bu site ve uygulamasını kullanarak 8,6 milyon konaklama yeri, restoran, deneyim, hava yolu şirketi ve gemi seyahati hakkında 859 milyonu aşkın yoruma ulaşabilmektedirler. Tripadvisor, 49 pazarda ve 28 dilde hizmet vermektedir (tripadvisor.mediaroom.com,2023). Katılımcılar bu sitelere kendi istekleri ile yorum ve görüşlerini belirtmektedirler. Araştırmada Tripadvisor sitesinde yer alan sadece Türkçe dilinde yazılmış olan 300 tane yorum incelenmiştir. Aynı zamanda da Urla Bağ Yolu'ndaki 4 tane bağ evi şarap işletmecileri ile de görüşülmüştür.

3.6. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Teknikleri

Durum çalışmasında gözlem, görüşme, doküman analizi gibi teknikler kullanılabilir (Karahana vd., 2022: 84). Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak doküman analizi ve görüşme tekniğinden yararlanılmıştır.

Doküman analizi için kullanılacak belgeler çeşitli biçimlerde olabilir. Bunlar; reklamlar, gündemler, katılım kayıtları ve toplantı tutanakları; kılavuzlar; arka plan belgeleri; kitaplar ve broşürler; günlükler ve dergiler; etkinlik programları; mektuplar ve notlar; haritalar ve çizelgeler; gazeteler; basın yayınları; program önerileri, başvuru formları ve özetleri; radyo ve televizyon program komut dosyaları; organizasyonel veya kurumsal raporlar; anket verisi; ve çeşitli kamu kayıtlarıdır (Bowen, 2009: 27-28).

Görüşme tekniğini uygulayacak olan araştırmacının araştıracağı konu ile ilgili hazırladığı soruların klavuzluğunda veya konuşmanın akışına göre o anda amacına uygun soruları sorarak görüştüğü kişinin duygu ve düşüncesini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir (Türnüklü, 2000: 544).

Araştırma için kullanılan veriler Tripadvisor web sitesindeki kullanıcı yorumlarından ve Urla Bağ Yolu'nda yer alan bağ evi işletmecileri ile yapılan görüşmelerden elde edilmiştir. Nitel araştırma desenine sahip olan bu çalışmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır.

3.7. Veri Toplama Süreci

Veri toplama yönteminde önce; 25.06.2023 – 25.08.2023 tarihleri arasında Tripadvisor sitesinde yer alan Urla Bağ Yolu başlıklı bölümde yer alan yorumlar, incelenmiş ve betimsel analiz yöntemi ile gruplandırılmıştır. Betimsel analiz nitel veri analizi çeşididir ve araştırmacının tasarımının kapsamında toplanmış olan verilerin özetlenmesi ve yorumlanmasını kapsar. Betimsel analiz ile yapılan çalışmalarda araştırmacı gözlemlediği veya görüşme yaptığı kişilerin söylemlerini daha iyi yansıtabilmek amacı ile doğrudan alıntılama yapabilir (Aydın, 2018: 4). Elde edilen verilerin öncelikle sistematik ve açık bir şekilde betimlenmesi gerekir ve sonrasında betimlenen bu veriler açıklanır ve yorumları yapılır. Neden-sonuç ilişkileri irdelendikten sonra bazı sonuçlara varılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:256).

Veri toplama yöntemi olarak daha sonra Urla Bağ Yolu'ndaki bağ evi işletme sahipleri ile görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler 01.06.2024 ve 25.07.2024 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. 5 işletme ile görüşülmüş, 4 tanesi görüşme sorularını cevaplandırmıştır. Görüşmelerde açık uçlu yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme soruları toplam 4 sorudan oluşmaktadır. Katılımcıların 1 tanesi ile yüz yüze, 2 tanesi mail ortamında, 1 tanesi de whatsapp uygulaması üzerinden soruları cevaplamışlardır. Araştırmada görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından yürütülmüştür. Görüşmeler Urla Bağ Yolu'nun sürdürülebilir şarap turizmi yönetiminin değerlendirilmesi amacı ile yapılmıştır. Görüşme sırasında aşağıda yer alan sorular sorulmuştur:

1-) Bir işletmeci olarak mekanınız hakkındaki düşünceleriniz nasıldır?

- İşletmenizde konaklama imkanı sunuyor musunuz? Konaklama talebi çok olduğunda arttırmayı düşünür müsünüz?

- 18 yaşından küçük çocukların mekana alınamaması nedeni ile mekanınızda sadece çocuklara yönelik etkinlik düzenlemeyi düşünür müsünüz?

2-) İşletmenizi insan kaynakları açısından değerlendirdiğinizde;

- Şarap konusunda özel eğitim almış eğitimli personel çalıştırıyor musunuz?
- Şarap servisi konusunda ve şarap tadımı konusunda eğitim almış personeliniz var mı?

- Şarap üretiminde çalışan elemanlarınız eğitimli mi?

- Çalışanlarınıza servislerin aksaması konusunda şikayet geldiğinde ne yapıyorsunuz?

3-) Urla'da üretilen şarapların markalaşması için ne gibi faaliyetler yürütüyorsunuz?

- Sosyal medyayı kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz.

- Kaliteli Urla şarabının marka olarak tanıtılmasında paydaşların rolü nedir? Birlikte hareket ediyor musunuz?

4-) Ulusal ve Uluslararası şarap festivali düzenlemesini destekler misiniz ?

3.8. Araştırmada Kullanılan Analiz Teknikleri

Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi, metinlerden (veya diğer anlamlı konulardan) bunların kullanıldığı bağlamlara ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapmaya yönelik bir araştırma tekniğidir. Bir teknik olarak içerik analizi özel prosedürler içerir. Öğrenilebilir ve araştırmacının kişisel otoritesinden ayrılabilir. Bir araştırma tekniği olarak içerik analizi yeni anlayışlar sağlar, araştırmacının belirli olgulara ilişkin anlayışını artırır veya pratik eylemlere bilgi verir. İçerik analizi bilimsel bir araçtır (Krippendorff, 2004: 18).

İçerik analizi tekniği özellikle sosyal bilimler alanında insan davranışları ve doğasını belirlemede dolaylı yollarla çalışmaya olanak tanıyan önemli tekniklerden biridir. Araştırmacılar içerik analizini çalıştıkları konu ile ilgili metin ya da metinlerden oluşan bir kümedeki belli kelime ve kavramları belirlemek için kullanırlar. Bu kelime ve kavramların varlığı, anlamları ve ilişkilerini belirledikten sonra analiz ederek bu metinlerin içerdiği mesajlara ilişkin çıkarım yaparlar (Coşkun-İlgar ve İlgar, 2014: 38). Nitel ve nicel içerik analizinin her ikisinin de beş temel adımı vardır. İlk aşamada analiz edilecek içerik belirlenir ve analizi yapılacak metinler araştırma sorusuna göre seçilir. Analiz birimlerinin belirlenmesi ve kategorilerin tanımlanması ikinci aşama ve kodlamanın yapılması için bir dizi kural geliştirme üçüncü aşamadır. Araştırma soruları ya da hipotezler doğrultusunda değişkenler belirlenir. Belirlenen değişkenler ile metinler kurallar doğrultusunda kodlanması dördüncü aşamadır. Beşinci aşamada ise metinler analiz edilir, sonuçlar çıkarılır veya yorumlanır (Sallan Gül ve Kahya Nizam, 2021: 183).

Araştırmada Urla Bağ Yolu'ndaki 4 bağ evi işletme sahipleri ile görüşmeler yapılmıştır. Bunun yanında araştırmada Tripadvisor web sitesinden alınan yorumlar değerlendirilerek temalara ayrılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda alıntılar belirlenmiştir. Ziyaretçilerin yorumları koda dönüştürülmüş ve açık kodlama yapılmıştır. Sadece Türkçe dilinde yazılmış olan yorumlar dikkate alınmış ve toplam 300 tane yorum incelenmiştir. Tripadvisor sitesinden alınan yorumlar kategorize edilip bu veriler formlara aktarılmıştır. Katılımcılar K1, K2, K3,..... Biçiminde kodlanmıştır. Bu bilgiler daha sonra MAXQDA 2020 programına aktarılmış ve analiz edilmiştir. MAXQDA nitel araştırma yapmak için kullanılacak testlerin değerlendirilmesi ve yorumlanması için kullanılan bilgisayar yazılım programı ve aynı zamanda teorilerin geliştirilmesinde ve kuramsal sonuçların test edilmesinde kullanılan bir programdır (Coşkun-İlgar ve İlgar, 2014: 62). Ayrıca Urla Bağ Yolu'ndaki işletme sahipleri ile de görüşülmüş ve İŞLS1, İŞLS2, olarak kodlanmıştır. Araştırmanın bulgular bölümünde bu veriler alıntılar yapılarak raporlaştırılmıştır. Son aşamada ise bulgular yorumlanmıştır.

3.9. Araştırmanın Güvenilirliği ve Geçerliliği

Nitel araştırmalar sıklıkla nicel araştırmalara uygun kriterlere göre değerlendirilir ve eksik bulunur. Nitel araştırmacılar, niceliksel ve niteliksel geleneklerin doğası ve amacı farklı olduğundan, aynı değerlilik veya liyakat kriterlerini uygulamanın hatalı olduğunu ileri

sürmektedir (Krefting, 1991: 214). Bu nedenle nitel araştırmalardaki güvenilirlik ve geçerlik nicel araştırmalara göre farklı ele alınmaktadır (Yıldırım ve şimşek, 2021: 281).

Nitel verilerin geçerliliği ve güvenilirliği büyük ölçüde değerlendiricinin metodolojik becerisine, duyarlılığına ve eğitimine bağlıdır. Sistematik ve titiz gözlem, sadece orada bulunmaktan ve etrafa bakmaktan çok daha fazlasını içerir. Yetenekli bir görüşme sadece soru sormaktan çok daha fazlasını içerir (Labuschagne, 2003: 101).

Sosyal bilimlerde bilimsel çalışmaların güvenilirliğin sağlanması önemlidir ve gerekli ilk şarttır. Güvenirlik araştırma sonuçlarının tekrar edilebilirliği ile ilgilidir (Karataş, 2015: 77-78). Araştırmacı elde ettiği verilerin güvenilir olmasını sağlamak için verilerin toplama aşamasında kendisi de dahil olmalıdır ve notlarını tutmalıdır (Kozak, 2018: 124). Aynı zamanda nitel araştırmalar için güvenilirlik kriteri, benzer veya farklı insan bağlamlarında incelenen modeller, temalar, dünya görüşleri ve diğer fenomenler gibi yinelenen doğru ve tutarlı veya tutarsız özelliklerin tanımlanmasına ve belgelenmesine odaklanır (Labuschagne, 2003: 103).

Geçerlik için araştırmacının araştırdığı konu üzerinde olabildiğince yansız davranmalı, topladığı verileri ayrıntılı bir şekilde raporlamalı ve sonuçlara nasıl ulaşıldığının açıklanması geçerlik için önemli ölçütler arasındadır (Yıldırım ve şimşek, 2013:291-292). Aynı zamanda bir araştırmanın geçerliğini sağlamada araştırmanın amacı ve konusu doğrultusunda kullanılacak veri toplama aracı ve uygunluğu, araştırmacının objektifliği geçerlilik için önemli olduğu söylenebilir (Arslan, 2022:  398).

Nitel araştırmalarda geçerliği (doğruluğu) sağlama yöntemlerinden biri de i  ve dış geçerlik stratejilerinin kullanılmasıdır. Miles ve Hubermanın bir araştırmada i  geçerlik için bazı soruların sorulması gerekliliğine yer vermiştir. Nitel araştırmalarda geçerliği sağlayabilmek için araştırmacının bu sorulara yeterli bir şekilde yanıt vermesi ve araştırma süresince buna yönelik önlemleri alması gerekmektedir (Miles ve Hubermann, 1994'den aktaran Yıldırım ve şimşek, 2013: 291-292).

3.9.1. İç ve Dış Geçerlik:

Araştırmanın dış geçerliği: Araştırma sonuçları benzer ortamlar ve durumlar için genellenebiliyorsa araştırma için dış geçerliğinin olduğu söylenebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 292). Bu araştırma için geçerliğin sağlanmasında araştırma modeli, çalışılan grup, bilginin toplanması ve verilerin analiz edilme süreci ayrıntılı olarak raporlanmıştır.

Araştırmanın iç geçerliği: Araştırmacı veri toplama sürecinde ve verilerin analizi, yorumlanması sürecinde tutarlı olması ve bu tutarlılığı nasıl sağladığını açıklayabilmelidir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 283). Araştırmacı tarafından belirlenen temalar, başka bir alan uzmanı tarafından kontrol edilmiş ve onayı alınarak iç geçerlik sağlanmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda geçerliğin önemli ölçütleri arasında araştırma sürecinin açıklanması önemli ölçütlerden birisidir. Araştırmada iç geçerliğin sağlanmasında sonuca ulaşırken izlenen süreç ayrıntılı bir şekilde yazılmıştır. Araştırma bulguları da iç geçerliği sağlayan önemli değişkenlerden olup elde edilen veriler doğrultusundadır. Araştırmada elde edilen bulguların kavramsal çerçeve ile tutarlı olmasına, sonuç ve öneriler bölümünün de araştırma verileri ile tutarlı olmasına özen gösterilmiştir.

3.9.2. İç ve Dış Güvenilirlik

Güvenilirlik bir araştırmanın inandırıcılığı açısından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 284).

Araştırmanın iç güvenilirliği: Araştırmacı güvenilirliği sağlamak için yorumları iki kez incelemiş ve ayrı ayrı tekrarlayarak kodlamış, ortaya çıkabilecek hata ve eksiklikleri gidermeye çalışmıştır. Elde edilen bulgulara yorum katılmadan ifade edilmeye çalışılmıştır. Bunun yanında başka bir alan uzmanı da verileri kodlamıştır.

Araştırmanın dış güvenilirliği: Araştırmanın sürecinin ayrıntılı olarak anlatılması araştırmadan elde edilen sonuçların benzer ortamlarda da elde edilebilir olmasını sağlamak için yapılmıştır.

4. BÖLÜM

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırmada saptanan bulgulara yer verilmiştir. Nitel araştırmalarda veri analizi yapabilmek için öncelikle verilerin hazırlanması, kodlanmasının yapılması , elde edilen kodların temalar ile ifade edilmesine, en son aşamada ise elde edilen verilerin şekillerle, tablolarla veya bir tartışma şeklinde sunulmasını gerektirmektedir (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020: 170). Araştırma kapsamında Tripadvisor Sitesinde yer alan Urla Bağ Yolundaki şarap üretimi ve satışı yapan işletmeler ile ilgili yapılan 300 tane yorum incelenmiştir. Betimsel analiz ile belirlenen temalar, bu araştırmadaki alt problemler de göz önüne alınarak üst ve alt temalar ile birlikte aktarılmıştır. Öncelikle kodlama tablosu oluşturulmuş, kodlama süreci sonucunda 5 tane üst tema ve alt temalar belirlenmiştir. Kodlamalar sonucu elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Aynı zamanda görüşmecilerin verdiği cevaplar doğrultusunda veriler değerlendirilmiştir.

4.1. Katılımcıların İfadelerinin Boyut ve Temalara Göre Dağılımı

Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından değerlendirilmesi: Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Elde edilen üst temalar, şarap turizmi unsurları, sürdürülebilirlik unsurları, kalite unsurları, ekonomik unsurlar ve rekabet etme unsurları olarak elde edilmiştir. Sözü edilen üst temaların her birine ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir. Elde edilen üst temalar, tema ve alt temalar Tablo 4.1. de ifade edilmiştir.

Tablo 4.1. Araştırmanın Verilerinden Elde Edilen Temalar

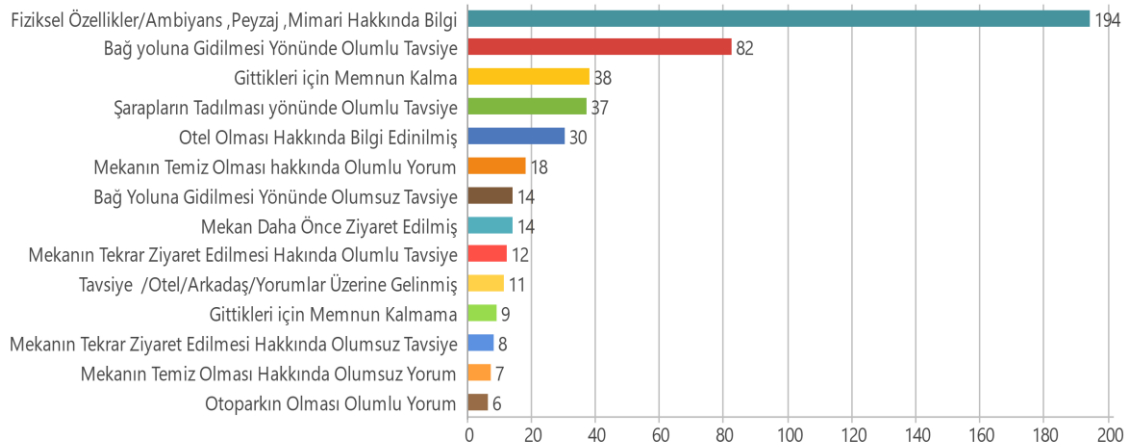
Alt Problemler	Üst Tema	Tema	Alt Tema
1. Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından ifadesi	Sürdürülebilirlik Unsurları	Otopark Olması Mekanın Temiz Olması Gittikleri İçin Memnun Kalma Gittikleri için Memnun Kalmama Otel Olması Tavsiye Üzerine Gelinmiş/Otel/Arkadaş/Yorumlar Mekan daha önce ziyaret edilmiş Fiziksel Özellikler/Ambiyans,Peyzaj,... Şarapların Tadılması Yönünde Tavsiye Bağ Yoluna Gidilmesi Yönünde Tavsiye Tekrar Ziyaret Etme	Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz — — — — — — Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz
	Ekonomik Unsurlar	Şarap Satın Alınması Şarap Fiyatları Şarap Satın Alınması Yönünde Tavsiye	1)Normal 2)Pahalı
	Rekabet Unsurları	Yönetim Politikası İşletmenin Verdiği Hizmet 18 yaşından küçük çocukların tadım odasına alınmaması, yorum yapanların gidecek kişileri uyarması Çalışanın/Personelin Verdiği Hizmet Memnun Kalma Bilgilendirme Servis/Yavaş, Kötü, Vasat Davranış-Tutum/Güler Yüzlü, İlgili Eğitim Durumu- Mesleki Bilgi/Deneyim	Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz
Alt Problemler	Üst Tema	Tema	Alt Tema
2. Urla şarap turizmini etkileyen faktörler ziyaretçiler tarafından ifadesi	Kalite Unsurları Şarap Turizmi Unsurları	Restoran hizmeti/Yemek Hizmeti Yemek Çeşitleri/Menüsü Sosis Tabağı Pizza Peynir Tabağı Şarabın Sunumu/Tadımı Yapılmış Şarabın Kalitesi Şarabın Lezzeti Şarap Çeşitliliği Mekanın Gezilmesi/Bağ ve Mesken Bağ Rotasındaki Şarap Üreticileri Konum/Yol Büyüklik/Heybetli, Küçük Mekan Cazibesi	Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz Olumlu Olumsuz
Toplam 2 Adet	5 Adet	37 adet	28 Adet

4.1.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörler ziyaretçiler tarafından nasıl nitelendirilmiştir?

4.1.1.1. Sürdürülebilirlik Unsurları (Üst Tema)

Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından değerlendirilmesi: Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Üst tema olarak belirlenen sürdürülebilirlik unsurları *otopark olması ,mekanın temiz olması , gittikleri için memnun kalma, gittikleri için memnun kalmama, otel olması hakkında bilgi edinilmesi, tavsiye üzerine gelinmiş/otel/arkadaş/yorumlar, mekan daha önce ziyaret edilmiş olması, fiziksel özellikler/ambiyans, peyzaj,..., şarapların tadılması yönünde tavsiye, bağ yoluna gidilmesi yönünde tavsiye, tekrar ziyaret etme temaları* olarak elde edilmiştir. Bu temalardan otopark olması , mekanın temiz olması bağ yoluna gidilmesi yönünde tavsiye ve tekrar ziyaret etme alt temaları da olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Sözü edilen üst temaya ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir.



Şekil 4.1. Sürdürülebilirlik Unsurları Kod Frekansları

4.1.1.1.1. Şarapların Tadılması Yönünde Olumlu Tavsiye

Şarapların tadılması yönünde yapılan yorumlarda 37 kişi bağ evlerine yapılan ziyaret sırasında şarapların tadılması yönünde olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Katılımcılardan seçilen ifadeler aşağıda belirtilmiştir.

K61: *Şarap tadımına mutlaka katılmak gerek*

K75: *Şarap tadımı ve şaraplar konusunda (üretim dahil) bilgi almak için mutlaka uğrayın.*

K89: *Mutlaka tadıma gidilip şarap yapılışı hakkında bilgi alınmalı, hatta belki bir kadeh bahçedeki üzün bağlarında yudumlanmalı.*

K155: *Özgün tatları beğenenler için mutlaka denemeleri gereken şaraplar.*

4.1.1.1.2. Fiziksel Özellikler/Ambiyans, Peyzaj,... Hakkında Bilgi

Bağ evlerine giden ziyaretçilerden 194 kişi mekanın fiziksel özellikleri, ambiyans ve peyzajı gibi özellikleri hakkında bilgi vermişlerdir.

K21: *Görüntü ve ambiyans olarak oldukça etkileyici bir işletme.*

K39: *Böylesi Güzel özel bir mekan bağ tesis beklemiyordum muhteşem ötesi büyüleyici...*

K138: *Üzüm bağlarının arasında harika bir tesis.*

K164: *Güzel bir yer hoş atmosferi var.*

4.1.1.1.3. Mekanın Temiz Olması Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenlerden mekanın temiz olması ile ilgili 18 kişi olumlu ,7 kişi ise olumsuz yorum yapmışlardır. Olumlu Yorumlar:

K69: *Yer çok güzel, işletme ve civarı pırıl pırıl.*

K90: *Her yer çok düzenli ve temiz.*

Olumsuz Yorumlar ise:

K244: *Mekan çok bakımsız, özensiz.*

K216: *Biraz daha tertipli düzenli bir peyzaj olmalı öyle toz, otlar, çalılar ve çırpılar olmamış*

4.1.1.1.4. Otopark Olması Hakkında Olumlu Yorum

Bağ evlerine gidenlerden otoparkın olması hakkında 6 kişi yorum yapmıştır.

K45: *Otopark mevcut.*

K63: *Araba park yerleri ağaçların arasında gölgede kalıyor.*

K104: *Araç park yeri olması ve manzarası önemli bir özellik.*

4.1.1.1.5. Mekanın Tekrar Ziyaret Edilmesi Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenlerden 12 kişi mekanın tekrar ziyaret edilmesi hakkında olumlu , 8 kişi ise olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır.

Olumlu yorumlar :

K2 : *Tekrar gidilecek listesine eklendi*

K286: *Bir yaz akşamı güneş batarken mutlaka bir daha gideceğim.*

Olumsuz yorumlar ise:

K194: *Tekrar gitmem.*

K227: *Bir daha gider miyim Hayır.*

4.1.1.1.6. Bağ Yoluna Gidilmesi Yönünde Olumlu ve Olumsuz Tavsiye

Bağ evlerine gidenlerden 82 kişi bağ yolunun görülmesi gerektiği konusunda olumlu, 14 kişi ise olumsuz görüş bildirmiştir.

Olumlu yorumlar:

K33: *Urla Bağ Yolu, şarap severler tarafından mutlaka gezilmeli!*

K72: *Yolu Urlaya düşenlere tavsiyem hafta sonu bu bölgeye zaman ayırmanızdır.*

Olumsuz Yorumlar:

K15: *Yolunuzun üstü değilse eğer tavsiye etmem.*

K215: *Kesinlikle tavsiye etmiyorum.*

4.1.1.1.7. Mekan Daha Önce Ziyaret Edilmiş

Bağ evlerine giden 14 kişi daha önce bu bölgeyi ziyaret etmiş. Yorumlar ise:

K66: *Senelerdir burayı ziyaret ediyoruz.*

K96: *Şarapları güzel tavsiye ederim Urla'ya her gidişimde muhakkak şarap alıyorum size de tavsiye ederim.*

K102: *Zaten şaraplarını çok sevdiğimiz ve gitmekten keyif aldığımız yer.*

K214: *defalarca gittik gitmeye de devam edeceğiz.*

4.1.1.1.8. Tavsiye /Otel/Arkadaş/Yorumlar Üzerine Gelinmiş

Bağ evlerine gidenlerden 11 kişi bu bölgeyi ziyaretlerinde arkadaş tavsiyesi, kaldıkları otelin tavsiyesi ya da internette yapılmış olan yorumların neticesinde geldiklerini belirtmişlerdir. Yorumlar:

K16: *Kaldığımız otel mutlaka görün diye ısrar etti.*

K65: *Sonunda arkadaşlarımızın da tavsiyesiyle yerinde ziyaret etmeye karar verdik.*

K259: *Olumlu yorumlara dayanarak şarap içmeye ve bir şeyler yemeğe gittik.*

K264: *Çok methini duyup gittik.*

4.1.1.1.9. Otel Olması Hakkında Bilgi Edinilmiş

Bağ yelerine gidenlerden 30 kişi gittikleri bağ evinin otelinin olması hakkında bilgi vermiş. Yorumlar:

K34: *Tesis içerisinde 2 odalı bir otel de bulunuyor.*

K37: *Aynı zamanda sadece iki odası olan bir butik otelin de bulunduğu bir yer.*

K91: *Two rooms diye sadece 2 odalı bir oteli var.*

K107: *Son olarak tesis ayrıca Two Rooms Hotel adi altında 2 odalı butik otelcik hizmeti de veriyor.*

4.1.1.1.10. Gittikleri İçin Memnun Kalma

Bağ evlerine gidenlerden 38 kişi gittikleri için memnun kaldıklarını ifade etmişlerdir. Yorumlar:

K36: *Bağları gezip çok iyi bir intiba ile ayrıldık.*

K99: *Keşke daha çok zaman geçirseydik dediğimiz bir yer oldu.*

K109: *Harika bir deneyim.*

K164: *Mutlu ayrıldık. Teşekkürler*

4.1.1.1.11. Gittikleri için Memnun Kalmama

Bağ evlerine gidenlerden 9 kişi gittikleri için memnun kalmadıklarını ifade etmişlerdir. Yorumlar:

K17: *Kötü bir tecrübeydi.*

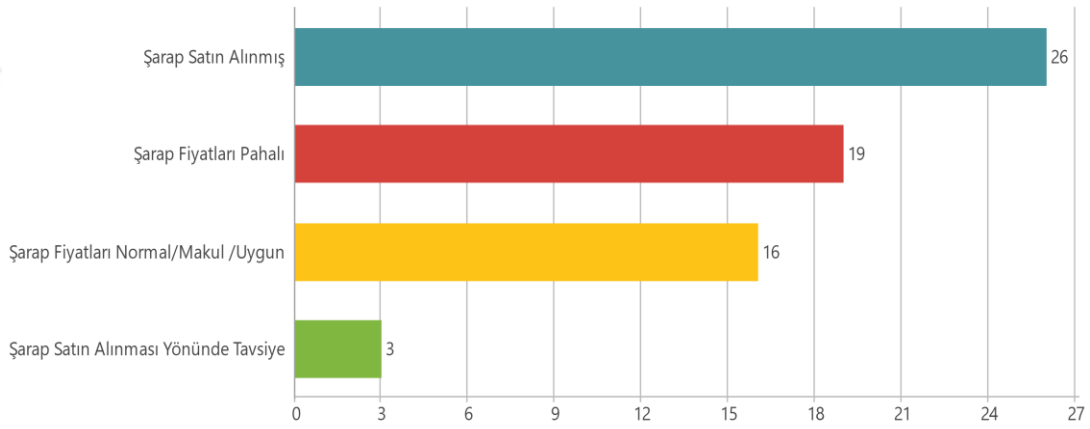
K47: *En kötü şarap tadımı deneyimi.*

K198: *Özellikle gidip görmek istediğimiz bir yerdi ancak bir o kadar pişman olduk.*

K262: *Gerçekten kötü bir deneyimdi.*

4.1.1.2. Ekonomik Unsurlar (Üst Tema)

Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından değerlendirilmesi: Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Üst tema olarak belirlenen ekonomik unsurlara göre *ekonomik unsurlar şarap satın alınması, şarap fiyatları ve şarap alınması yönünde tavsiye* temaları olarak elde edilmiştir. Bu temalardan şarap fiyatları teması olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Sözü edilen üst temaların her birine ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir.



Şekil 4.2. Ekonomik Unsurlar Üst Tema Kod Frekansları

4.1.1.2.1. Şarap Satın Alınmış

Bağ evlerine gide 26 kişi gittikleri bağ evlerinden şarap satın aldıklarını belirtmişlerdir. Yorumlar:

K63: *Hangisini alacağımızı şaşırdık ve sonuç birçok alım.*

K87: *Tabiki Kolileri doldurduk.*

K109: *Verdiğimiz siparişlerde 2 gün içerisinde sorunsuz geldi.*

K180: *Hem tadım yapıp hem de şarabımızı aldık.*

4.1.1.2.2. Şarap Fiyatları

4.1.1.2.2.1. Şarap Alınması Yönünde Tavsiye

Bağ evlerine gidenlerden 3 kişi şarap alınması yönünde tavsiyede bulunmuşlardır. Yorumlar:

K96: *Urlaya her gidişimde muhakkak şarap alıyorum size de tavsiye ederim.*

K121: *Güzel bir hediye şarap almak için ideal.*

K136: *Çıkarken eve şarap aldım fiyat olarak kaliteye oranla makul ama her yerde bulamayacağınız lezzetler tavsiye ederim*

4.1.1.2.2.2. Şarap fiyatları Normal/Makul/Uygun

Bağ evlerine gidenlerden 16 kişi buralarda satılan şarapların fiyatlarını normal, makul ve uygun olduğunu belirtmişlerdir. Yorumlar:

K97: *4 adet şarabı ücretsiz tadabiliyorsunuz ve beğendiklerinizi marketlerdekini çok daha uygun fiyatına alabiliyorsunuz.*

K113: *Tadım yapmak ve piyasadan daha uygun fiyata şaraplarından almak mümkün.*

K136: *Eve şarap aldım fiyat olarak kaliteye oranla makul.*

K275: *Şarap satın almak istediğinizde de fiyatlar ortalama.*

4.1.1.2.2.3. Pahalı Şarap Fiyatları

Bağ evlerine gidenlerden 19 kişi şarap fiyatlarının pahalı olduğunu ifade etmişlerdir. Yorumlar:

K8: *Şarapları çok pahalı.*

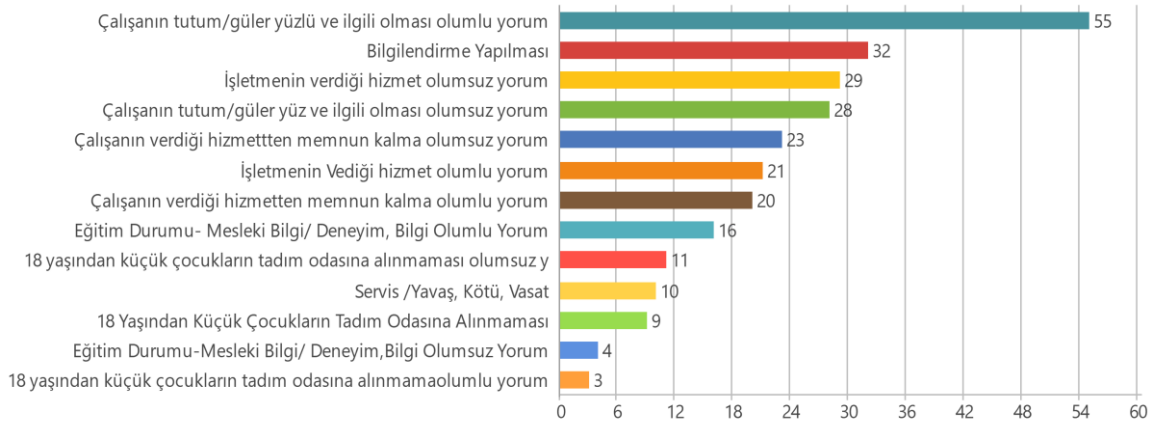
K117: *Şarap fiyatları çok yüksek.*

K265: *En iyisi ama biraz pahalı.*

K267: Fiyatların ortalamanın üstünde kaldığını söyleyebilirim.

4.1.1.3. Rekabet Unsurları (Üst Tema)

Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından değerlendirilmesi: Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Üst tema olarak belirlenen rekabet unsurları *yönetim politikası, işletmenin verdiği hizmet, 18 yaşından küçük çocukların tadım odasına alınmaması ve yorum yapanların gidecek kişileri uyarması, çalışanın/personelin verdiği hizmet, memnun kalma, bilgilendirme, servis/yavaş, kötü, vasat, davranış-tutum/güler yüzlü, ilgili, eğitim durumu- mesleki bilgi/deneyim* temaları olarak elde edilmiştir. İşletmenin verdiği hizmet, çalışanın/personelin verdiği hizmetten memnun kalma davranış-tutum/güler yüzlü olma, ilgili olması, eğitim durumu, mesleki bilgi/deneyim temaları da olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Sözü edilen üst temaya ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir.



Şekil 4.3. Rekabet Unsurları Üst Tema Kod Frekansları

4.1.1.3.1. Yönetim Politikası

4.1.1.3.1.1. İşletmenin Verdiği Hizmet Olumlu/Olumsuz Yorumlar

Bağ evlerine gidenlerden 21 kişi işletmenin verdiği hizmeti olumlu, 29 kişi ise olumsuz olarak değerlendirmiştir.

Olumlu Yorumlar:

K36: *Bilinçli bir yatırım ve güçlü bir sermaye ile yapılan işler yanında doğru bir yönetim ile başarı yakalamış.*

K83: *Çok başarılı ve iyi hissettiren, iyi şeyler de varmış dedirten bir yer ve işletme.*

Olumsuz Yorumlar:

K115: *Amatör bir tesis.*

K223: *Ancak işletmecilik çok çok zayıf maalesef.*

4.1.1.3.1.2. 18 Yaşından Küçük Çocukların Tadım Odasına Alınmaması /Olumlu ve Olumsuz Yorumlar

Bağ evine gidenlerin 18 yaşından küçük çocukların tadım odasına alınmaması /olumlu ve olumsuz Yorumlar ve bu konu ile ilgili bilgilendirme yapmışlardır. Olumlu yorum 3 kişi yapmıştır. Olumsuz 11 kişi yorum yapmıştır. Bilgilendirme 9 kişi yapmıştır.

Olumlu yorumlar:

K93: *Çocuklar ise dışarıda köpeklerle hoş bir vakit geçirdiler.*

K95: *Bebeğimizi misafir edemeyeceklerini söyleyip dışarı çıkarmamız gerektiğini belirttiler ki yerden göğe kadar haklılar.*

Olumsuz yorumlar:

K5: *Tek kusur bebeğimizle tadım odasına giremeyişimizdi.*

K17: *12 yaşındaki kızımızla gittik, şarap tadımına kızımızın giremeyeceğini söylediler.*

Bilgilendirme yapanlar:

K45: *Öncelikle şunu söyleyeyim 18 yaş altı tadım odasına giremiyor. Resepsiyonda bekliyor.*

K65: *Bütün bu güzelliklerin yanında tek dikkat etmeniz gereken çocukla gitmeseniz iyi olur.*

4.1.1.3.2. Çalışanın /Personelin Verdiği Hizmet

4.1.1.3.2.1. Çalışanın/Personelin Verdiği Hizmet Memnun Kalma/Memnun Kalmama

Bağ evlerine gidenlerden gittikleri mekanda çalışanın/personelin verdiği hizmetten memnun kalma 20 kişi, memnun kalmama 23 kişi tarafından değerlendirilmiştir. Memnun kalanların ifadeleri:

K46: *Ekip de oldukça yardımcıydı.*

K158: *Misafirperverlikleri ve şarapları şahane.*

Memnun kalmayanların ifadeleri:

K208: *Servisleri vasat ve özensiz*

K234:. *Siparişlerimiz eksik geldi sürekli eksik olanları hatırlatmak durumunda kaldık.*

4.1.1.3.2.2. Bilgilendirme Yapılması

Bağ evlerine giden 32 kişi şarap ve şarapçılık hakkında aldıkları bilgilendirmeden bahsetmişlerdir. Yorumlar:

K50: *Şarabın nasıl üretildiğinden, nasıl içildiğine, neyle birlikte iyi gittiğine kadar envai çeşit bilgiler veriyorlar.*

K66: *Şarap ve Şarapçılık hakkında verilen bilgiler tam manasıyla Profesyonel.*

K68: *Öyle güzel anlatım yapıldı ki hayran kalarak ve bilgi sahibi olarak döndük.*

K84: *Şaraplar -üzümler hakkında sunulan bilgi/hizmet için teşekkür ederiz.*

4.1.1.3.2.3. Servis/Yavaş, Kötü, Vasat

Bağ evlerine giden 10 kişi çalışanın verdiği servis hizmetini yavaş, kötü, vasat olarak değerlendirmişlerdir. Yorumlar:

K233: *Servis o kadar yetersiz ki nafile.*

K238: *Mekan biraz meşhur olduğundan dolayı çok kalabalık ve bu sebeple kalite servis maalesef yok.*

K249: *Servis biraz zayıf kalıyor.*

K287: *Servis biraz yavaş*

4.1.1.3.2.4. Davranış-Tutum/Güler Yüzlü, İlgili Olması Yönünde Olumlu ve Olumsuz Yorumlar

Bağ evlerine giden kişilerin çalışanların davranış, tutum, güler yüzlü olma, ilgili olma gibi yönleri hakkında yaptıkları yorumlardan 55 kişi olumlu ve 28 kişi olumsuz yönde söylemlerde bulunmuşlardır.

Olumlu Yorumlar:

K39: *Tüm çalışanlarıyla güler yüzlü çok misafir perver ağırlandık.*

K231: *Çalışanların güler yüzü ve ilgisine çok teşekkür ederiz.*

Olumsuz Yorumlar:

K31: *Çalışanlar bir tık daha ilgili olmalı artık.*

K69: *Sadece iki kişi olduğumuz için beklediğimiz ilgiyi bulamadık.*

4.1.1.3.2.5. Eğitim Durumu- Mesleki Bilgi/Deneyim Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenler çalışanların eğitim durumu- mesleki bilgileri ve iş deneyimleri hakkında 16 kişi olumlu yorum, 4 kişi ise olumsuz yorum yapmışlardır.

Olumlu Yorumlar:

K76: *Çok profesyonel şarap uzmanları.*

K81: *Şarap sunumu yapan arkadaşlar bilgili ve başarılı*

Olumsuz Yorumlar:

K135: Ancak tadım sunumu konusunda acemilikleri fark ediliyor.

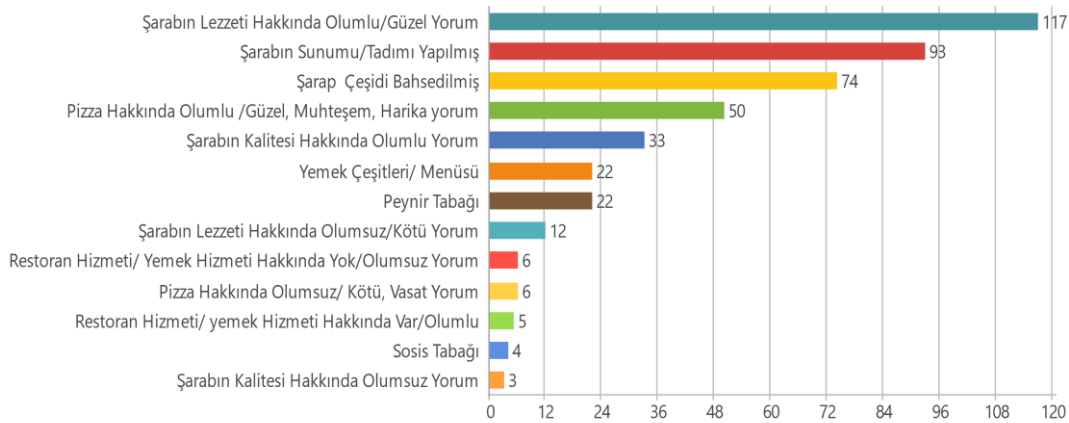
K208: Ekip organize ve kurumsal bütünlükte değil.

4.1.2 İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Urla şarap turizmini etkileyen faktörler ziyaretçiler tarafından nasıl nitelendirilmiştir?

4.1.2.1. Kalite Unsurları (Üst Tema)

Urla şarap turizmini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından ifade edilmesi : Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Üst tema olarak belirlenen kalite unsurları restoran hizmeti/yemek hizmeti, yemek çeşitleri/menüsü, sosis tabağı, pizza, peynir tabağı, şarabın sunumu/tadımı yapılmış, şarabın kalitesi, şarabın lezzeti, şarap çeşitliliği temaları olarak elde edilmiştir. Restoran hizmeti/yemek hizmeti, pizza, şarabın kalitesi ve şarabın lezzeti temaları olumlu ve olumsuz olarak değerlendirilmiştir. Sözü edilen üst temaya ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir.



Şekil 4.4. Kalite Unsurları Üst Tema Kod Frekansları

4.1.2.1.1. Şarabın Sunumu/Tadımı

Bağ evlerine gidenlerden 93 kişi gittikleri bağ evlerinde şarap sunumlarına ve şarapların tadımına katıldıklarını ifade etmişlerdir. Yorumlar:

K52: Şarap tadımı çok özeldi. 5 kırmızı 1 beyaz şarap tadımı yaptık. Uzun uzun sabırla bilgi aktarımında bulunuldu.

K82: Sunum ve tadım safhası oldukça keyifliydi.

K114: Şarap tadımını tam bir şölen, güzel bir sunuma çevirmişler ve gerçekten de başarılılar.

K158: Şaraplarının sunumları ve lezzetleri çok güzel.

4.1.2.1.2. Şarap Çeşidi

Bağ evlerine giden 74 kişi gittikleri mekanda içtikleri şarap türlerinden bahsetmiş ve yorumda bulunmuşlardır. Yorumlar:

K16: Serendias ve Nexus çok lezzetliydi.

K19: Bizim tercihimiz tempus ve Nexus oldu.

K166: Syrah bir harikaydı. Birde Kara Misket deneyebilirsiniz.

K297: Rose olanlar dahil her çeşit şarap güzel olsa da cabernet savignon cinsi üzümden yapılan kırmızı şarap tek kelimeyle mükemmel.

4.1.2.1.3. Şarabın Lezzeti Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine giden 117 kişi şarabın lezzeti hakkında olumlu, 12 kişi olumsuz yorum yapmışlardır.

Olumlu yorumlar:

K105: Öncelikle ürettikleri şaraplar güzel.

K136: Şarapları gerçekten çok güzel.

Olumsuz yorumlar:

K115: Şarapları çok gençti lezzetli değildi.

K228: *Bizim içtiğimiz şarap güzel değildi.*

4.1.2.1.4. Şarabın Kalitesi Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenlerden 33 kişi şarabın kalitesi hakkında olumlu yorum 3 kişi ise olumsuz yorumda bulunmuşlardır.

Olumlu yorumlar:

K33: *Hepsi değerli ve çok özenli şaraplarının.*

K119: *Şarap kaliteleri gerçekten çok yüksek.*

Olumsuz yorumlar:

K248: *Şişe dibinde tortu vardı.*

K262: *2-5 yıllık şarapların rose dahil dibi tortu doluydu.*

4.1.2.1.5. Restoran Hizmeti/Yemek Hizmeti Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenlerde mekanda bulunan restoran-yemek hizmeti hakkında 5 kişi olumlu, 6 kişi olumsuz yorumda bulunmuşlardır.

Olumlu Yorumlar:

K221: *Restoran kısmını ziyaret ettik.*

K247: *Yemek yeme şansınız da var.*

Olumsuz yorumlar:

K138: *Tesiste bir restaurant olsa şarapların tadını daha güzel çıkartabilirdik diye düşünüyorum.*

K145: *Restoran olmayışı ise yine dezavantaj.*

4.1.2.1.6. Yemek Çeşitleri/Menüsü

Bağ evlerine gidenlerden 22 kişi mekandaki restorantta sunulan yemek çeşitleri, menüden bahsetmişlerdir.

Yorumlar:

K291: *Yemek konusunda ise oldukça fazla çeşit olması bizi mutlu etti.*

K274: *Şarap çeşitleri, pizza çeşitleri peynir tabağı ve tiramisu şeklinde sınırlı bir menüsü var.*

K291: *Yiyecekler, mekan ve şarabı harika.*

K296: *Şirin bir bağevinde lezzetli yemekler ve enfes şaraplar sunuyorlar..*

4.1.2.1.6.1. Sosis Tabağı

Bağ evlerine gidenlerden 4 kişi sosis tabağı ile ilgili yorum yapmışlardır. Yorumlar:

K204: *Oldukça güzeldi her şey, pizza sosis peynir tabağı her birine bayıldık.*

K231: *Leziz pizzaları, sosisleri ve kırmızı şarabı ile de midemize hitap eden bizce gidilmesi gereken bir mekan.*

4.1.2.1.6.2. Pizza Hakkında Olumlu ve Olumsuz Yorum

Bağ evlerine gidenlerden 50 kişi pizzalar hakkında olumlu, 6 kişi ise olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır.

Olumlu yorumlar:

K176: *Manzara ve pizzaları muhteşemdi.*

K210: *Bölgede yetişen üzümlerden yapılan nefis şaraplar eşliğinde incecik nefis pizzaları tadabileceğiniz bir mekan.*

Olumsuz yorumlar:

K255: Pizzalar şu anda piyasada bulunan pizzacılarınkinden hiçbir fazlası yok.

K269: Pizzaların görüntüsü güzel ama tadı pek öyle aman aman değil.. fiyatlar normal..

4.1.2.1.6.3. Peynir Tabağı

Bağ evlerine gidenlerden 22 kişi mekanda sunulan peynir tabağı hakkında yorumda bulunmuşlardır. Yorumlar:

K119: Şarap tadarken peynir tabağı ikram ediyorlar.

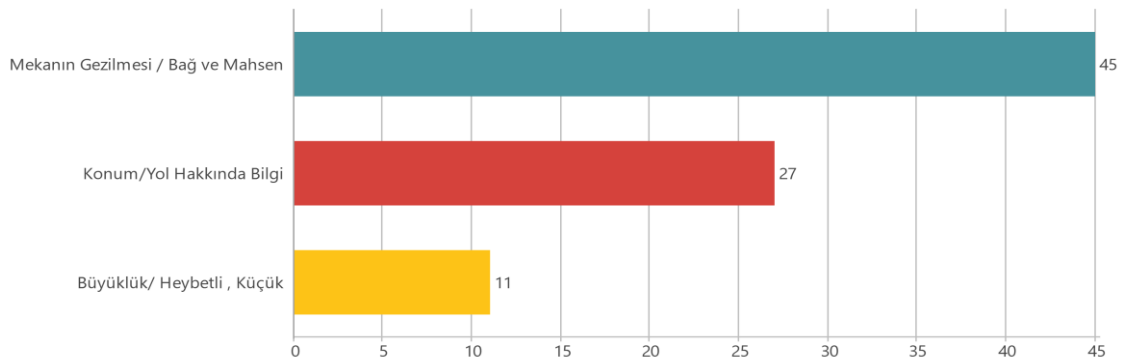
K155: Özellikle peynir eşliğinde kırmızı şarabı tatmalısınız.

K212: Biz de şarap peynir tabağı alalım dedik ve iyi ki demişiz.

K179: Ailece ziyaret ettiğimiz bu mekanda 5 çeşit şaraplarını peynir tabağı eşliğinde tatma imkanı bulduk.

4.1.2.2. Şarap Turizmi Unsurları (Üst Tema)

Urla şarap turizmini etkileyen faktörlerin ziyaretçiler tarafından ifade edilmesi : Katılımcıların ifadelerinin kodlanması sonucunda beş (5) adet üst tema belirlenmiştir. Üst tema olarak belirlenen şarap turizmi unsurları *mekanın gezilmesi/bağ ve mahsen, konum/yol ve büyüklük/heybetli, küçük* temaları olarak elde edilmiştir. Sözü edilen üst temaya ait temalar, ilgili tablodan sonra aşağıda sıralı olarak betimlenmiştir.



Şekil 4.5. Şarap Turizmi Unsurları Üst Tema Kod Frekansları

4.1.2.2.1. Mekanın Gezilmesi/Bağ Ve Mesken

Bağ evlerine gidenlerden 45 kişi mekanın turlar halinde ya da kişisel olarak gezilebildiğinden bahsetmişlerdir. Bu ifadelerden bazıları aşağıda verilmiştir:

K9: *Sunum yaparak her yarım saatte bir yaklaşık 10 dakika süren bir oryantasyon turu ile tesisin imalathanesinin bir kısmını gezdiriyorlar, ayrıca tesis içindeki bağları da gezebiliyorsunuz.*

K74: *Tesisin içini belirli aralıklarla gruplar halinde gezdirip bilgi paylaşımında bulunuyorlar.*

K80: *Konularına vakıf çalışanlarıyla beraber bütün mahzeni gezme şansımız da oldu çokca.*

K92: *Üretim yeri ve bekleme odalarını gezme şansımız oldu.*

4.1.2.2.2. Konum/ Yol Hakkında Bilgi

Bağ evlerine giden 27 kişi gittikleri mekanın konumu ve yolu hakkında bilgi vermişlerdir. Yorumlar:

K110 : *Yol biraz bozuk ama gitmeye değer.*

K150: *Urla'nın Demirciler Köyüne doğru giderken ana yola 2 km uzaklıkta bulunmaktadır.*

K151: *Urla Kuşçuları Köyü civarında tabelaları takip ederek ulaşırsınız.*

K298: *İçmeler'den Urla'ya doğru giderken sağ tarafta yer alan yeşilliklerin arasına saklanmış şirin bir bağ evi.*

4.1.2.2.3. Büyüklük/Heybetli/Küçük

Bağ evlerine giden 11 kişi mekanın büyüklüğü ile ilgili görüşlerini ifade etmişlerdir. Yorumlar:

K19: *İnanılmaz heybetli ve güzel bir şarap evi.*

K247: *Küçük bir tesis ancak şarapları lezzetli.*

K249: *Restore edilmiş küçük bir mekan bahçe üzüm bağlarına bakıyor.*

K299: *Sahiplerinin işlettiği, ufacık ve sıcacık bir mekan*

4.2. İşletme Sahiplerinin Vermiş Oldukları Cevapların Değerlendirilmesi

Görüşme sırasında aşağıda yer alan sorular sorulmuştur:

1-) Bir işletmeci olarak mekanınız hakkındaki düşünceleriniz nasıldır?

İŞLS 1: *250 m karelik kapalı bir alanımız var. Alt kat üretim, üst katında sunum ve restoran bulunmakta. Toplamda 75m kare bağ alanına sahip. İşletmemiz bir aile işletmesidir. Aile üyeleri çalıştığı için çalışan sayımız az. Kuzenim ve bir tane çalışanımız var. Mutfak ekibimiz var. Ziyaretçiler haftanın altı günü tadım ve sunuma katılabilirler. Aynı zamanda şaraplarını alıp dışarıda oturabilirler.*

İŞLS 3: *İşletmemiz, Urla'da kurulmuş ilk şaraphane olmasının yanında bu bölgede turizm, gastronomi ve tabi şarapçılık anlamında atılmış bir tohumdur. Bu tohumun, Urla Bağ yolu projesinin başlamasına ve günümüze kadar toplam 8 farklı şaraphanenin daha eklenerek dünyaca tanınan bir şarap bölgesi haline gelmesine vesile olması bizim için bir gurur kaynağıdır.*

Şaraphanemizin yanında işletme içinde kurulmuş olan küçük restoranımızda da ziyaretçilerimize şaraplarımızla uyumlu bir menü ile güzel bir deneyim elde edecekleri doğayla iç içe, şehir karmaşasından uzak bir alan sunmaktayız.

• İşletmenizde konaklama imkanı sunuyor musunuz? Konaklama talebi çok olduğunda arttırmayı düşünür müsünüz?

İŞLS 1: *İşletmemizde konaklama hizmetimiz bulunmamaktadır. Urla'da pek çok otel var. Bağ yolu rotasına yakın yerlerde pek çok yer açıldı. 8 sene önce konaklama için bir projeye başladık fakat sadece bahçe düzenlemelerini yapabildik.*

İŞLS 2: *Evet, Tesis bünyesinde yer alan Türkiye'nin en küçük butik otellerinden birisine sahibiz. Özel ve butik kalmasından yana olduğumuz için oda sayısını arttırmayı düşünmüyoruz.*

İŞLS 3: *İşyerimizde konaklama imkanı bulunmamakta.*

İŞLS 4: *İşletmemizde konaklama imkanı sunmuyoruz.*

Sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde konaklama imkanlarının sunulması için turistik destinasyonlar açısından büyük önem taşımaktadır. Dört işletmeden sadece 1 tanesi konaklama hizmeti vermektedir.

• 18 yaşından küçük çocukların mekana alınamaması nedeni ile mekanınızda sadece çocuklara yönelik etkinlik düzenlemeyi düşünür müsünüz?

İŞLS 1: *Biz çocukların içeriye alınması konusunda işletmemizde yasalara ve kurallara uygun prosedürleri uyguluyoruz. Bizim ruhsatımız alkollü içecekler için o yüzden bu tür etkinlikler için ruhsat alamayız. Bizim çocuklar için etkinlik düzenleyebileceğimiz bir alanımız da yok.*

İŞLS 2: *18 Yaş altı misafirlerimizi Tesise alıyoruz. Tesisimizde Üretim turuna katılabiliyorlar fakat Şarap Tadımının yapıldığı Tadım Odasına alamıyoruz.*

İŞLS 3: *Mekanımız çocuklara yönelik etkinlik düzenlemeye uygun değildir.*

İŞLS 4: *Bir şarap üreticisi olarak 18 yaş altındaki kitlelere yönelik bir etkinlik düzenlememiz yasal olarak mümkün değil.*

Çocukların aileleri şarap tadımı yaparken çocukların da eğlenebilecekleri aktivitelerin düzenlenmesi konusunda yöneltilen soruda 4 işletme de böyle bir aktivitelerinin olmadığı ve yasalar gereği düzenlenemeyeceği yönünde olmuştur.

2-) İşletmenizi insan kaynakları açısından değerlendirdiğinizde;

• Şarap konusunda özel eğitim almış eğitimli personel çalıştırıyor musunuz?

İŞLS 1: *Biz bir aile işletmesi olduğumuz için öncelikle kendimiz ablam, babam ve ben şarap ve şarapçılık ile ilgili eğitim aldık. Çalışanlarımıza da biz eğitim verdik.*

İŞLS 2: *Evet*

İŞLS 3: *İşletmemizde Şarap üretiminden, sunumundan ve servisinden sorumlu Gıda Mühendisi çalışmaktadır.*

İŞLS 4: *Tabii ki. Üretim Sorumlumuz WSET 3 eğitimi aldı. Ayrıca diğer çalışanlarımızı da şarap tadımı konusunda sürekli eğitime alıyoruz.*

Dört işletme de eğitimli personel çalıştırdıklarını ve aynı zamanda elemanlarına kendilerinin de eğitim verdiklerini belirtmişlerdir.

- Şarap servisi konusunda ve şarap tadımı konusunda eğitim almış personeliniz var mı?

İŞLS 1: *Şarap servisi konusunda eğitimli personelimiz var. Onlara da biz eğitim verdik.*

İŞLS 2: *Evet*

İŞLS 3: *İşletmemizde Şarap üretiminden, sunumundan ve servisinden sorumlu Gıda Mühendisi çalışmaktadır.*

İŞLS 4: *Tadım konusunda sertifikasız eğitimlerle personelimizi destekliyoruz.*

Dört işletme de şarap servisi konusunda ve şarap tadımı konusunda personellerinin eğitimli olduğunu belirtmişlerdir.

- Şarap üretiminde çalışan elemanlarınız eğitimli mi?

İŞLS 1: *Dışarıdan bağda üzüm toplamak için ya da budama yapacakları zaman eleman alıyoruz. Onlarda yıllardır bu işi yapan insanlar. Çevre köylerde bu işlerle geçiniyorlar. Alaylı diyebiliriz.*

İŞLS 2: *Evet*

İŞLS 3: *İşletmemizde Şarap üretiminden, sunumundan ve servisinden sorumlu Gıda Mühendisi çalışmaktadır.*

İŞLS 4: *Evet. Şarap üretiminde Önoloğumuza eşlik eden Üretim Sorumlumuz Gıda Mühendisliği mezunudur.*

Dört işletme de şarap üretiminde çalışan kişilerin bu konuda eğitim aldıklarını belirtmişlerdir.

• Çalışanlarınıza servislerin aksaması konusunda şikayet geldiğinde ne yapıyorsunuz?

İŞLS 1: *Şikayetin içeriğini dinliyoruz. Herkes dışarda restoran ya da bu tarz yerlerin işleyişi ile ilgili çok teknik bilgiye sahip olmadığı için yanlış anlayabiliyorlar. Onun anlatımını yapıyoruz. Ama bizden kaynaklı bir şey varsa da onun üzerine arkadaşlarla haftada bir toplantı yapıyoruz. Hafta sonu çok kalabalık oluyor biz de ona göre tedbir alıyoruz.*

İŞLS 2: *Geri bildirimleri tek tek değerlendirip, çözüm odaklı yapıcı kararlar alıyoruz.*

İŞLS 3: *Servisin aksaması gibi bir aksilik söz konusu olması durumunda, sorunun temeli tespit edilip gerekli önlemler alınır.*

İŞLS 4: *Müşteri memnuniyetini esas alarak ilerliyoruz. Çalışanlarımıza sürekli gerekli hatırlatmaları yapıyoruz.*

Çalışanlarının servislerin aksaması konusunda şikayet geldiğinde çalışanları ile bu konuda sürekli konuştuklarını, bilgilendirme yaptıklarını ve çözüm odaklı hareket ettiklerini belirtmişlerdir.

3-) Urla'da üretilen şarapların markalaşması için ne gibi faaliyetler yürütüyorsunuz?

İŞLS 3: *Urla Bağ Yolu Derneği, Urla bölgesindeki şarap üreticilerini kapsayan bir markadır. Bu marka, ulusal sektörde tanınmış ve üye üreticilerin enternasyonal yarışmalarda da aldığı derecelerle dünya çapında da tanınmayı başarmıştır.*

•Sosyal medyayı kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz.

İŞLS 1: *Yasalar gereği sosyal medya hesaplarında üretici olanların herhangi bir şişe şarap ya da tadım organizasyonu paylaşması yasak. Biz genellikle belirli ölçülerde instagram kullanıyoruz.*

İŞLS 2: *Alkollü ürün yapıp, satışını yaptığımız için yasa gereği her hangi bir sosyal medya kullanımımız bulunmuyor.*

İŞLS 3: *Instagram üzerinde işletmemize ait sosyal medya hesabı bulunmakta.*

İŞLS 4: *Genellikle Instagram kullanıyoruz.*

Yasalar gereği alkollü içeceklerin reklamı ve tanıtımı yasaklandığı için sosyal medya hesaplarını 3 işletme belirli ölçülerde kullanmakta, 1 tanesi de kullanmadığını belirtmiştir.

•Kaliteli Urla şarabının marka olarak tanıtılmasında paydaşların rolü nedir? Birlikte hareket ediyor musunuz?

İŞLS 1: *Urla Bağ yolu derneğinde hep beraberiz. Birlikte karar alıyoruz.*

İŞLS 2: *Urla Bağ Yolu Derneği çatısı altında 10 farklı üretici ile beraber bir dayanışma içerisindeyiz.*

İŞLS 3: *Özellikle Urla Bağ Yolu Derneği bünyesinde paydaşlar, sürekli beraber tadımlar yaparak hem kendi şaraplarını hem de diğer bölgelerin şaraplarını tadarak kendilerini kalibre edebilmekteler. Paydaşlar arasında sıcak bir muhabbet, pozitif rekabet ve laboratuvar çalışmalarından, bağ hastalıkları ile mücadeleye kadar bağcılıktan, şarap yapımına her alanda dayanışma vardır.*

İŞLS 4: *Urla Bağ Yolu Derneği'nin bir üyesi olarak dernekle birlikte hareket ediyoruz.*

Urla şarabının marka olarak tanıtılmasında 4 işletme de paydaşların ortak hareket ettiklerini belirtmişlerdir.

4-) Ulusal ve Uluslararası şarap festivali düzenlemesini destekler misiniz ?

İŞLS 1: *Ulusal şarap festivali yok ama uluslararası şarap festivalleri var. Böyle bir şey olursa destekleriz.*

İŞLS 2: *Şu an geçerli yasalar gereği herhangi bir festival düzenlenmesi yasak.*

İŞLS 3: *Uluslararası gerçekleşen festivallerde Türk şaraplarının da yer almasının önemi sektörde oldukça yüksek. Ulusal festivallerde ise küçük üreticiler olarak payımıza düşeni yapmaya gayret gösteriyoruz.*

İŞLS 4: *Tabii ki destekleriz. Ancak, tanıtım-promosyon gibi konularda şarap üreticilerini kısıtlayan yasal düzenlemelerin bu doğrultuda yeniden ele alınması gerektiğini düşünüyoruz.*

Ulusal şarap fesivali ülkemizde yasalar gereği yapılmamaktadır fakat böyle bir festival düzenlemek olursa 3 işletme bu konuda destek olmak istediklerini belirtmişlerdir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Urla Bağ yolu Rotası bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır ve Urla şarap turizminin sürdürülebilirliğinin ziyaretçi görüşlerine göre değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında Urla Bağ Yolu'na giden 300 ziyaretçinin Tripadvisor sitesine yazdıkları yorumlar nitel araştırma yöntemi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda 5 ana tema belirlenmiştir. Veriler doğrultusunda sürdürülebilirlik unsurları, ekonomik unsurlar, rekabet unsurları, kalite unsurları ve şarap turizmi unsurları ortaya konulmuştur. Ayrıca Urla Bağ Yolu'ndaki 4 bağ evi işletmecisi ile de görüşmeler yapılmıştır.

Sürdürülebilirlik unsurları ve temaları incelendiğinde, şarapların tadılması yönünde yapılan yorumlarda 37 kişi bağ evlerine yapılan ziyaret sırasında şarapların tadılması yönünde olumlu yorumlarda bulunmuşlardır. Bir destinasyonun sürdürülebilirliğinin devamı için o bölgeyi ziyaret eden kişilerin tekrar gitme arzusunda olmaları önemlidir. Burada verilen ifadelerde şarap tadımına katılması yönünde olumlu tavsiyeler yer almaktadır. 194 kişinin gittikleri bağ evlerinin fiziksel özellikleri ile ilgili yorumlarda bulundukları belirlenmiştir. Bruwer ve Alant (2009: 251) yapmış oldukları çalışmada doğal manzara ve peyzajın etkisinin hem ilk kez hem de tekrar eden ziyaretçiler tarafından çok yüksek olduğu olarak değerlendirilmişlerdir. Tekrarlayan davranışçılar, aynı mahzene tekrar gelen ziyaretçiler bile, manzarayı, ziyaret etmeyi sevdikleri mahzen kapısından gelen şaraptan daha fazla bir özellik olarak değerlendirmişlerdir. Bu, şarap turistlerinin büyük ölçüde bölgenin şarap manzarası bağlamında buldukları hedonik deneyimleri aradıkları genel sonuca daha fazla güven vermektedir olarak ifade etmişlerdir. Bağ evlerine gidenlerden mekanın temiz olması ile ilgili 18 kişi olumlu, 7 kişi ise olumsuz yorum yapmışlardır. Yorumlar değerlendirildiğinde temizlik konusunda olumlu yorum yapan kişi sayısı fazla olsa da hijen konusu bir işletme için en önemli unsurlardan biridir ve işletme tarafından dikkate alınmalıdır. Bağ evlerine gidenlerden otoparkın olması hakkında 6 kişi yorum yapmıştır. Bu yorumlarda gidilen bağ evlerinin kalabalık olduğu dönemlerde araba park yerlerinin dolu olmasından da şikayet ettikleri görülmektedir. Bağ evlerine gidenlerden 12 kişi mekanın tekrar ziyaret edilmesi hakkında olumlu, 8 kişi ise olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır. Hizmet, şarap imalathanesine yapılan ziyaretin anıları ve şarabın ve deneyimlerin başkalarıyla paylaşılması; şarap imalathanesi ziyaretinin deneyimsel

unsurlarının daha sonraki bir satın alma işlemi için verilen önemli nedenler olduğunu göstermektedir (Mitchell, 2006: 107). Bu nedenle verilen hizmet çok önemlidir. Müşteri memnuniyeti için yeterli sayıda ve kalifiye eleman çalıştırılmalıdır. Bağ evlerine gidenlerden 82 kişi bağ yolunun görülmesi gerektiği konusunda olumlu, 14 kişi ise olumsuz görüş bildirmiştir. Günümüzün dünya şarap pazarında, şarap imalathanesinin, şarap bölgesinin ve şarabın menşei ülkesinin marka kimliğinin ve imajının başarılı bir şekilde oluşturulmasının, şarap endüstrisinde gelecekteki başarıyı belirleyecek en önemli tek faktör olduğunu kabul etmek önemlidir (Bruwer, 2003: 424). Bu nedenle bağ evlerine giden kişilerin memnun kalmalarını sağlamada iyi bir işletme yönetimi gereklidir. Bağ evlerine giden 14 kişi daha önce bu bölgeyi ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Şarap turizmine olan ilginin artma sebepleri arasında kişilerin eğitim düzeylerinin artması, gelirlerinin artması ve yeme-içme konusunda farklı tatlar denemek istemeleri gelmektedir. Bu nedenle şarap turizmi her geçen sene artmaktadır (Akdağ, 2015: 4). Şarap meraklıları yapmış oldukları yorumlarda birçok kez bu bölgeye geldiklerini belirtmişlerdir. Bağ evlerine gidenlerden 11 kişi bu bölgeyi ziyaretlerinde arkadaş tavsiyesi, kaldıkları otelin tavsiyesi ya da internette yapılmış olan yorumların neticesinde geldiklerini belirtmişlerdir. Yapılan 300 yorum içerisinde 11 kişinin bu konu hakkında yorum yapması bölgenin tanıtımı açısından çalışmalar yapılması gerektiğini göstermektedir. Bağ yelerine gidenlerden 30 kişi gittikleri bağ evinin otelinin olması hakkında bilgi vermiştir. Gittikleri işletmenin otelinin de olması bölgeye giden kişiler üzerinde olumlu bir etki bırakmış dolayısı ile gelecek kişilere bu işletmenin oteli olduğu hakkında bilgi verdikleri görülmektedir. Bağ evlerine gidenlerden 38 kişi gittikleri için memnun kaldıklarını ifade etmişlerdir. Şarap turizmi deneyimleri unutulmaz deneyimlerdir ve aynı zamanda deneyimin optimize edilmesine, daha zenginleştirici ve teşvik edici olmasına katkıda bulunur. Bunu yaparken, deneyimin önemli bir sonucu olarak tanımladığımız, başkalarına aktarılabilecek, unutulmaz veya benzersiz bir duygusal tepki yaratır (Santos vd., 2019: 721). Yorumlardan da görülmektedir ki giden kişiler yaşadıkları deneyimlerden çok memnun kaldıklarını ifade etmişlerdir. Bağ evlerine gidenlerden 9 kişi gittikleri için memnun kalmadıklarını ifade etmişlerdir. Müşterilerden gelen şikayetler işletmeler tarafından bilinmeli ve şikayetlerin çözümü için izlenecek yol doğru analiz edilmelidir (Zorlu ve Erkuş, 2018: 33).

Ekonomik unsurlar ve temaları incelendiğinde, Bağ evlerine giden 26 kişi gittikleri bağ evlerinden şarap satın aldıklarını belirtmişlerdir. Çoğu durumda işletmeler, tüketicilerin

ürün/hizmetleri beğeneceği ve belki de satın alabileceği umuduyla ürün veya hizmet numunesi için ücret talep etmez. Böylece müşteriler, satın alma riski almadan ürün veya hizmetlere maruz kalırlar. Tadım, müşterileri şaraplarının iyi ve satın almaya değer olduğuna inandırmanın pratik bir yoludur. (Kolyesnikova ve Dodd, 2009: 808-809). Şarap imalathaneleri için mahzen deneyiminin, ziyaret sonrası satın almayı motive etmede önemli bir unsur olduğu görülmektedir (Mitchell, 2006: 100). Yorum yapanların da tadımını yaptıkları şaraplardan memnun kaldıkları ve satın aldıkları yapmış oldukları yorumlarda görülmektedir. Bağ evlerine gidenlerden 3 kişi şarap alınması yönünde tavsiyede bulunmuşlardır. Bağ evlerine gidenlerden 19 kişi şarap fiyatlarının pahalı olduğunu ifade etmişlerdir. Fiyat satın almada fiyat önemli bir faktördür. İşletmeler toplu alımlarda indirimler ya da hediye çekleri verebilir.

Rekabet unsurları ve temaları incelendiğinde, bağ evlerine gidenlerden 21 kişi işletmenin verdiği hizmeti olumlu, 29 kişi ise olumsuz olarak değerlendirmiştir. Marka değeri, şarap imalathanesi tarafından dikkatle izlenmesi gereken bir dizi faktöre dayanmaktadır; marka sadakati; marka bilinirliği; algılanan kalite; marka imajı ve şirkete yönelik tutumları ifade eder. Tüm bu faktörlerin yönetilmesi zordur, ancak hem web sitesinde hem de tadım odası ziyareti sırasında tüm bu yönlerde en yüksek kaliteye ulaşmak için çabalamak, markaya yönelik olumlu tutumlara katkıda bulunmalı ve böylece şarap imalathanesi için marka değeri oluşturmaya katkıda bulunmalıdır (Nowak ve Newton, 2008: 56). Bağ evine gidenlerin 18 yaşından küçük çocukların tadım odasına alınmaması /olumlu ve olumsuz yorumlar ve bu konu ile ilgili bilgilendirme yapmışlardır. Beaune, Burgundy'nin Fransa'nın en ünlü şarap mahzenlerinden biri olan Maison Champy, genç ziyaretçiler için de bir tadım programı sunmaktadır. Program özellikle 4 ila 18 yaş arasındakiler için tasarlanmıştır ve çoğunlukla ilkokul çağındaki çocuklar yaklaşık 2 saat süren mini kursa katılarak tatma tekniklerini ve duyuşsal yeteneklerini nasıl geliştirebileceklerini öğrenmektedirler. Son tadım, şarap yerine portakal suyu içmesi dışında, tam olarak teknik bir tadım seansı gibi yönetilmektedir. (Croce ve Perri, 2017: 114). Bu nedenle bizim ülkemizde de çocuklar için böyle programlar, işletmeler tarafından yapılabilir. Bağ evlerine gidenlerden gittikleri mekanda çalışanın/personelin verdiği hizmetten memnun kalma 20 kişi, memnun kalmama 23 kişi tarafından değerlendirilmiştir. Bir ziyaretçinin seyahatleri sırasında aldığı hizmetin kalitesinin, turizm deneyiminin diğer unsurlarının kalitesi kadar hatta daha önemli olduğu artık kabul edilen bir gerçektir. Bu özellikle şarap turizmi

bağlamında geçerlidir (O'Neill and Charters, 2006: 162). Bağ evlerine giden 32 kişi şarap ve şarapçılık hakkında aldıkları bilgilendirmeden bahsetmişlerdir. Aldıkları eğitim ve bilgilendirmeden memnun kaldıkları görülmektedir. Bağ evlerine giden 10 kişi çalışanın verdiği servis hizmetini yavaş, kötü, vasat olarak değerlendirmişlerdir. Mimari açıdan çarpıcı bir ortamda, son teknoloji ekipmanlarla ve yüksek kaliteli ürünlerle iyi planlanmış bir tur sunan bir yiyecek ve şarap işletmesi, personelinin beceriksiz olması veya göreve uygun olmaması durumunda ziyaretçiler için yine de hayal kırıklığı yaratabilir (Croce ve Perri, 2017: 94). Bu nedenle bu tür işletmelerde çalışanların deneyimli, bilgili ve özellikle şarap konusunda eğitilmiş olmaları şarttır. Bağ evlerine giden kişilerin çalışanların davranış, tutum, güler yüzlü olma, ilgili olma gibi yönleri hakkında yaptıkları yorumlardan 55 kişi olumlu ve 28 kişi olumsuz yönde söylemlerde bulunmuşlardır. Griffin & Loersch (2006: 89) yapmış oldukları çalışmada ziyaretçilerin, personelin güler yüzlü, bilgili, ziyaretçi ihtiyaçlarını anlayan ve bireysel ilgi gösterme kapasitesine sahip olması konusunda hem yüksek beklentileri olduğunu hem de buna büyük önem verdiklerini belirtmişlerdir. Bu da kaliteli deneyimler için uygun personel alımı ve eğitiminin çok önemli olduğunu göstermektedir. Bağ evlerine gidenler çalışanların eğitim durumu- mesleki bilgileri ve iş deneyimleri hakkında 16 kişi olumlu yorum, 4 kişi ise olumsuz yorum yapmışlardır. İstihdam fırsatları yerel sakinler için gelişmelidir, ancak yeni hizmet sektörü ve şaraphaneye özgü pozisyonlar için insanları eğitime gerekliliğinden başlayarak dikkate alınması gereken birçok konu vardır (Poitras ve Getz, 2006: 429).

Kalite unsurları ve temaları incelendiğinde, bağ evlerine gidenlerden 93 kişi gittikleri bağ evlerinde şarap sunumlarına ve şarapların tadımına katıldıklarını ifade etmişlerdir. Şarap turizmi tedarik zinciri konaklama, mutfak, kültür ve eğlence aktivitelerini içerir ve bunların tümü eğitimsel bir bileşen sunabilir. En yaygın eğitim etkinliği şarap tadımıdır ve bunu yerel restoranlarda şarap-yemek eşleştirme etkinlikleri takip etmektedir. Bazı şarap imalathaneleri evde şarap yapımı seminerleri düzenler ve aşçılık dersleri vermek için şefler ve çiftçilerle ortak çalışır (Quadri-Felitti & Fiore, 2012: 8). Şarap sunumuna ve tadımına katılan kişilerin çok memnun kaldıkları görülmektedir. Bağ evlerine giden 74 kişi gittikleri mekanda içtikleri şarap türlerinden bahsetmiş ve yorumda bulunmuşlardır. Bağ evlerine gidip şarap deneyenler orada sunulan şarap çeşitlerinden bahsetmişler ve gidecek kişilere yorumlarda bulunmuşlardır. Bağ evlerine giden 117 kişi şarabın lezzeti hakkında olumlu, 12 kişi olumsuz yorum yapmışlardır. Şarap tadı ve aromasının içsel duyuşal yönü, modern

tüketicinin kalite tanımının yalnızca bir bileşenidir. Tüketiciler şarapların her açıdan keyif veren bir ürün olmasının yanı sıra sağlıklı olmasını ve çevresel açıdan sürdürülebilir şekilde üretilmesini beklemektedir (Bisson vd., 2002: 696). Bağ evlerine gidenlerden 33 kişi şarabın kalitesi hakkında olumlu yorum 3 kişi ise olumsuz yorumda bulunmuşlardır. Ziyaretçilerin şarapların kalitesi hakkında yaptıkları yorumların olumlu yönde olduğu görülmektedir. Asero ve Patti (2009: 13)'nin yapmış oldukları çalışmada kaliteli şarapların sosyoekonomik bölge oluşturan Şarap ve Yemek Rotaları'nın itici gücü olduğunu vurgulamışlardır. Elde ettikleri sonuca göre; bir şarap rotasının belirlenmesinde kaliteli şarabın çok önemli olduğunu ve paradoksal olarak bir rota üzerindeki şarap imalathanelerinin sayısının gerçekten o kadar önemli olamayacağı sonucuna varmışlardır. Bağ evlerine gidenlerden mekanda bulunan restoran-yemek hizmeti hakkında 5 kişi olumlu, 6 kişi olumsuz yorumda bulunmuşlardır. Şarap, yemek, turizm ve sanat, toplu olarak şarap turizmi ürününün temel unsurlarını oluşturur ve şarap turistlerinin arzuladığı ve deneyimlemeye çalıştığı yaşam tarzı paketini sağlar (Thaliath ve Kumar, 2015: 25). Bu nedenle şarap ile birlikte bir şeyler yemek isteyen kişiler için gittikleri mekanda yemek servisinin olmaması bu durum olumsuz olarak yorumlanmıştır. Bağ evlerine gidenlerden 22 kişi mekandaki restorantta sunulan yemek çeşitleri, menüden bahsetmişlerdir. Yiyecek ve şarap turizmine açılmak hem üreticiler hem de ziyaretçiler için çok sayıda ilgi çekici fırsat sunabilir. Rehberli turlar, sürdürülebilir kriterlere göre dikkatli bir şekilde planlanıp organize edildiği takdirde, bölgesel üretimin ve kimliğin korunması açısından çok değerlidir (Croce ve Perri, 2017: 87). Bağ evlerine gidenlerden 4 kişi sosis tabağı ile ilgili yorum yapmışlardır. Bağ evlerine gidenlerden 50 kişi pizzalar hakkında olumlu, 6 kişi ise olumsuz yorumlarda bulunmuşlardır. Gidilen her bağ evinin restoranın olmadığı yorumlardan anlaşılmaktadır. Restoranı olan ve burada yemek yiyenler en çok pizzalardan bahsetmiş büyük çoğunluğu da çok beğendiklerinden bahsetmişlerdir.

Şarap turizmi unsurları incelendiğinde, bağ evlerine gidenlerden 45 kişi mekanın turlar halinde ya da kişisel olarak gezilebildiğinden bahsetmişlerdir. Şarap turizmi faaliyetleri ağırlıklı olarak şarap tadımlarına ve şarap müzeleri, şarap evleri ve mahzenlere yapılan ziyaretlere dayanmaktadır. Yakın zamanda ve muhtemelen gelecekte şarap turizmi, daha kişiselleştirilmiş ve farklılaştırılmış olması gereken benzersiz ve gerçek turizm deneyimlerinin yaratılmasını sağlamalıdır (Santos vd., 2019: 720). Buradaki yorumlar gelecek kişileri olumlu yönde bilgilendirme olarak ifade edilebilir. Bağ evlerine giden 27

kişi gittikleri mekanın konumu ve yolu hakkında bilgi vermişlerdir. Daha uzak şarap b6lgeleri, erişilebilirliğin iyi olmasını ve yol işaretlerinin ve diğer bilgilerin ziyaretçiler için hazır olmasını sağlamalıdır. İlgili bir endişe, ziyaretçiler için rahatlığı ve algılanan değeri en st düzeye çıkarabilecek yerel ve gelen tur operat6rlerini teşvik etmektir (Getz vd., 1999: 24). Ziyaretçiler bağ evlerine nasıl gidileceği konusunda bilgi vermişlerdir. Bağ evlerine giden 11 kişi mekanın büyüklüğü ile ilgili g6rşlerini ifade etmişlerdir. Bu g6rşlerin de çok olumlu olduğu yapılan yorumlardan g6rlmektedir. İşletme sahibi ile yapılan g6rşme sonucunda elde edilen verilere g6re; aile işletmesi olan bu bağ evi konaklama imkanı sunmamaktadır. Fakat Urla'da bağ yolu rotasına yakın yerlerde pek çok konaklama yerinin açılmasının bağ yolu rotası açısından olumlu olduğunu ifade etmişlerdir. Bu durum şarap turizminin sürdürülebilirliği açısından olumlu bir gelişmedir. Çocukların işletmeye alınmaması konusunda yasalara uyduklarını ifade etmiştir. Çocuklar için 6zel bir alan açmak için de yeterli alanlarının olmadığından bahsetmişlerdir. 6ncelikle şarap ve şarapçılık ile ilgili eğitimleri kendilerinin aldığını da ha sonra çalışanlarına bu eğitimleri kendilerinin verdiklerini ifade etmiştir. Tripadvisor'da en çok şikayetlerden birisi çalışanların servis konusunda aksaklıkları hakkında olmuştur. şikayetlerin içeriğini dinleyip bu şikayetlerin kaynağını belirleyip çalışanları ile haftada bir gün toplantı yapıp bu duruma g6re 6nlem aldıklarını belirtmiştir. Sosyal medyayı yasalara uyarak belirli düzeyde kullandıklarını ve genellikle instagramı kullandıklarını ifade etmiştir. Urla Bağ Yolu Derneği ile ortaklaşa hareket ettiklerini, Ulusal şarap festivali düzenlenmediğini fakat uluslararası şarap festivallerinin yapıldığını ve bu festivallere katıldıklarını belirtmiştir.

6neriler

1-Urla zengin ürün çeşitliliğinin yanında üretilen üzüm ve şarabın tanıtımı için bağ sahiplerinin ortaklaşa kuracakları bir sergi alanında sadece kendi bağlarında ürettikleri şarapları sergileyebilir ve satabilirler. Bunun yanında ulusal ve uluslararası şarap festivali de düzenlenmesi Urla'nın tanıtımı açısından faydalı olacaktır.

2-Urla'da üretilen şarapların b6lgeye gelen turistlere tanıtımının etkili bir şekilde yapılması gereklidir. 6zellikle yabancı turistlerin ve kendi ülkelerinde restoranları olan işletme sahiplerinin de kaliteli Urla şaraplarının tanıtımı bu b6lge için 6nemlidir. Ayrıca ziyaretçilerin tekrar b6lgeyi ziyaret etmesi, yeni gelen ziyaretçi sayısının artması yanında Urla'da üretilen şarapların dünya genelinde satışının da yapılması için çaba sarf edilmelidir.

3-Kaliteli Urla şarabının tanıtılmasında paydaşların kendi aralarında sürekli iletişim halinde olmaları ve ortak hareket etmeleri gerekmektedir. İlk aşamada kamu kurumları ve özel sektörün bu konudaki girişimleri büyük önem taşımaktadır. Ulusal ve uluslararası pazarda kaliteli verim elde etmek için şarap üretiminde bilgi çok önemlidir. Yatırımlar, yenilikler, ulusal ve uluslararası yaklaşımlar ülkemizde ve Urla'da üretilen şarapların dünya pazarındaki itibarını arttırmada etkili olacaktır.

4-Sosyal medyada Urla'nın ve Urla şarapları ile ilgili paylaşımlar yakından takip edilmeli ve olumlu olanlar desteklenmelidir. Şarap sektörüyle ilgili olarak, içecek blog yazarlarının fikirlerini ifade etmeleri ve ipuçlarını ve tavsiyeleri paylaşımları için sosyal medyanın önemini kabul edilmektedir. Ülkemizde bu konuda söz sahibi ve bilgisi olan kişilere kendi bloglarında Urla'yı ve şaraplarını tanıtmaları için girişimlerde bulunmak önemlidir.

5-Faransa'nın ünlü şarap mahsenlerinden biri olan Maison Champy gençler için hazırladıkları bitki ve esansların parfüm ve aromalarını nasıl seçeceklerini, yerleştireceklerini, tanıyacaklarını ve ezberleyeceklerini ve tatma duyularını nasıl ilişkilendireceklerini öğrendikleri iki saatlik bir eğitim almaktadırlar. Bu program genç ziyaretçiler için 4 ile 18 yaş aralığındaki özellikle de ilkökul çağındaki çocuklar için tasarlanmıştır. Tadım aşamasında şarap yerine portakal suyu ikram edilmektedir (Croce ve Perri, 2017: 114). Urla'daki şarap imalathanelerine çocukları ile gidenlerin çoğunun şikayeti çocuklarının tadım odalarına alınmadıkları yönünde olmuştur. Bu duruma bir çözüm olarak gençlere bu tarz eğitimler verilirken aileleri de şarap tadımını yapabilirler.

6-Yorumlarda en çok şikayet konusu çalışanlar ile ilgili olmuştur. Çalışan personelin şarap konusunda, sunum konusunda eğitilmiş ve bilgili olması hem işletme hem de ziyaretçiler açısından olumlu olacaktır.

7- İşletmelerin çoğunda konaklama imkanı bulunmamaktadır. Bu durum şarap turiziminin sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Avrupa'da çoğu şarap rotası üzerinde konaklama imkanı sunulmaktadır. Bu da şarap turistlerinin beklentilerini karşılamaktadır. İmkanlar dahilinde küçük de olsa konaklama imkanlarının sunulması bölge için verimli olacaktır.

6. KAYNAKLAR

- Adrian, N. (2014). Potential of Wine Tourism in Romania. Case Study: Dealu Mare Vineyard. *Annals of the “Constantin Brancusi” University of Targu Jiu Economy Series*, 50-55.
- Akdağ, G. (2015). Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri (Wine Tourism Experiences of Local Tourists Following Thrace Vineyard Route). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3/4, 3-15.
- Akdemir, U., & Candar, S. (2022). Regional Economics of Viticulture in Turkey in the Period 1970-2021. *Viticulture Studies (VIS)*(2 (2)), 55-71.
- Aktaş, E. (2002). Bağcılığın Türkiye Ekonomisindeki Yeri.
- Albisu, L. M., Escobar, C., Rey, R. d., & Roig, J. M. (2019). The Spanish Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 77-103). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Allen, D. W., & Lueck, D. (2019). The Organization of Vineyards and Wineries. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 325-338). içinde Springer Nature Switzerland AG: Palgrave Macmillan.
- Amarando, M., Assenov, I., & Visuthismajarn, P. (2019). A Systematic Review of Sustainable Wine Tourism Research in Asia 2000-2018. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume 8 (4)*, 1-24.
- Anderson, K. (2019). The Australian Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 131-154). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Arkadaş, A. R., & Ayyıldız, T. (2020). Uludağ’da Faaliyet Gösteren 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmelerinin Çevrimiçi Tüketici Yorumlarının İncelenmesi: “TripAdvisor.com”Üzerinden İçerik Analizi . *OPUS- Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2633-2658.
- Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 51, Özel Sayı 1, Ö395-Ö407.

- Asero, V., & Patti, S. (2009). From wine production to wine tourism experience: the case of Italy. No. 386-2016-22758, 1-18.
- Ataseven, Y., & Güneş, E. (2008). Türkiye’de İşlenmiş Organik Tarım Ürünleri Üretimi ve Ticaretindeki Gelişmeler. *U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi* , Cilt 22, Sayı 2, 25-33.
- Aydın, N. (2018). Nitel Araştırma Yöntemleri: Etnoloji. *Uluslararası Beşeri ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi, International Humanities and Social Science Review (IHSSR)*, Volume: 2 Issue: 2.
- Bahadır, S. C. (2013). Şarap Yasağının XVI. Yüzyıl Divanlarındaki İzleri ve Kanunî Sultan Süleyman Dönemi Şarap Yasağı. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 71-101.
- Bahçeci, M. (2004). İzmir Bölgesi, Urla-Liman Tepe, Tunç Çağı Yerleşimi Koruma Ve Alan Yönetimi Modeli. Hacettepe Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 2004.
- Baiano, A. (2021). An Overview on Sustainability in the Wine Production Chain. *Sustainability*, 7 ,15, 1-27.
- Bakkaloğlu, Z. (2023). Türkiye'deki Bağ ve Şarap Rotalarına Dair Bir Yolculuk. *Gastronominin Disiplinlerarası Yolculuğu* (s. 59-94). içinde Kriter Yayınevi.
- Baluja, J., Diago, M. P., Balda, P., Zorer, R., Meggio, F., Morales, F., & Tardaguila, J. (2012). Assessment of vineyard water status variability by thermal and multispectral imagery using an unmanned aerial vehicle(UAV). *Irrig Sci*, 511-522.
- Barbulescu, O. (2017). Potential and risks in the Romanian wine industry. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov*, 1(10 (59)), 193-202.
- Başbakanlık, T., & Devlet Planlama, T. (2007). *İçki, Tütün ve Tütün Ürünleri Sanayii, Özel İhtisas Komisyon Raporu, Dokuzuncu Kalkınma Planı, 2007-2013*. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı.
- Baughman, A., Brown, E. J., Brummett, W., Dramko, J., Goldstein, J., & Hooper, B. (2000). California Winemaking Impact Assessment. Master Thesis. Santa Barbara : University of California.

- Bayındır, B. (2022). Şarap Turizmi Destinasyonu Somut Çekicilik Unsurlarının Dematel Yöntemiyle Analizi: Trakya Bağ Rotası Örneği. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Eskişehir.
- Baykara, T. (2000,). Türklerde şenlikler, kutlamalar, toylar ve eğlenceler. *Erdem*, 12(36), 867-898.
- Bayram, B., Yolcu, H., & Aksakal, V. (2007). Türkiye’de Organik Tarım ve Sorunları. *Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Derg.*, 38 (2), 203-206.
- Beşer, G. (2014). Türkiye’de Butik Şarap Sektörünün Pazarlama Karması Açısından İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Tekirdağ: T.C Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.
- Beykoz, K. (2021). Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik nitel Bir Araştırma. İstanbul: İstanbul Gedik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Bisson, L. F., Waterhouse, A., Ebeler, S., Walker, M., & Lapsley, J. (2002). The present and future of the international wine industry. *Nature*, 418(6898), 696-699.
- Bolat, A., & Avan, M. (2021). Yenilikçi Bir Teknoloji Olan İnsansız Hava Araçlarının (İHA) Tarımsal Amaçlı Kullanımı. *Sürdürülebilirlik için Gıda, Çevre, Tarımsal Ormancılık ve Tarımda Yeni Araştırmalar* (s. 7-34). içinde Ankara: İKSAD.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, vol. 9, no. 2, 27-40.
- Bozoğlu, M. D. (2006). Beyaz Şarap Üretiminde Sıcaklık Kontrollü. Ankara Üniversitesi Biyoteknoloji Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2006, Ankara.
- Bra’s, J. M., Costa, C., & Buhalis, D. (2010). Network analysis and wine routes: the case of the Bairrada Wine Route. *The Service Industries Journal*, Vol. 30, No. 10, 1621–1641.

- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24, s. 423–435.
- Bruwer, J., & Alant, K. (2009). The hedonic nature of wine tourism consumption: an experiential view. *International Journal of Wine Business Research*, 21.3, 235-257.
- Bulal, E. (2005). Türkiye'de Şarapçılık: Gelişme Eğilimi, Üstünlükler ve Kısıtlar. *Yüksek Lisans Tezi*. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü.
- Buzrul, S., & Başkanlığı, A. İ. (2013). Türkiye'nin şarap sektörü. 8. *Bağcılık ve Teknolojileri Sempozyumu*. Konya.
- Byrd, E. T., Canziani, B., Hsieh, Y.-C., Debbage, K., & Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary. *Tourism Management*, 52, s. 19-29.
- Cabaroğlu, T. (2023). Türk Şarapçılığının Durumu ve Sorunları. *BAHÇE 52 (Özel Sayı 1)*: , 269–275.
- Can, I., Yaylalı Yıldız, B., Ek, İ., & Polat, F. (2018). Değişen Kır Kent İlişkisi ve Bölgesel Kentleşme, İzmir- Urla Örneği. *Türkiye Kentsel Morfoloji Araştırma Ağı II. Kentsel Morfoloji Sempozyumu*, (s. 637-649).
- Candar, S. (2021). Ekolojik Perspektiften Sürdürülebilir Bağcılık ve Şarapçılık. *Sürdürülebilirlik için Gıda, Çevre, Tarımsal Ormancılık ve Tarımda Yeni Araştırmalar* (s. 313-364). içinde Ankara: IKSAD.
- Candar, S., Uysal, T., Ayaz, A., Akdemir, U., Korkutal, İ., & Bahar, E. (2021). Viticulture Tradition in Turkey. *Viticulture Studies (VIS)*, 1(1), 39-54.
- Carmichael, B. A., & Senese, D. M. (2012). Competitiveness and Sustainability in Wine Tourism Regions:The Application of a Stage Model of Destination Development to Two Canadian Wine Regions. *The Geography of Wine: Regions, Terroir and Techniques*, s. 159-177.
- Charters, S., & Ali-Knight, J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management*, 23, 311–319.

- Colombini, & Cinelli, D. (2015). Wine tourism in Italy. *International Journal of Wine Research*, 29-35.
- Copper, A. W., Scharfbillig, R., Nguyen, T. P., & Collins, C. (2021). Identifying lower limb problems and the types of safety footwear worn in the Australian wine industry: a cross-sectional survey. *Journal of Foot and Ankle Research*, s. 1-10.
- Corsi, A., Mazzarino, S., & Pomarici, E. (2019). The Italian Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 47-76). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Coşkun İlgar, S., & İlgar, M. Z. (2014). Nitel veri analizinde bilgisayar programları kullanılması. *İZÜ Sosyal Bilimler Dergisi/IZU Journal of Social Science.*, 31-78.
- Croce, E., & Perri, G. (2017). Food and Wine Tourism, Integrating Food, Travel and Territory. Cabi.
- Cumhur, Ö., & Altaş, A. (2021a). Bir Bilim Dalı Olarak Önoloji. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(1), 185-202.
- Cumhur, Ö., & Altaş, A. (2021b). The Structure of University Level Oenology Education in Europe and Comparison with Turkey. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 9(11), 1960-1972.
- Cüce, H., & Dulkadiroğlu, H. (2017). Alkollü İçki Endüstrisinden Kaynaklı Çevresel Etkilerin Temiz Üretim Odağında Değerlendirilmesi: Nevşehir’de Şarap Üreten Tesisler Üzerine Bir Çalışma. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi, Cilt 6 (ICAFOF 2017 Özel Sayı)*, 163-171.
- Çağlı, I. B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Programı , Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Çakıcı, S., Sırtlı, A., & Korkmaz, M. (2021). Gökçeada’ya Ait Gastronomik Değerlerin Sürdürülebilirliğinin Sağlanmasına Yönelik Bir Araştırma: Gastronomi Müzesi Önerisi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, Vol. 5, Issue 2, 302-335.

- Çakmak, B., & Mercan, E. (2017). Tarımsal Üretimde Örnek Bir IoT Uygulaması ve Yaşlı Tarım Çalışanlarının İzlenebilirliği. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi (YSAD)*, Cilt 10, Sayı 1, , 29-42.
- Çakmakçı, S., & Salık, M. A. (2021). Türkiye'nin Coğrafi İşaretli Peynirleri. *Akademik Gıda* 19(3), 325-342.
- Çalkan Sağlam, Ö., & Sağlam, H. (2018). İnsanlık Tarihinde Üzümün Önemi. *Journal of Agriculture*,1(2), 1-10.
- Çayboylu, A. T. (2020). Kırmızı Şaraplarda trans-Resveratrol, Toplam Antioksidan ve Toplam Fenol Tayininde Optimim Ekstraksiyon Koşullarının Belirlenmesi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Çelik, H. (2019). Gastronomide Şarabın Yeri ve Önemi Bir İşletme Örneği. İstanbul: T.C İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi,.
- Çelik, H., Kunter, B., Söylemezoğlu, G., Ergül, A., Çelik, H., Karataş, H., . . . Atak, A. (2010). Bağcılığın Geliştirilmesi Yöntemleri ve Üretim Hedefleri. *Viticulture İn Turkey (Turkish, Agricultural Technique Congress)*, (s. 1-24). Ankara.
- Çetinkaya, H., Kendal, E., & Sayar, M. S. (2013). Ekolojik Tarım Açısından Güneydoğu Anadolu Bölgesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6 (1), 195-198.
- Çolakoğlu, O. E. (2017). Rural Tourism in Turkey. *Yearbook of the 'Gheorghe Zane' Institute of Economic Researches-JASSY/Anuarul Institutului de Cercetări Economice 'Gheorghe Zane' Iași*, 26(1)., 67-84.
- Dağ, T., & Keskin, E. (2021). Geleneksel Peynirlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: İzmir Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*,5(4), 2630-2652.
- De Borbon, M. F. (2019). Ribera Del Duero and Rueda: How to Grow Within Wine Tourism Market. Portugal: Universidade do Porto , Master Thesis.
- Deliorman Orhan, D., Ergun, F., & Orhan, N. (2011). Anadolu Medeniyetlerinde Asma (*Vitis vinifera* L.). *Tarih araştırmaları Dergisi*,30.50, 69-80.

- Demircioğlu, F. (2016). Yaratıcılık ve Kamusal Alanın Dönüşümü Urla Sanat Sokağı Örneği. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Şehir ve Bölge Planlama Programı.
- Demirkol, C., Salha, H., & Cinnioğlu, H. (2016). Trakya Bağ Rotasına Gelen Turistlerin Profiline Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 02 (04), 109-120.
- Demiryürek, K. (2011). Organik Tarım Kavramı ve Organik Tarımın Dünya ve Türkiye'deki Durumu. *GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Di Gregorio, D., & Licari, E. (2006). Rural Development and Wine Tourism in Southern Italy. *46th Congress of the European Regional Science Association: "Enlargement, Southern* (s. 1-26). Volos, Greece: European Regional Science Association (ERSA).
- Diriöz Dikmen, E. (2021). Sürdürülebilir Yerleşim Kriterleri Kapsamında Urla Örneği'nin İrdelenmesi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi. Ankara.
- Dmitrovic, S., Pajcin, I., Vlajkov, V., Grahovac, M., Jokic, A., & Grahovac, J. (2022). Dairy and Wine Industry Effluents as Alternative Media for the Production of Bacillus-Based Biocontrol Agents. *Bioengineering*, s. 1-20.
- Efstathios, V., Anastasia, G., & Athanassios, K. (2009). Wine Tourism. Planning and Development of a Wine Route Network in the Region of Thessaly in Greece. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*, Volume 4, Number 4, Spring, 311-330.
- Ekerim, F. (2020). Türkiye Gastronomi Rotaları ve Haritalandırılması. T.C. Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu.
- Emekli, G. (2004). Kentsel Gelişmede Etkili Olan Faktörlerin Urla-İzmir Örneğinde İrdelenmesi. *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu Cilt I* (s. 114-125). Denizli: Devlet Planlama Teşkilatı.

- EMG, U. (2011). *Working towards a Balanced and Inclusive Green Economy: A United Nations System-wide Perspective*. Prepared by the Environment Management Group.
- Ene, S. A., Teodosiu, C., Robu, B., & Volf, I. (2013). Water footprint assessment in the winemaking industry: a case study for a Romanian medium size production plant. *Journal of Cleaner Production*, 43, 122-135.
- Erdoğan, S., & Özdemir, G. (2018). İzmir Destinasyonu'nda Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 249-272.
- Erhan, K. (2021). Tekirdağ İlinde Bağcılık ve Bağ Turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, sayı:45, 125-138.
- Estreicher, S. (2019). Wine. *The Encyclopedia of Ancient History* (s. 1-7). içinde Published 2019 by John Wiley & Sons, Ltd.
- Faria, S. d., Lourenço-Gomes, L. S., Helena, S., & Rebelo, J. F. (2020). Economic performance of the Portuguese wine industry: a microeconomic analysis. *Journal of Wine Research, Taylor & Francis Group, Routledge*, Vol:31, No:4, s. 283-300.
- Feh'er, J., Lengyel, G., & Lugasi, A. (2007). The cultural history of wine - theoretical background to wine therapy. *Central European Journal of Medicine*, 379-391.
- Figuerola, E. B., & Rotarou, E. S. (2018). Challenges and opportunities for the sustainable development of the wine tourism sector in Chile. *Journal of Wine Research*, Vol. 29, No. 4, 243-264.
- Filopoulos, S., & Frittella, N. (2019). Designing sustainable and responsible wine tourism experiences. *BIO Web of Conferences 12, 41st World Congress of Vine and Wine*. Brussels, Belgium: Wine in Moderation (WiM) Association, Avenue des Arts 43.
- Foltz, J., Woodall, S., Wandschneider, P., & Taylor, R. (2007). The Contribution of the Grape and Wine Industry to Idaho's Economy: Agri business and Tourism Impacts. *Journal of Agribusiness* 25,1, 77-91.
- Font, X., Garay, L., & Jones, S. (2014). Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas. *Journal of Cleaner production*,

1-10.

- Garcia, J. R., López-Guzmán, T., María, S., Ruiz, C., & García, M. J. (2010). Wine Tourism in the Sherry Region: An Analysis from the Suppliers' Perspective. *Cuadernos de Turismo*, 299-302.
- Gatti, S., & Incerti, F. (1997). The Wine Routes as an Instrument for the Valorisation of Typical Products and Rural Areas. "Typical and Traditional Products: Rural Effect and Agro-Industrial Problems", proceedings of the 52nd EAAE Seminar, (s. 213-224).
- Gençay, A. (2009). Kentsel Dönüşüm Planlarının Urla Yerleşimi Örneğinde Peyzaj Mimarlığı Açısından Değerlendirilmesi. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Getz, D., & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27 (1), 146-158.
- Getz, D., Dowling, R., Carlsen, J., & Anderson, D. (1999). Critical Success Factors for Wine Tourism. *Journal of Wine Marketing*, 11(3), 20-43.
- Gökovalı, U. (2007). Coğrafi İşaretler ve Ekonomik Etkileri : Türkiye Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-154.
- Griffin, T., & Loersch, A. (2006). The determinants of quality experiences in an emerging wine region. J. C. (Eds.) içinde, *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing* (s. 80-91). Oxford: Cabi.
- Güdücüler, M. (2012). Urla'da Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm. *International Journal of Social and Economic Sciences* 2 (2), 67-78.
- Güneri, D. (2013). Kapadokya Bölgesi Soğanlı Vadisinde Bulunan Bizans Dönemine Ait Şarap İşlikleri. T.C. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı, Sanat Tarihi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.
- Gürdamar, E. (2021). Erken Cumhuriyet Döneminde Şarapçılığın Gelişimi ve Tekel İdaresi'nin Kalkınma Yolundaki Adımları. *Tarih Okulu Dergisi (TOD)(L)*, 83-107.

- Gürler, M. (2020). Gastronomi Şehri Paydaşlarının Şarap Turizmine Yönelik Bakış Açıları: Hatay Örneği. İskenderun Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Gürsoy, D. (2003). *İnceliklerin Kadehindeki Şarap*. Oğlak Yayınları.
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2000). Wine Tourism in the Mediterranean: A Tool for Restructuring and Development. *Thunderbird International Business Review*, Vol. 42(4), 445–465.
- Hall, C. M., Longo, A., Mitchell, R., & Jhonson, G. (2009). Wine Tourism in new Zealand. *Wine tourism around the world* (s. 150-174). içinde
- Hammersley, M. (2013). *What is qualitative research?* Bloomsbury Academic.
- Hancock, B., Ockleford, E., & Windridge, K. (2009). *An Introduction to Qualitative Research*. The NI HR Research Design Service for Yorkshire & the Humber.
- Haven, T., & Grootel, L. (2019). Preregistering qualitative research. *Accountability in Research*, Vol. 26, No. 3 , 229–244.
- Himmetoğlu, M. F. (2020). Kadim Ön Asya’da İki Müskirat: Bira ve Şarap. *Kebikeç, Sayı:49 , İnsan bilimleri için kaynak araştırmaları dergisi*, 51-72.
- Hoshino, W., & Shimowatari, T. (2014). Development and Changes in New Zealand Wine Industry. *Bulletin of the Department of Food Business, Nihon University*,, 45-60.
- Ingrassia, M., Altamore, L., Bellia, C., Grasso, G., Silva, P., Bacarella, S., . . . Chironi, S. (2022). Visitor’s Motivational Framework and Wine Routes’ Contribution to Sustainable Agriculture and Tourism. *Sustainability*, 1-35.
- İçli, G. (2010). Pazarlama İletişimi Araçlarının Türk Şarap Sektörü Açısından İncelenmesi. 127-133.
- İçöz, O. (2013). Turistik Ürün Pazarlamasında Marka İmajının Rolü ve Bölgesel Marka İmajı Yaratma. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü , Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm işletmeciliği Programı, Doktora Tezi, İzmir.

- İlbaş, A. İ. (2009). *Organik Tarım İlkeler ve Ulusal Mevzuat*. Ankara: Eflatun Kitapevi.
- İzmir Kalkınma Ajansı. (2014). *Yarımada Sürdürülebilir Kalkınma Stratejisi, 2014-2023*. İzmir: İZKA.
- Kahraman, M. (2018). Akdeniz Bölgesi'nin Turizm Coğrafyası. *Türkiye Turizm Coğrafyası*, 413-432.
- Kan, M., & Gülçubuk, M. (2008). Kırsal Ekonominin Canlanmasında ve Yerel Sahiplenmede Coğrafi İşaretler. *Journal of Agricultural Faculty of Uludag University, Cilt 22, Sayı 2*, 57-66.
- Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22)*, 93-101.
- Karabulut, B., & Akyürek, S. (2022). Bağcılık ve Turizm Kapsamında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (Bibliometric Analysis of Studies Conducted on Viticulture and Tourism). *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 490-504.
- Karagiannis, D., & Metaxas, T. (2020). Sustainable Wine Tourism Development: Case Studies from the Greek Region of Peloponnese. *Sustainability*, 1-15.
- Karahan, S., Uca, S., & Güdük, T. (2022). Nitel Araştırmalarda Görüşme Türleri ve Görüşme Tekniklerinin Uygulanma Süreci. *Nitel Sosyal Bilimler*, 4(1), 78-101.
- Karamahmutoğlu, E. (2019). Türkiye Tanıtımında Gastronomik Değerlerin Yeri Ve İhtiyaç Analizi. T.C. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi, Cilt:1, Sayı:1*, 62-80.
- Kargiglioğlu, Ş., & Kabacık, M. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Urla Enginar Festivaline Gelen Turistlerin Festival Hakkındaki Görüşleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 409-421.
- Kasarloğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T., & Sarıbaş, K. S. (2021). Ulusal Alanyazınında Şarap Turizminin Değerlendirilmesi ve Türkiye Şarap Turizminde Yeni Bir Ürün Olarak Bağ Rotaları: Urla Bağ Yolu Örnek Olay İncelemesi. *Van*

Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 172-194.

- Kaya, R. S. (2019). Sayfiye Yerleşimleri Kıyı Kullanımı Sorunları: Urla Örneği. İstanbul T.C. Maltepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimarlık Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Kaya, Z. (2017). Şarap Üretimi ve Kalite. *Aydın Gastronomi*, 1(2), 17-30.
- Kayıkçıoğlu, S., & Arıkan, Ü. (2020). Dünya Şarapçılık Sektörüne Genel Bir Bakış. *Global Business Research Congress* (s. 219-223). PressAcademia Procedia, V.11.
- Kıracı, M. A., & Şenol, M. A. (2017). Türkiye Bağcılığında Ekonomik Durum Analizi. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(Özel Sayı), 122-131.
- Kırcalı, Ç. (2019). Urla Bölgesi Kırsal Mimari Mirasının Karakteristikleri ve Koruma Sorunları. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Restorasyon Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Koday, S., & Akbaş, F. (2020). Kırsal Turizmin Gelişimi ile İlgili Olarak Yerel Halkın Algıları: Urla (İzmir) Örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (2), 689-703.
- Kolyesnikova, N., & Dodd, T. H. (2009). There is no such thing as a free wine tasting: The effect of a tasting fee on obligation to buy. . *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 2009, 26.8 , 806-819.
- Konya Ticaret Odası. (2019). *Portekiz Ülke Raporu*. Konya Ticaret Odası, Dış Ticaret Müdürlüğü.
- Köse, B., & Çelik, S. A. (2017). Dünyada ve Türkiye’de Bağcılık Turizmi. *International Rural Tourism and Development Journal*(E-ISSN: 2602-4462, 1 (2)), 29-34.
- Köse, B., & Odabaş, F. (2005). Bağcılıkta Organik Tarım. *OMÜ Zir. Fak. Dergisi*, 20(3), 96-104.
- Krefting, L. (1991). Rigor in qualitative research: the assessment of trustworthiness. *The American Journal of Occupational Therapy*, 45 (3), 214-222.
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

- Kumral, F. (2010). Cumhuriyet'in İlk Yıllarında İzmir'de Bağ ve Bağcılık. T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Kurtar, E., & Ayan, A. (2004). Organik Tarım ve Türkiye'deki Durumu. *OMÜ Zir. Fak. Dergisi*, 19(1), 56-64.
- Kuş, S. (2011). *Dünya'da ve Türkiye'de Alkol Kontrolü Politikaları*. Ankara: Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu.
- Labuschagne, A. (2003). Qualitative Research - Airy Fairy or Fundamental? <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR8-1/.html>. *The Qualitative Report* 8 (1), 100-103.
- Lafli, E. (2017). Antik Hellen ve Roma Dönemlerinde Anadolu'da Bağcılık ve Şarapçılık. *Üzümün Akdeniz'deki Yolculuğu* (s. 19-56). İzmir: Dinç Ofset Matbaa.
- Lapsley, J. T., Alston, J. M., & Sambucci, O. (2019). The US Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 105-129). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Lee, H. (2023). How Wine Tourism Affects Brand Loyalty: A TripAdvisor Review Analysis in the Case of the Ribera del Duero. Universtat Jaume, Master Thesis.
- Leeuwen, C., & Darriet, P. (2016). The Impact of Climate Change on Viticulture and Wine Quality. *American Association of Wine Economists*, 150–167.
- Lopes, A., Silva, C., Seabra, C., & Abrantes, J. L. (2018). Wine Routes: Development of Wine Regions and Local Communities. *International Journal of Multidisciplinarity in Business and Science*, Vol.4, No.5, 39-44.
- López-Guzmán, T., Rodríguez-García, J., Sánchez-Cañizares, S., & José Luján-García, M. (2011). The development of wine tourism in Spain. *International Journal of Wine Business Research*, 23(4), 374-386.
- Mack, Natasha; Cynthia, Woodson; Macqueen, Kathleen M.; Guest, Greg ; Namey, Emily. (2005). *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*. Family Health International.
- Man, C. M., & Slave, C. (2022). The Wine Routes in France. 8th International Scientific Conference – ERAZ 2022 – Conference Proceedings, (s. 269-275).

- Manila, M. (2012). Wine Tourism – A Great Tourism Offer Face To New Challenges. *Journal of tourism*, 54-60.
- Maretti, M., & Salvatore, R. (2012). The Link between Sustainable Tourism and Local Social Development. *A Sociological Reassessment, Sociologica*, 6(2), 0-0 , 1-21.
- Martínez-Falcó, J., Marco-Lajara, B., Zaragoza-Sáez, P., & Sánchez-García, E. (2023). Wine tourism in Spain: The economic impact derived from visits to wineries and museums on wine routes. *Revista Investigaciones Turísticas*, n° 25 , 168-195.
- Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L.Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews,Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu, and B. Zhou (eds.). (2021). *Climate Change 2021 The Physical Science, Basis Contribution of Working Group I*. Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC, Switzerland.
- Merino, J. (2019). The Argentinean Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 155-176). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Mitchell, R. (2006). Influences on Post-visit Wine Purchase (and non-purchase) by New Zealand Winery Visitors. *Global Wine Tourism, Research, Management and Marketing* (s. 95-109). içinde CABI.
- Montella, M. M. (2017). Wine Tourism and Sustainability: A Review. *Sustainability*, 9, 113, s. 1-11.
- Mora, G. M. (2019). *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 177-200). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Mutlu, G. (2020). Antikçağ'da Üzüm / şarabın halk tıbbında kullanımı. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(61), 3266-3276.
- Norrie, P. (2019). Royal Medicine: Wine Used as a Medicine through the Ages. P. Norrie içinde, *The History of Wine as a Medicine:From its Beginnings in China to the Present Day* (s. 5-12). Cambridge Scholars Publishing.
- Nowak, I., L., & Newton, S. (2008). Using winery web sites to launch relationships with Millennials. *International Journal of Wine Business Research*, 20(1), 53-67.

- OIV. (2008). *Sustainable Vitiviniculture Guide: Environmental Issues*. International Organisation of Vine and Wine (OIV).
- OIV. (2015). *Greenhouse gases accounting in the vine and wine sector – recognised gases and inventory of emissions and sequestrations*. OIV.
- OIV. (2016). *OIV General Principles of Sustainable Viticulture , Environmental, Social , Economic and Cultural Aspect*. OIV.
- OIV. (2017). *OIV MSc in Wine Management*. OIV MSc.
- OIV. (2021). *Sustainable Use of Water in Winegrape Vineyards*. OIV.
- OIV. (2022 b). *World Wine Production Outlook. 2022 Wine Production - OIV First Estimates*. OIV.
- OIV. (2022a). *State of the World Vine and Wine Sector 2021*. OIV.
- OIV. (2023). *State of the World Vine and Wine Sector in 2022*. OIV.
- Olaru, O. (2012). Wine tourism–An opportunity for the development of wine industry. *Seria Științe Economice. Timișoara*,(18), 158-165.
- O'Neill, M., & Charters, S. (2006). Survey Timing and Visitor Perceptions of Cellar Door Quality. *Global Wine Tourism; Research, Management and Marketing* (s. 161-176). içinde CABI.
- Oyan, S. (2019). Şarap Turistlerine Yönelik Bir İnceleme: Portekiz ve Türkiye Şarap Rotaları Karşılaştırması. *Yüksek Lisans Tezi*. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bilim Dalı, Mersin.
- Oyan, S., & Akdağ, G. (2020). Farklı Şarap Destinasyonlarını Ziyaret eden Turistlerin Mukayesesi: Portekiz ve Türkiye Şarap Rotaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (4), 2785-2801.
- Ömür, M. (2016). *Türk Şarapçılığı 2016 Raporu*.
- Özgen, N. (2010). Doğu Anadolu Bölgesi'nin doğal turizm potansiyelinin belirlenmesi ve planlamaya yönelik öneriler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, Cilt:7, sayı:2, 1408-1438.

- Perzolla, V., Carr, C., & Westland, S. (2018). Proactive Collaborative Conservation Museums and Companies Working Towards Sustainability. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 8 (3), 321-341.
- Poitras, L., & Getz, D. (2006). Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 14:5, 425-448.
- Quadri-Felitti, D. L., & Fiore, A. M. (2012). Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18(1), 3-15.
- Ramos, P., Vasco Ribeiro, S., & Almeida, N. (2018). Main challenges, trends and opportunities for wine tourism in Portugal. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 680-687.
- Romano, M. F., & Natilli, M. (2009). Wine tourism in Italy: New profiles, styles of consumption, ways of touring. *Research Paper, Vol. 57 No 4* , 463-475.
- Sağlam, H., & Çalkan Sağlam, Ö. (2018). Türkiye Bağıcılığına Tarihsel Bir Bakış; Asma Genetik Kaynaklarının Önemi. *Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 32(3), 601-606.
- Salas-Zapata, W. A., & Ortiz-Muñoz, S. M. (2019). Analysis of meanings of the concept of sustainability. *Sustainable Development*, 27 , 153-161.
- Sallan Gül, S., & Kahya Nizam, Ö. (2021). Sosya Bilimlerde İçerik ve Söylem Analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 42, Özel Sayı: 1, Ö181- Ö198.
- Salvado, J. (2016). Wine culture, territory/landscape and tourism, the enotourism key pillars: How to get business success and territorial sustainability inside tourism ecosystem?. 391-414.
- Salvado, J., & Kastenholtz, E. (2017). Sustainable Wine Tourism Eco-systems through Co-opetition. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, no:27/28, s. 1917-1931.
- Sami, K. (2015). Güneydoğu Anadolu Bölgesi: Sosyo-Kültürel Değişim Sürecinde Geleneksel Konutun Serencamı. *Atatürk Dil ve Tarih Dergisi*, C, 1117-1103.

- Santos, F. A., Vavdinis, N., & Martinez, L. F. (2020). Progress and prospects for research of Wine Tourism in Portugal. *PASOS*, 159-170.
- Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., & Santos-Pavon, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 718-730.
- Sarıtaş, H., & Utku, M. (2016). Denizli İli Şarap İmalat Sektörü Analizi ve Maliyet Muhasebesi Uygulama Politikalarına İlişkin Bir Değerlendirme. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(26).
- Sawyer, G., & Oligschlaeger, C. (2021, January). Making Wine in France. European Association of Remote Sensing Companies, IIASA.
- Sezer, İ. (2018). Karadeniz Bölgesi'nin Turizm Coğrafyası. *Türkiye Turizm Coğrafyası* (s. 623-670). içinde İstanbul: Paradigma Akademi Basın Yayın Dağıtım.
- Silverman, M., Marshall, R., & Cordano, M. (2005). The Greening of the California Wine Industry: Implications for Regulators and Industry Associations. *Journal of Wine Research*, Vol. 16, No. 2, 151–169.
- Stylianou-Lambert, T., Boukas, N., & Christodoulou-Yerali, M. (2014). Museums and cultural sustainability: stakeholders, forces, and cultural policies. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 20, No. 5, 566--587.
- Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir Araştırma Yöntemi Olarak Durum Çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- TAGEM. (2021). *Organik Üzüm Yetiştiriciliği*. T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü. Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü.
- Tahar, Y. B., Haller, C., & Massa, C. (2021). Business tourism in the wine sector: an exploratory study. *Journal of Wine Research*, Vol. 32, No. 4,, 262–280.
- Tarım ve Orman Bakanlığı. (2021). *Sürdürülebilir Gıda Sistemleri Ülke Raporu Türkiye 2021*.

- TBMM. (2003). *Uluslararası Bağ ve Şarap Örgütünün Kuruluş Anlaşmasının Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun Tasarısı ve Dışışleri Komisyonu Raporu (1/662)*. Dışışleri Komisyon Raporu. TBMM.
- Tekindal, M., & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. *Ufkun Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153-182.
- TEPGE (Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü). (2021 , Ocak). *Tarım Ürünleri Piyasaları, Üzüm*. Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
- TEPGE. (2023 Temmuz). *Tarım Ürünleri Piyasaları, Üzüm*. T.C. Orman Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü.
- Terzi, O., & Göker, C. (2021). *2023 Yılına Doğru Alkolllü İçecek Sektörü , Tarım ve Dış Ticaret Ekosistemi Açısından Değerlendirmesi*. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu.
- Thaliath, A., & Kumar, D. (2015). Analyzing the Correlation Aspect Linking Consumption of Wine Againts Understanding Wine Tourism at the Silicon Valley of India: Uncorking Wine Tourism in Bangalore. *Scholedge International Journal of Multidisciplinary & Allied Studies*, 2(8), s. 23-42.
- Tracy, S, J., (2013). Interview planning and design Sampling, recruiting, and questioning. *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*, (s. 130-156). içinde Blackwell Publishing Ltd.
- Trapp, O., & Töpfer, R. (2023). Adoption of New Winegrape Cultivars to Reduce Pesticide Use in Europe. *American Journal of Enology and Viticulture*, Volume 74, 1-5.
- Trigo, A., & Silva, P. (2022). Sustainable Development Directions for Wine Tourism in Douro Wine Region, Portugal. *Sustainability*, 14, 3949, 1-24.
- Trioli, G., Sacchi, A., Corbo, C., & Trevisan, M. (2015). Environmental impact of vinegrowing and winemaking inputs: an European Surway. *Internet Journal of Viticulture and enology*, 1-8.

- Turhan, Ş. (2005). Tarımda Sürdürülebilirlik ve Organik Tarım. *Tarım Ekonomisi Dergisi* ; 11(1), 13-24.
- Turner, D., Lucieer, A., & Watson, C. (2011). Development of an Unmanned Aerial Vehicle (UAV) for hyper resolution vineyardmapping based on visible, multispectral, and thermal imagery. *School of Geography and Environmental Studies, University of Tasmania, Hobart, 7001*.
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(14 (23)), 47-50.
- Türker, N., & Alaeddinoğlu, F. (2016). From Wine Production to Wine Tourism Experience: the Case of Anatolia, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 25-37.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- Ugaglia, A. A., Cardebat, J.-M., & Jiao, L. (2019). The French Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 17-46). içinde Springer Nature Switzerland AG.
- Uğurlu, M. (2013). Türkiye’de Şarap Sektörü , Firmaların Sürdürülebilir Rekabet Gücü, Pazarlama Stratejileri ve Tüketici Eğilimleri. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ.
- Uhri, A. (2017). Üzümün Doğu Akdeniz’deki Uzun Yolculuğu. *Üzümün Akdeniz’deki Yolculuğu, Konferans Bildirileri* (s. 11-17). İzmir: Dinç Ofset Matbaa.
- Uluçay, B. (1996). Türkiye’ de Yapılan Şarap Etiket ve Ambalajlarının Tarihsel Süreç İçerisinde incelenmesi ve Bir Tasanın Çalışması. T.C. Anadolu Üniversitesi , Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- UNWTO. (2016). Georgia Declaration on Wine Tourism. *Fostering sustainable tourism development through intangible cultural heritage* (s. 1-3). UNWTO.

- UNWTO. (2021a). Wine Routes of the United States of America. The Wine Routes of the World. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021b). Wine Routes of Argentina. The Wine Routes of the World. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021c). Wine Routes of Chile. *The Wine Routes of the World*. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021d). Wine Routes of France. *The Wine Routes of The World*. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021e). Wine Routes of Germany. *The Wine Routes of the World*. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021f). Wine Routs of Italy. The Wine Routs of the World. Spain: UNWTO.
- UNWTO. (2021g). Wine Routes of Portugal. *The Wine Routes of the World*. Spain: UNWTO.
- UNWTO.(2021h).Wine Routes of South Africa. *The Wine Routes of the World*. Spain: UNWTO.
- UNWTO.(2021ı).Wine Routes of Spain. The Wine Routes of the World. Spain: UNWTO.
- UNWTO, World Tourism Organization . (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. UNWTO , World Tourism Organization .
- Urla Belediyesi. (2015). *2015-2019 Stratejik Plan*. Urla: Urla Belediyesi.
- Urla Belediyesi. (2016). *T.C. İzmir İli Urla Belediyesi Meclis Kararı*. Urla Belediyesi, 11.07.2016.
- USDA. (1980). *Report and Recommendation on Organik Farming*. United States Department of Agriculture, USDA.
- Utku, M. (2015). *Şarap Üretim İşletmelerinde Maliyet Sistemi ve Bir Uygulama* . Pamukkale Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İşletme Ana Bilim Dalı,Genel İşletme Programı, Denizli.
- Utku, M. (2022). *Şarap İşletmelerinde Maliyet Yönetimi*. Ankara: İKSAD Yayınevi.
- Uysal, H. (2016). Türkiye'de Şaraplık üzüm Üretimindeki Gelişmeler. *Üzümün Akdeniz'deki Yolculuğu, Konferans Bildirileri* (s. 65-77). İzmir: İzmir Akdeniz Akademisi.

- Varia, F., Macaluso, D., Agosta, I., Spatafora, F., & Guccione, G. D. (2021). Transitioning towards Organic Farming: Perspectives for the Future of the Italian Organic Wine Sector. *Sustainability*, 13, 2815, s. 2-15.
- Vink, N. (2019). The South African Wine Industry. *The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics* (s. 201-223). içinde Springer Nature Switzerland AG: Palgrave Macmillan.
- Weber, C. (2011). *Discover Germany's Wine Regions*. Merian live, Travel House Media. https://www.saksanviinitiedotus.fi/wp-content/uploads/pdf/2012_Weinregionen_DWI_englisch_1.pdf adresinden alınmıştır
- Willer, H., & Zanoli, R. (2000). Organic Viticulture in Europe. *Proceedings 6th International Congress on Organic Viticulture, 25-26 August 2000*, (s. 23-27).
- Woldarsky, V., & Geny-Denis, L. (2019). Development of a best practice manual in wine tourism in Portugal. *EDP Sciences, BIO Web of Conferences 12, 41st World Congress of Vine and Wine*, 1-8.
- Yahşi, İ. (1995). Şarap Endüstrisinde Halkla İlişkiler. T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tanıtım ve Halkla İlişkiler Bölümü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yavuz, A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 14, 63-86.
- Yeşil, S. (2021). Kültür Ekonomisi ve Endüstrisi Bağlamında Üzümün Hikayesi : Nevşehir Örneği. T.C. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.
- Yeşilyurt Er, A. (2009). Bazı Şaraplık Üzüm Çeşitlerinde Organik ve Konvansiyonel Üzüm Yetiştiriciliğinin Vegetatif Gelişme; Meyve, Şıra, Şarap Verim ve Kalitesine Etkileri Üzerinde Araştırmalar. Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı, Doktora Tezi , İzmir.

- Yetik, A. K., Aşık, M., Seçme, H., Karaer, M., & Candoğan, B. N. (2021). Tarımda Nesnelerin İnterneti (IoT) ve Uygulamaları. *Sürdürülebilirlik İçin Gıda, Çevre, Tarımsal Ormancılık ve Tarımda Yeni Araştırmalar* (s. 87-126). içinde Ankara: İKSAD.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 9.Genişletilmiş Basım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. 12.Genişletilmiş Basım, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, D., Özönur, A., Darıcı, M., & Cabaroğlu, T. (2023). Yörenin (Şarköy/Tekirdağ-Urla/İzmir) Cabernet Sauvignon Üzüm ve Şaraplarının Genel Bileşimi ve Fenolojik Bileşikleri Üzerine Etkisi. *BAHÇE 52 (Özel Sayı 1)*, 276-285.
- Yıldırım, F. E. (2010). Türkiye'de Bağ Alanlarının Coğrafi Dağılışı ve Üzüm Üretimi. T.C.Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya (Türkiye Coğrafyası) Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Yıldız, Ö. E. (2009). Türkiye'de Şarap Turizmi, Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli. T.C Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü , Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Programı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Yıldız, S., & Güner, D. (2021). Şarap Turizmi. *Alternatif Turizm Kapsamında Güncel Konular ve Araştırmalar* (s. 63-81). içinde İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Yılmaz, F., & Topçu, P. (2018). Kamu Yatırımları ve Politikaları Kapsamında Türkiye'de Bağcılık Sektörü. *BAHÇE 47 (Özel Sayı 1: Türkiye 9. Bağcılık ve Teknolojileri Sempozyumu)*, 229-235.
- Yılmaz, İ., & Akay, E. (2020). Özel İlgi Turizminde Şarap Turizmi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 13(2), 83-94.
- Yuan, J., Jang, S., Cai, L. A., Morrison, A. M., & J.Linton, S. (2006). Analysis of Motivational and Promotional Effects of a Wine Festival . *Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing* (s. 196-208). içinde CAB International.
- Yüksek Güler, P. (2008). Tekirdağ İli Şarköy İlçesinde Şarap İşletmeleri İle Üzüm Üreticilerinin Çeşit Seçimlerini Etkileyen Faktörlerin Karşılaştırmalı Analizi. T.C.

Namık kemal Üniversitesi Fen bilimleri Enstitüsü, Tarım ekonomisi ana Bilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, Tekirdağ.

Yüncü, H. R. (2010). Şarap Turizmi Bölgelerinin Rekabet Edebilirliğine Yönelik Bir Model Önerisi: Kapodokya Örneği. Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.

Zoğal, V. (2016). Urla'da (İzmir) İkinci Konutların Turizm Coğrafyası Yaklaşımıyla Değerlendirilmesi. T.C.Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Ana Bilim Dalı, Beşeri ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Zorlu, Ö., & Erkuş, G. (2018). Kültür turlarında turist şikâyetleri ve şikâyet davranışları. Turist Rehberliği Dergisi (TURED), 1(1), 31-40.

İnternet Kaynakları

<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi 02.05.2023)

www.fao.org (Erişim Tarihi 03.05.2022)

www.fao.org (Erişim Tarihi 03.05.2022)

<https://www.britannica.com/topic/wine/Fermentation> (Erişim Tarihi 11.12.2022) .

<https://www.britannica.com/topic/wine/Fermentation> (Erişim Tarihi 11.12.2022)

<https://www.britannica.com/topic/wine/Fermentation> (Erişim Tarihi 11.12.2022)

<https://www.britannica.com/topic/wine/Fermentation> (Erişim Tarihi 11.12.2022)

https://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-bag-ve-sarap-orgutu-_oiv_-ve-ab-uyeligi-baglaminda-turk-sarap-sektoru-_potansiyel-firsatlar-ve-tehditler-.tr.mfa (Erişim Tarihi 20.11.2022)

https://www.mfa.gov.tr/uluslararasi-bag-ve-sarap-orgutu-_oiv_-ve-ab-uyeligi-baglaminda-turk-sarap-sektoru-_potansiyel-firsatlar-ve-tehditler-.tr.mfa (Erişim Tarihi 13.06.2023)

<https://www.turizmgunlugu.com/2019/11/07/urla-dunyanin-en-iyi-bag-rotasi/> (Erişim Tarihi 01.11.2022)

<http://www.limantepe.com/#confirmation> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<http://www.urlice.com/index.html> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<https://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hurriyet-cumartesi/guzel-sarabin-iki-sirri-kadin-inadi-ve-annelik-icgudusu-36920150> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<https://www.ha-ber.com/turkiyede-uretilen-sarap-almanyada-birincilik-aldi/86106/>(Erişim Tarihi 19.05.2023).

<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/turk-sarabi-berlinde-tanitildi-40404504> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<https://www.ha-ber.com/turkiyede-uretilen-sarap-almanyada-birincilik-aldi/86106/> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<https://www.ha-ber.com/turkiyede-uretilen-sarap-almanyada-birincilik-aldi/86106/> (Erişim Tarihi 19.05.2023) .

<https://www.usca.com.tr/Anasayfa> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<http://www.urlasarapcilik.com.tr/baglarimiz> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<http://www.mmgsarapcilik.com/#about> (Erişim Tarihi 19.05.2023)

<http://www.mmgsarapcilik.com/#our-story> (Erişim tarihi 19.05.2023)

<https://www.hurriyet.com.tr/ege/her-adimda-tarih-var-40097325>, (Erişim Tarihi 17.10.2023).

<https://www.turizmaktuel.com/haber/urla-sarap-turizmiyle-one-cikacak> (Erişim Tarihi 01.11.2022)

<https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/gungor-uras/urla-da-bag-yolu-turizmi-2245467> (Erişim Tarihi 01.11.2022).

<https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/co%C4%9Frafi-i%C5%9Faret-nedir> (Erişim tarihi 26.05.2023).

<https://ci.turkpatent.gov.tr/> (Erişim tarihi 30.05.2023)

<https://ci.turkpatent.gov.tr/> (Erişim tarihi 30.05.2023).

<https://urlacantv radyo.com.tr/kopanisti-peyniri-unutulmaya-yuz-tuttu/> (Erişim Tarihi 25.05.2023)

<https://www.winetourism.com/wine-country/france/> (Erişim Tarihi 21.11.2022)

<https://www.lelongweekend.com/best-wine-regions-of-france-french-vineyards/> (Erişim Tarihi 21.11.2022).

<https://www.britannica.com/topic/wine/France> (Erişim Tarihi 21.11.2022).

<https://acevin.es/asociacion#:~:text=Promover%20y%20facilitar%20las%20adaptaciones,so cial%20de%20las%20ciudades%20miembros> (Erişim Tarihi 09.05.2023)

<https://www.wine-searcher.com/regions-beira+interior> (Erişim Tarihi:01.10.2023)

<https://www.falstaff.com/en/regions/portugal-tagus-river> (Erişim Tarihi 26.05.2024)

<https://www.portugal.com/food-drink/setubal-wine/> (Erişim Tarihi: 01.10.2023)

<https://www.wine-searcher.com/regions-algarve> (Erişim Tarihi:01.10.2023)

<https://www.wine-searcher.com/regions-madeira> (Erişim Tarihi:01.10.2023)

<https://www.wosa.co.za/The-Industry/History/Three-Centuries-of-Cape-Wine/> (Erişim Tarihi 07.06.2023)

<https://www.wosa.co.za/The-Industry/Statistics/World-Statistics/> (Erişim Tarihi 27.05.2024)

<https://southamericawineguide.com/cordoba-wine-region-guide-argentina/> (Erişim Tarihi: 01.10.2023)

<https://www.aydinlik.com.tr/haber/anavataninda-yetim-kalan-sarap-1786> (Erişim Tarihi 07.09.2023)

<https://www.arkeolojikhaber.com/haber-yilin-turizm-odulu-trakya-bag-rotasinin-4755/> (Erişim Tarihi: 15.11.2023)

<https://vineyards.goturkiye.com/tr/trakya-uzumbaglari-rotasi> (Erişim tarihi 15.11.2023)

<https://www.gaporganik.org/tr/urunlerVeFirmalar>, (Erişim Tarihi: 07.10.2023)

<https://www.vivino.com/wine-regions/mediterranean>, (Erişim Tarihi: 07.10.2023).

<https://www.unwto.org/sustainable-development>, (Erişim Tarihi: 02.10.2023)

<https://www.unwto.org/EU-guidebook-on-sustainable-tourism-for-development>, (Erişim Tarihi 02.10.2023)

<https://urla.org.tr/yerlesim/kadiovacik/> (Erişim Tarihi 01.05.2024)

<https://www.yarimadaizmir.com/tr/Sayfa/47/30/yarimada#sub-page-content> (Erişim Tarihi 28.09.2022)

<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77470/urla.html> (Erişim Tarihi 01.11.2022)

<https://www.izmirdergisi.com/tr/dergi-arsivi/57-33uncu-sayi/1444-doga-ve-tarihin-kucaginda-bir-izmir-incisi-urla> (Erişim Tarihi 08.02.2023)

<http://www.urla.gov.tr/urla-tarihi> (Erişim Tarihi 01.11.2022)

<https://www.cnnturk.com/seyahat/urlada-gezilecek-yerler-urlada-ne-yapilir-yapilacaklar-listesi>, (Erişim Tarihi 29.08.2022)

www.tuik.gov.tr/duyuru/favori_raporlar (Erişim Tarihi 08.02.2023)

<https://izmir.ktb.gov.tr/TR-77470/urla.html> (Erişim tarihi 01.11.2022)

<https://www.izmir.bel.tr/tr/Haberler/yarimadada-hayati-yakala/16028/156>, Erişim Tarihi 23.09.2023)

<https://tripadvisor.mediaroom.com/TR-about-us>, (Erişim Tarihi: 16.10.2023)

8. EKLER

Ek 1. Görüşme Soruları



Değerli Katılımcı; Bu çalışma Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Doktora Programı kapsamında Prof. Dr. Osman Eralp ÇOLAKOĞLU danışmanlığında yapılmakta olan “Urla Şarap Turizminin Sürdürülebilirliğinin Değerlendirilmesi ve Urla Bağ Yolu Rotası” konulu doktora tezidir. Çalışma kapsamında vereceğiniz yanıtlar gizli tutulacak olup sadece bilimsel amaçlarla kullanılacaktır.

Helin Aslıhan HAZNEDAR

Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Doktora Öğrencisi

GÖRÜŞME SORULARI

1-) Bir işletmeci olarak mekanınız hakkındaki düşünceleriniz nasıldır?

- İşletmenizde konaklama imkanı sunuyor musunuz? Konaklama talebi çok olduğunda arttırmayı düşünür müsünüz?
- 18 yaşından küçük çocukların mekana alınamaması nedeni ile mekanınızda sadece çocuklara yönelik etkinlik düzenlemeyi düşünür müsünüz?

2-) İşletmenizi insan kaynakları açısından değerlendirdiğinizde;

- Şarap konusunda özel eğitim almış eğitimli personel çalıştırıyor musunuz?
- Şarap servisi konusunda ve şarap tadımı konusunda eğitim almış personeliniz var mı?
- Şarap üretiminde çalışan elemanlarınız eğitimli mi?

- Çalışanlarınıza servislerin aksaması konusunda şikayet geldiğinde ne yapıyor sunuz ?

3-) Urla'da üretilen şarapların markalaşması için ne gibi faaliyetler yürütüyorsunuz?

- Sosyal medyayı kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz.

- Kaliteli Urla şarabının marka olarak tanıtılmasında paydaşların rolü nedir? Birlikte hareket ediyor musunuz?

4-) Ulusal ve Uluslararası şarap festivali düzenlemesini destekler misiniz?

