

ÖZEL İLGI TURİZMİNDE ŞARAP TURİZMİ



İlkay Yılmaz^{1,a}, Ecem Akay^{2,b,*}

¹*İstanbul Ayyansaray Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye*

²*İstanbul Ayyansaray Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye*

**Sorumlu Yazar:*

E-mail: akay_ecem@outlook.com

a:  ORCID 0000-0001-5938-3112, b:  ORCID 0000-0001-8618-7248

ÖZET

Turizm kavramı günümüzde gelişmekte olup aynı zamanda sosyal ve ekonomik anlamda gelişimini tamamlayan ülkeler tarafından özellikle çalışılmakta olan bir alandır. Değişen ve gelişen koşullar düşünüldüğünde artık ülkemizde de turizm kavramı kendi içerisinde revizeye uğramış, nihayet bir sahil kasabasında, kumsalda olup güneşlenmekten öte bir hale gelmiştir. İnsanların yüzyıllardır şaraba olan alakası, şarabın üretimi, kültürü ve dini etkisi çeşitli rotaların şarap turizmi açısından ismini duyurmuştur. Eskiçağlarda şarap şifa olarak algılanmış ve tanrılara adanan kutsal törenlerde kullanılan şarap günümüzde farklı bir boyuta evrilmiştir. Dünya Turizm Örgütüne göre özel ilgi turizmi “belirli bir teması olan turistik merkeze veya merkezlere seyahat etmek, kişisel ilgi alanları için gelişme amacı ortaya koyan bireylerin, kişisel veya topluluk olarak gerçekleştirdikleri turizm faaliyeti” şeklinde tanımlanmıştır. Bu çalışma kapsamında özel ilgi turizmi kavramı doğrultusunda Şarap Turizmi incelenmiştir. Şarabın tarihi ve gelişimi, şarap turistlerinin özellikleri, Türkiye’de şarap rotaları ve özel ilgi turizminin geliştirilmesi konuları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şarap turizmi, özel ilgi turizmi, bağcılık, sürdürülebilir turizm, şarap turisti.

WINE TOURISM IN SPECIAL INTEREST TOURISM

ABSTRACT

The concept of tourism is developing today and it is an area that is especially studied by countries that complete their development in social and economic terms. Considering the changign and developing conditions, the concept of tourism has also been revised in our country and it has finalley become more then a sunbathing in a seaside town, on the beach. People’s interest in wine for centuries, the production, culture and religious influence of wine have made their name known in terms of wine tourism of various routes. Wine was perceived as healing in ancient times and the wine used in sacred ceremonies devoted to the gods has evolved to a different dimension today. According to the World Tourism Organization, special interest tourism has been defined as “tourism activity carried out by individuals or individuals who set out to develop a personal theme as a travel or to a touristic center or centers with a specific purpose. The history and development of the wine, the characteristics of wine tourists, wine trails and the development of special interest tourism issues in Turkey were discussed.

Keywords: Wine tourism, special interest tourism, viticulture, sustainable tourism, wine tourist.

GİRİŞ

Geçtiğimiz yüzyıl, özellikle sanayi devrimi sonrasında teknolojide yaşanan ilerleme insanlık tarihinde sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan da birçok değişimi beraberinde getirmiştir. Bu çağ ile beraber şehirleşme yaygınlaşmış, kişilerin eğitim ve ekonomik düzeyi artmıştır. Tüm bunlara paralel olarak bu yüzyılın ikinci yarısı ile beraber kişiler, turizm faaliyetinde etkin olmuşlardır [1]. Bu faaliyetler çeşitli turizm dallarını da beraberinde getirmiştir. Bu dallardan şarap turizminin dünya genelindeki dağılımına bakıldığında çeşitli ülkelerde sektörün gelişmiş olduğu gözler önüne serilir. Buna göre; dünya genelinde aktif üzüm tarımı yapılan alanlar bakımından ülkemiz dördüncü sırada yer alırken, üzümünden alınan verimde sekizinci, üretimi sıralamasında beşinci ve nihayet şarap üretiminde ise onuncu sıradadır. Bu veriler ışığında ülkemizde üzüm tarımı, şarap ve şarap turizmi, kökeni binlerce yıl öncesinde bu topraklarda var olmasına rağmen dünya genelinde yapılan sıralamalarda henüz istenen beklenen düzeyde değildir [2]. Fakat şarap turizmine ülkemizde ve dünya genelinde etkin katılan kişi sayısının her geçen gün arttığı bilinmektedir. Nitekim çoğunlukla da kişilerin özel ilgileri perspektifinde yönelim gösterdiği tür olarak ön plandadır [3].

Dünya Turizm Örgütüne göre özel ilgi turizmi “belirli bir teması olan turistik merkeze veya merkezlere seyahat etmek, kişisel ilgi alanları için gelişme amacı ortaya koyan bireylerin, kişisel veya topluluk olarak gerçekleştirdikleri turizm faaliyeti” şeklinde tanımlanmıştır. Özel ilgi turizmi, turizm alanında bütün parametreler hakkında fikir sahibi olmayı gerektiren bir kavramdır. Dünya genelinde gelişen ve değişen koşullar düşünüldüğünde kişilerin turizm algıları ortaya konulduğunda görülmektedir ki alternatif yeni bir turizm akımına yönelim olmaktadır. Oluşan bu yeni kavram kişisel tercihleri ve buna paralel olarak sürdürülebilirliği yansıtmaktadır [4]. Bu çalışmada Dünya Turizm Örgütü’ne göre özel ilgi turizmi kavramı doğrultusunda incelenen Şarap Turizmi’ ne ait literatür bilgileri incelenmiştir.

ÖZEL İLGI TURİZMİ KAVRAMI

Turizm, günümüz koşullarında, hakkında birçok kavram çalışması yapılan ve insanların tüketim alışkanlıkları, eğlence ve dinlenme alışkanlıkları ile ilgili en çok bahsi geçen alanlardan biridir. Kavram kendi içerisinde kişiselliği de barındırdığı için aynı zamanda birçok çalışma disipliniyle paralel ilerlemek zorundadır. Bu da kavram hakkında antant kalınacak bir tanım yapılamadığını göstermektedir. Bununla birlikte bahsi geçen kavramın bilimsel açıdan değerlendirilmesinde yarar vardır. Son yıllarda insanlar tükettikleri yiyecek ve içeceklerle ilgili daha fazla bilgi sahibi olmaya başlamıştır ve tükettikleri ürünleri araştırmak ve bu ürünler ile kurdukları ilişkiyi geliştirmek istemektedirler [5]. Turizm alanı göz önünde bulundurularak incelendiğinde; özel ilgi turizmi, kişilerin veya toplulukların belirli bir alan için ilgi ve isteklerini, zamanlarını söz konusu olan deneyime yöneltmeleri şeklinde tanımlanabilir [4].

Türk Dil Kurumu “özel” kelimesini şu ifadelerle yapmaktadır: Salt bir kişiye, bir şeye ait bireye ilişkin, bireysel nitelik barındıran şeylerin hepsidir. Mevcut durumlardan farklılık gösteren şeylere özel denilmektedir. Yine Türk Dil Kurumu “ilgi” kelimesini ise şu ifadelerle yapmaktadır: İki kavram arasında herhangi bir ilişki veya dikkati özellikle belirli bir şey üzerine çekme yönelimine “ilgi” denilmektedir. Kişinin bir etkinliği

kendisine yakın görmesi, onunla arasında kurulan bağdan ötürü öncelik vermesi sürecidir [6].

Bilhassa 1980 yılında ve sonraki yıllarda gelişmeye başlamış olan bu kavram sadece günümüzde kabul edilen bir olgu değildir. İnsanlığın yeryüzünde ilk kez görülmesinden itibaren kişilerin ilgi ve istekleri seyahat planlarını oluşturduğu için özel ilgi turizmi kapsamında gerçekleşen bu seyahatler turizmin en eski dallarındandır. Değişen ve gelişen şartlar düşünüldüğünde özel ilgi turizminde, bireyler çoğunlukla bölge halkının geliştirdiği, sosyal sorumlulukların ve çevre duyarlılıklarının yoğun olduğu mevcut bölge kültürü ile ilişkili butik işletmeleri tercih etmektedir. Turizm etkinliğine katılan bu dalın temsilcileri dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar; yeni başlayanlar, meraklılar, uzmanlar ve fanatiklerdir. Özel ilgi turizmine ait etkinliklerin yapılabileceği seçenekler ise; kent içi, kırsal alan ve doğal ortam olmak üzere üçe ayrılmaktadır [7].

Özel ilgi turizmine, tarım turizmi, butik şarap üretimi ve organik yiyecek turizmi, bağ bozumları ve bunlarla ilişkili festivaller, paraşütle atlama, mağara gezileri gibi spesifik örnekler verilebilir [8].

ÖZEL İLGI TURİZMİNDE ŞARABIN TARİHÇESİ VE GELİŞİMİ

Üzümün tarihi 130 milyon yıl öncesine dayandığını bilinmekle birlikte şarabın kökeni ise; günümüzden 7000 yıl öncesine dayanmaktadır. İnsanlık tarihi kadar eski olan üzümün ve şarapçılığın Mısır ve Babil de yasalarla önemsendiğini yine yapılan çalışmalarda anlaşılmaktadır. Hitit ve Sümerler döneminde şarap, sadece kutsal törenlerde tüketilmemekteydi. Şaraba aynı zamanda tanrılara adak olarak da sunulacak kadar değer verilmekteydi. Antik Yunan da mitolojik kahramanlarla anılmakta, Hristiyanlık için kutsal sayılmaktaydı. Nitekim ilerleyen zamanlarda Ortaçağ Avrupası'nda şarap bir gereksinim olarak düşünülmüş ve dolayısıyla 17. ve 18. Yüzyılda nitelikli bir sınıfa yükseltilmiştir. 21. Yüzyıla geldiğimizde şarap, yenedünya da ise farklı bir ivme kazanmıştır [9].

Şarap, insanlık tarihine bakıldığında bira gibi bir halk içkisi olmaktan ziyade bir topluluğa, yüksek bir zümreye hitap eden içki olmuştur. Bu yüzdendir ki salt içki olmakla kalmamış kendine has bir kültür de meydana getirmiştir. Zira üretim teknikleri, tüketim teknikleri, var olduğu toprakların fiziksel unsurları gibi çeşitli etkenler onu bulunduğu konuma getirmiştir [10]. Özel ilgi turizminde şarap konusu ise; bahsi geçen turizm alanının kültüre dayalı bir dalıdır. Kültürle ilişkilendirilen turizm etkinliğinin en ayırt edici niteliği ise özgün oluşudur. Zira kültür, var olduğu topluma mahsustur. Herhangi başka bir bölgede üretimi söz konusu olamadığı gibi başka toplumlarda da varlığını sürdürmez. Bu yüzden turistler kültürün doğal ortamında etkinliklerini sürdürmelidir [11].

Şarabın üretim tarihi ile medeniyetin gelişimi arasında doğrusal bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Buna göre; MÖ. 7000 tarihinde Çin topraklarında fermente yoluyla elde edilen içeceklerin olduğuna dair bulgular elde eden arkeologlar, sırasıyla MÖ. 6000 de İran'da ve MÖ. 3000 yılında ise Mısır topraklarında üretime dair bulgulara rastlamışlardır. Şarap üretiminin Mezopotamya topraklarında başladığı ve oradan yayılıp bir teknoloji haline getirildiği düşünülmektedir [12].

Mezopotamya topraklarında önemli bir yere sahip olan şarabın, Sümer dilinde ismi; ‘Geştin’, Akad dilinde ‘Karānum’, Hititlilere ait çivi yazısından elde edilen kalıntılarda ise; ‘Wiyana’ olarak tanımlanmıştır. Tarihin o dönemlerinde tahıl gibi çeşitli yiyeceklerle birlikte şarapta özellikle tapınaklara ait depolarda ilgililer tarafından kayda alınmıştır. Mezopotamya’nın sosyo-kültürel hayatında şarabın dini açıdan önemli olduğu; tanrılara adanan kurbanlarla içilmesinden ve tanrılara sunulmasından anlaşılmaktadır, ekonomik açıdan önemi ise gündelik yaşamda tüketimi tercih edilmeyen, nispeten pahalı içecek olmasından anlaşılmaktadır [13]. Verimli topraklara ev sahipliği yapan Mezopotamya’da dört mevsimin de yaşandığı dolayısıyla iklimi ve arazi yapısıyla da ekolojik anlamda zengin olduğu bilinmektedir. Bundan birkaç bin yıl öncesinin ekolojik şartları, demografik koşulları düşünüldüğünde tarım için ayrılan arazilerin daha verimli ve sulak olduğu yine elde edilen bilgilerdendir. O dönemlerde yetiştirilen diğer ürünler gibi üzümlerin de lezzeti, rayhası ve çeşitleri günümüze kıyasla fazlaydı. M.Ö. 8000’ li yıllara dayanan şarap kültüründe, günümüze ulaşan kalıntılara göre, Hititlilerin beslenme diyetlerinde başvurduğu ana besinlerden biridir şarap. Yapım aşamasında fermente olayına dolayısıyla mayaya hâkim olabilmekte ustalayan Hititlerin yine şaraba verdiği önemden ötürü, ekmeçilik alanında da iyi olmaları çeşitli araştırmacılar tarafından belirtilmiştir [14].

Çivi yazısı ile yazılan metinlerden günümüze ışık tutan eskiçağlarda şarabın, önemli mevki sahibi kişilere sunulduğu görülmektedir. Hitit ordularını, kralın ordu başında bulunmadığı dönemlerde ‘Gal.Geştin’ olarak isimlendirilen şarap başının yönetmiş olmasından şaraba verilen önem anlaşılmaktadır [10]. O dönemde askerlerin tükettiği içeceklerin başında olan şarap, elde edilen zaferler sonrasında yapılan törenlerde de sıklıkla tüketilmiştir. Ekonomik açıdan öneminin tartışılmayacağı şarabın, birçok kavim arasında ticareti yapılmıştır [10]. Yine o dönemde askeri başarılar kadar, toplumların en önemli görevlerinin tanrılarına hizmet olduğu inancı gereği yiyecek ve içecek ikramları yapmak da büyük bir sorumluluk olarak görülmektedir. Bu inanç doğrultusunda sunulan içki ise şaraptır [13].

Ortaçağ Roma’sında Tanrılara adanan dini ayinlerde kullanılan şaraplar ise tüketilmek üzere değil genel de satış yapılması üzere kullanılmıştır. Zira yapılan satışlardan elde edilen kazançlar kilise için harcanıyordu. Söz konusu durumdan ötürü din adamları da şarap alanında teknik bilgiye hâkim olmuşlardır. Bununla birlikte yapılan araştırmalara göre şampanyayı ilk üreten kişinin de bir rahip olduğu düşünülmektedir. Günümüzde ise Avrupa da hala en kaliteli şaraplar manastırlar tarafından yapılan şaraplardır [14].

Anadolu, bulunduğu coğrafyadan ötürü bağcılık ve şarap teknolojisinin var olduğu topraklara fazlasıyla yakındır. Bu yakınlık Anadolu’yu, ticaretler ve çeşitli ilişkilerden ötürü aynı zamanda medeniyetlerin beşiği durumuna getirmiştir. Arkeolojik bulgular ve genetik alanında yapılan çalışmalarında gösterdiği gibi çok sayıda yabancı asma çeşidinden birisi, belki de en uyumlusu olan ‘vitis silvestris’ insanlığa Kafkas Dağlarının güneyinde, Karadeniz ile Hazar Denizi arasındaki arazilerde ve yüksek olmayan tepelerin yamaçlarında teslim olmuştur [15].

Paleobotanikçiler ‘Verimli Hilal’ olarak adlandırılan bölgedeki Neolitik dönemlerde görülen yerleşimde yapılan çalışmalarda üzüm çekirdekleri bulmuş, bunları incelediklerinde ise ilk kültür asmasının ne zaman oluştuğunu saptamak istemişlerdir. Günümüzden 9000 yıl öncesinde var olmuş Lübnan, Suriye, Türkiye, İsrail ve Yunanistan’daki Neolitik yerleşimde yapılan çalışmalarda fazla miktarda üzüm

çekirdeği, katılmış meyve ve salkım kalıntıları gün yüzüne çıkarılmış olup, bunlar mevcut formları ve hacimlerinden hareketle yabancı üzüm çekirdeği olarak tanımlanmıştır [15]. Şarap, Yunan ve Roma dönemlerinde de önemli bir içecektir. Öyle ki; Yunan mitolojisinde şarap tanrısı olarak anılan Dionysos yarı ölümlü bir tanrıdır. Dionysos şarabı Anadolu'dan Roma'ya ulaştırarak Roma'nın da şarapla tanışmasını sağlayan bir tanrıdır. Yılda belirli periyotlarla dört kez şarap için şenlikler düzenleyen Yunanlıların Dionysos festivallerinden en önemlisi Kent Dionysias'dır. Kent Dionysias Festivali ilkbahar mevsiminin başlarında mart ayında başlar ve birkaç gün devam eder. Festivalde insanlar dans eder, şarap içer ve eğlenirlerdi. Şenliğin ilk günü hazırlıklar için çalışılırdı, ikinci gün kurbanlar sunulur ve geçit törenleri yapılırdı, sonraki günlerde komedi ve tragedya oyunları sergilenirdi. Sergilenen oyunlara ödüller dağıtılırdı. Festival böylece Atina'nın ihtişamını sergilemiş olurdu [16].

Anadolu topraklarında, Türklerin "aslan sütü" olarak tabir ettiği rakı toplumsal cinsiyet kavramında erkeklere ait bir içki seçeneği olurken, şarap kadınların içkisi olarak benimsenmiştir. Buna ek olarak içkilerin yanında servis edilen yemekler ve atıştırılmalıklarda yine servis edilen içki türüne göre değişiklik göstermiştir [15]

Türklerin zaman içerisinde dini görüşlerinin de etkisiyle şarap tüketimi yasaklanmış olsa da yapılan varsayımlara göre 7-8 bin yıl önce bu topraklarda yetiştirilen asmalar mevcut topraklar için önem arz etmektedir. Belirtildiği gibi dini nedenler, çeşitli ekonomik sorunlar, değişen iklim dengesi gibi parametreler göz önünde bulundurulduğunda ülkemiz için bağcılık ve şarapçılık sektörü bir miktar sekteye uğramış, ivmesini kaybetmiştir. Yakın geçmişte 2014 yılına gelindiğinde 166 adet işletme zaman içerisinde şarap üretimini geliştirmiş, bu sayede çeşitli illerde ekonomik ve turizm anlamında gelirler sağlamıştır [14]

Özel İlgi Turizmi Bölümlerinde Şarap Turizmi Kavramı

Günümüzde insanların tatil ve turizm anlayışındaki değişiklikler sonucu çeşitli alternatiflere yöneldiği görülmektedir [17]. Bu açıdan özel ilgi turizmi tek bir konu üzerinde yoğunlaşan bir turizm şekli olduğu için ilgilerini geliştirmek isteyen kişiler tarafından tercih edilmektedir [18]. Özel ilgi turizminin, 1980'lerden sonra gelişmeye başlamasının sebebi, artık farkındalığı gelişmiş bireylerin kalabalıktan kaçış istekleri ve kişisel gelişime önem vermelerinden kaynaklanmaktadır. Özel ilgi turistinin alım gücü yüksektir [19].

Özel ilgi etkinlik bölümleri çevre turizmi, kültür turizmi, hobi turizmi, sağlık ve spa turizmi, spor turizmi, macera turizmi, şarap turizmi şeklindedir [20]. Şarap turizmi ile şarap bölgesine seyahat sağlanarak şarap üreticilerine pazarlama fırsatı sağlanmaktadır. Ayrıca turistler, şarap evleri ve bağları ile yerel yaşam tarzları ile ilgili deneyim elde etmekte, şarabın üretim sistemleri, bölge iklimi, kültürü ve tarihi mirası konularında toplumsal deneyim kazanmaktadırlar [21, 22, 23]. Şarap Turizminde, tüketici davranışlarına eş zamanlı olarak, işletmelerin; hedeflerine ulaşma, imaj ve marka yönetimi ve ürünleri aracısız olarak tüketiciye sunabilmeleri için oluşturulan bir fırsat da mevcuttur. Dünya genelinde fazlasıyla tercih edilen bir turizm çeşidi haline gelen şarap turizmi, kişilerin; özellikle şaraba olan ilgisini, şarabın kültür ve tarihini, üretim aşamasını ve bölgesel kimliğinin etkisiyle yolculuk etme isteğini ortaya çıkarmıştır [24]. En geniş tanımıyla şarap turizmi kavramını şöyle ifade etmek mümkündür; öncelikli motivasyon kaynağı şarap tadımı olan ve bu doğrultuda çıkılan seyahatlerde gerçekleştirilen farklı

deneyimleri kapsayan bir turizm faaliyetidir ve bu amaçla turizme katılan kişilere de ‘şarap turistleri’ denilmektedir [25]. Bahsedilen turizm çeşidi için belirlenen rotaya ulaşan turistlerin; şarap kültürünü bu rotaya olan ziyareti ve bu süreçteki tecrübelerinin her aşamasını benimsemesi lazımdır. Şarabın duyuşal özellikleri ve dolayısıyla kalitesi ile bu tecrübenin genel hattını oluşturacaktır. Belirli rotaların, günümüze kadar ki süreçte şarap yapım aşamaları ve bağcılık işleri ile yoğunluğu ve aktifliği, o rotanın ulaşılabilir bir coğrafi koşulda olması ve konu hakkında çekiciliği olması tatmin edilebilme açısından belirleyicidir [26]. Şarap turizmi, dünya genelindeki gelişimi ve bağ rotalarının etkisiyle ticari anlamda da bir değer olarak bölgesel ve ülkesel turizminin gelişimine katkıda bulunmaktadır. Hem sürdürülebilirlik hem de rekabetçilikle birlikte oluşan bu gelişime katkı sağlanmaktadır.

Dünya genelinde şarap üretiminde en fazla söz sahibi olan beş ülke vardır. Bu ülkeler; Çin, Amerika Birleşik Devletleri, Akdeniz kültürünü mutfağına en iyi yansıtan ülkelerden biri olan İtalya, gastronomi kavramının doğumunu başlatan Fransa ve İspanya’dır [14]. Şarap turizmi günümüzde yeni bir oluşum olarak bilinmektedir fakat dünya genelinde şarap bölgeleri olarak anılan, hali hazırda var olan ve süreç içerisinde ivmesi katlanarak yürüyen bir turizm çeşididir. Napa Vadisi, Rioja, Loire Vadisi, Rhone Vadisi, Toskana bu anlamda önemli gelişmeleri olan rotalardır. Fransa, İtalya, Almanya, Avusturya, İtalya, İspanya, Portekiz gibi ülkelerde şarap turizmi kültür turizmi olarak anılan faaliyetler arasında önemli bir yer almaktadır. Avrupa ülkelerinde şarap turizmi kavramına verilen önem, Michelin Yıldızlı işletmelerde yemek deneyimi yaşamak kadar önemsenmektedir. Bu yüzden şarap turizmi için oluşturulan seyahatlere her geçen gün ilgi artmaktadır. Özellikle İtalya, Fransa gibi hem mutfak kültürü gelişmiş hem de bağcılık ve şarapçılık alanında yeterli olan ülkeler gastronomi deneyimleri de her geçen gün ivme kazanmaktadır [27]. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri şarap turizminin temel özgünlük, sürdürülebilirlik ve rekabet üzerinde bulunmaktadır. Bu etkinlik bölgeyi tanıtmaya, şarap kültürünün aktifleştirilmesini ve turizm faaliyetlerini de kapsamaktadır [26].

Türkiye’de, özel ilgi alanı turizmi türü diyebileceğimiz şarap turizmi değerlendirilebilir turizm seçeneklerinin başındadır. Özellikle yurtdışında bu konuda örnek birçok ülke bulunmaktadır. Bu örnekler dikkate alınarak, şarap turistlerinin Türkiye’yi de bireysel rotalarına eklemeleri için gerekli hassasiyette çalışılması gerekmektedir. Şarap teknolojisini geliştirmiş ve şarap kültürü ile yoğrulan ülkeler, bağ ve şarap turizminden önemli gelir elde etmektedir. Dünya’da bağcılık turizmi ve şarap turizmi kavramları ilişkilendirilmiştir. Avrupa Birliği ülkelerinde şarap turizminin temelini etkinlikler, bölgelerin tanıtımları, şarap kültürünün yerleştirilmesi oluşturmaktadır [24]. Ülkemizde son yıllarda “gastronomi” biliminin turizm ile ilişkisi hala tartışılıyor olsa da bahsettiğimiz gibi “turizm” kişilerin edindiği tecrübeler ve katıldıkları unsurların tümüdür [27]. Bununla birlikte turizmin gelişmesiyle birlikte Türkiye’de şarap üretimi ve tüketimi de yükselmiş olup, kırsal turizm kapsamında bu sektör önemli fırsatlar ortaya konmuştur. Türkiye de genellikle şarap turizmi bağ bozumu olarak yapılmaktadır. Festivallerin yapıldığı dönemler ise; ağustos ve eylül aylarıdır. Şarap rotası; birkaç üzüm bağından meydana gelir ve buna ek şaraphane yeri de mevcut olan bir turist rotasıdır. Bu rota; manzaralar, doğal güzellikler veya turistlerin bu bağlara ve şaraphanelere ulaşmalarını sağlayan çeşitli yönlendiriciler içerebilir. Bununla birlikte genellikle şarap rotaları da buldukları şarap bölgelerinin şeklinden etkilenmektedir [24].

Şarap Turistinin Özellikleri ve Beklentileri

Turist; turizm faaliyetini gerçekleştiren, bu faaliyetler için gerekli ilgi ve merakla sahip, seyahatlerinde dinlenirken kişisel eğitimine ve kişisel vakitlerine önem veren bununla birlikte bu vakitler de istenilen tatmini yaşayan, seyahat ettiği yerde bir günden fazla konaklama ve yeme içme faaliyeti gösteren kişi demektir [19]. Hemen her anlamda olduğu gibi bu alanda da öncelikli nitelik bireyin kendisini geliştirmesi gerekliliği olmaktadır. Zira kişiler kendilerini geliştirebildikleri ölçüde yeni deneyimler kazanabilmektedirler. Kişilerin hem dinlendirici hem de bu süreçte eğitici bir aktivite arayışı içinde olması gerekmektedir. Bu; kişilik gelişimlerine de katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda hevesli olmalıdırlar. Bu ilgi alanı için genellikle 35-55 yaş aralığında bulunmak istenilen verimi elde etme konusunda önemlidir. Şarap turisti, nispeten gelişmiş ve detaylarla donatılmış hizmet beklentisi içerisinde olan ve bununla birlikte ortalama harcaması yüksek olan turist çeşididir. [24]. Kişiler, şarap evinin konumunun genellikle kendilerine göre uygunluğunu isterler bununla birlikte yeni yerler keşfetmekten de haz alabilirler. Kendileriyle ilgilenen uzmanların konuyla ilgili yetkinliklerinin fazla olmasını beklemektedirler. Zira kendilerini geliştirmek istemektedirler. Servise hazır olan bir şarabın görüntüsü temiz ve berrak olmalıdır. Kadehe alınan şarap koklandığında kişiye rahatsız edici herhangi bir koku gelmemelidir. Şarap içerisindeki alkol oranı, tanen durumu, meyvelerin karakterleri ve şarabın asidik dengesi aranan ve istenilen nitelikte olmalıdır. Şarap direkt ışığa maruz kalmamalı ve 10-12 derece de muhafaza edilmelidir. Şarap mümkünse mahzende, lakin mümkün değilse yatırılmış halde muhafaza edilmeli ve titreşimsiz ortamda bulunmalıdır. Tadımı gerçekleştirilen şarabın tadı damakta hissedilmelidir. Öyle ki kaliteli bir şarabın tadımı yapıldıysa şayet, 1-1,5 dakika tadı damakta yapısını korumalıdır [29]. Şarapta aranan kriterler sadece ana ürün olan üzümde değil aynı zaman da topraktan da oluşmaktadır. Nitekim üzümün yetiştiği coğrafyaya ait toprağın elverişliliği ürünün kalitesinde de etkindir. Şarap, üretimi yapılan üzümün yetiştiği topraktan, o yörenin ikliminden bitki örtüsüne kadar her şeyiyle bir bütündür [12].

Şarap turistine hitap edebilmek için turistin özellikleri iyi analiz edilmelidir. Bunun için de özel ilgi grubunun ve bu gruba sunulacak deneyim ile gruptakilerin katılımının iyi analiz edilmesi gereklidir. Şarap turisti kendini geliştirmek ve rekreasyonel deneyim yaşamak isteyen gruba dâhildir. Bu grup dinlendirici ve eğitici deneyim beklentisindedir. Konukların bilgi düzeyi artırılarak gelişimlerini sağlamak için şarap evleri de oluşturulmuştur. Turistlerin her deneyime etkin katılımları gereklidir [19]. Bununla birlikte her bir şarap turistinin beklentileri, gelir durumu farklı olacağı için, şarap turistliği kişiye özgün olarak değerlendirilebilir [29].

TÜRKİYE'DE ÖZEL İLGI TURİZMİNDE ŞARAP TURİZMİ VE GELİŞTİRİLMESİ İÇİN ÖNERİLER

Dünya geneline bakıldığında gelişme potansiyeli yüksek fakat faaliyet dönemi çokta uzun olmayan bir turizm alanıdır özel ilgi turizmi. Lakin yıl genelini kapsayan ve uzun vade de gelişim gösteren planlar ile belirli yol haritaları oluşturulabilir [30]. Sözü geçen turizm faaliyeti, kişilerin bilgilerini etkin kullanımıyla da ilişkilidir. Şarabın tadımından ziyade faaliyeti gösteren turistin kişisel gelişimini de tatmin edecek düzeye getirmeyi amaçlamaktadır. Ülkemiz topraklarının şarap turizmi bakımından da esaslı bir geçmişe

sahip oluşu bu isteği karşılayacak düzeydedir. Ülkemizde ve dünya genelinde hızla gelişen gastronomi turizmi faaliyetleri ile birlikte şarap turizmi de yükselişe geçmiştir [11].

Nüfus mübadelesi ile ülkemizde şarap üretimine yönelik gayrimüslim nüfusun iyice azalması sonucu Türkiye’de şarap üretiminde keskin bir düşüş meydana gelmiştir. Nüfus mübadelesi ile ülkemizden göç eden Rum ve Ermeni ailelerin yönettiği bağcılık ve şarapçılık alanı göç sonrasında Türkler tarafından koordine edilmiştir. O dönem de “Devletçilik” politikası göz önünde bulundurularak yatırım yapılan birçok alandan biri de yiyecek içecek sektöründe şarap üzerine olmuştur [31]. 1925’te Atatürk tarafından ilk şarap fabrikası ve 1926’da ise ilk özel şarap üretim tesisi (Doluca) kurulmuştur. Cumhuriyetin ilk yıllarında halkın sert bir içki olan rakıdan uzaklaşmasını isteyen hükümet, şarabı desteklemiştir. 1940’li yıllarda Kırıkkale, Çorum, Nevşehir, Kırşehir, Bilecik, Isparta, Tokat, Elazığ, Şanlıurfa, Yozgat, Kahramanmaraş ve Gaziantep gibi şehirlere "Şarap Deneme Evleri" kurulmuş, illerdeki imalathanelerde Fransız uzmanlar yönetiminde Türk üzümlerinden değişik şaraplar elde edilmiştir [32]. Ülkemiz iklimi ve bitki örtüsü, coğrafi koşulları ve toprağın topografik yapısı gibi çeşitli parametreler nedeniyle bağcılık alanında asırlardır ev sahipliği yapmıştır. Günümüzde ülkemizde hali hazırda şarap üretimleri devam etmekte olup, özel ilgi turizmine giren şarap turizmi için de istenilen ve beklenen düzeyde çalışmalar yapıldığında var olan potansiyel ivme kazanacaktır[19].

Şarap kültürünün gücünü yitirmemesi adına 23-24 Eylül 2010 tarihinde İzmir Seferihisar da organize edilen “Teos Bağ ve Şarap Çalıştayı”nda; turizm alanı ile ilişkili disiplinler, mutfak tarihi, arkeoloji, şarap kültürü gibi olgular konusunda çalışılmalıdır sonucuna varılmıştır [4]. Ülkemiz, hem doğal yapısı nedeniyle hem de canlı çeşitliliği ve ekolojik yapısıyla, sahip olduğu arazileri nedeniyle bağcılık konusunda potansiyeli yüksek ülkelere dendir [24]. Şarap turizmi kavramının yaşayabilmesi için şarap üretimine ilave, yörenin veya rotanın çekici unsurları olmalıdır. Bu unsurların kaynaklarına ulaşabilmelidir [19]. Ülkemize ait yiyecek içecek külliyyatları çıkarılmalı ve bu külliyyatlar Kültür ve Turizm Bakanlığı yönetiminde hazırlanmalıdır. Hazırlanan raporlarda mutfağa ait teknik bilgilere yer verilmelidir [27].

Şarap turizmi kültür turizmi olarak anılsa da ülkemizde son yıllarda konuyla alakalı bilinçli bir turizm organizasyonu henüz yapılmamıştır. Bununla beraber artık İstanbul’dan hareketle bazı seyahatler organize edilmektedir. Trakya’da bulunan Şarköy, Mürefte gibi üzüm bağları ziyaret edilmektedir. Bunun yanı sıra Kapodokya bölgesine de özel seyahatler yapılmaktadır. Bilindiği gibi ülkemizde turizm anlamında ilk sırada olan Antalya, her şey dâhil otellerle kuşatılmıştır. Ülke dışından gelen ve ülkemiz hakkında yeterli bilgisi olmayan turistler bu gibi otellerde turizm faaliyetlerini yalnız otel sınırlarında geçirmektedir. Şayet ülkemiz içinde çeşitli şarap rotaları belirlenirse ülkemize gelen misafirler yalnız şarap değil, kültürümüze ait nice ürünle de tanışmış olacak ve bu coğrafya hakkında sahip olduğu fikirler artacaktır. Tabi ki belirli bir kitle bahsi geçen tatil turizmi mantığında turizm faaliyeti gerçekleştirmeye devam edecektir. Lakin şarap turizmi ile birlikte, Türk şarabından tadan, yörenin kendine has yemeklerini keşfeden ve yöre halkı hakkında mevcut bilgi birikimlerini arttıran bir turist akışını da oluşturacaktır [26].

Türkiye de bağcılık turizminin gelişimini sağlamak adına turistlerin ilgi ve isteklerini yönlendirebilecek faaliyetlerin çeşitliliği arttırılabilir. Söz konusu bu faaliyetler kişiyi

turizmin etkin elemanı kılmayı gerektirmektedir. Yöresel üzümlerden elde edilen şarabın tadımına ve festivallere ilave olarak, hasadına etkin katılımı gerçekleştirilebilir, üzümlerin işlendiği fabrikalara geziler düzenlenebilir [33]. Türkiye de yalnızca Tekirdağ şehrinde bulunan şarap müzesi ile ilişkili rotalar hazırlanabilir [34]. Bozcaada, Şirince, Alaçatı, Foça, Kapadokya, Şarköy, Mürefte, Pamukkale, Avşa ve İznik gibi tarım turizmi bakımından oldukça yüksek ivmesi bulunan bölgeler şarap turizmi açısından gelişim sağlayabilecek merkezlerdir [33].

Anadolu coğrafyasında şarap kültürünün geçmişi binlerce yıl öncesine dayanmakta olup, ülkemiz coğrafi koşullar dikkate alındığında dünya da şarap üretimine en elverişli olduğu coğrafyalardan biridir. Bununla beraber Karadeniz Bölgesi ve Doğu Anadolu bölgesinin kuzey kesimleri hariç üzüm yetiştirilen Anadolu topraklarında üzümlerin sadece yüzde 2 si şarap üretiminde kullanıma tercih edilmektedir. Lakin bu veriler, benzer ülkelere kıyasla yüzde 70 ile yüzde 95 arasında farklılık göstermektedir. Ülkemizde son yıllarda birbirini takip ederek üretime tahsis edilen şarap fabrikaları, ürün çeşitliliğinin artması, şarap ihracatının ve ülke içinde ki mevcut pazarda şarap tüketiminin ivme kazanıyor olması, Türk şarapçılık kültürü için umut vaat etmektedir [35]. Şarap turizmi ancak bu şekilde canlanabilir böylece hem şarap turizmi ve teknolojisi hem de bulunan çevreye ve kültürümüze katkısını ortaya koyabilir. Şarap turizmini geliştirmek amaçlı oluşturulacak Şarap Rotaları ile şarap ilgililerinin dikkatleri çekilebilir. Bu gibi organizasyonlarda ilgililer şarap yapım tekniklerini ve bağcılık, yörenin tarihi, şarap tadımı, yörenin arkeolojik külliyesi, yiyecek içecek hizmeti veren işletme seçenekleri ve hafızalarında yer edenleri aktarmak, akıllarındaki çoğu soruyu cevaplandırabilmektedirler. Bu anlamda ülkemizde Tekirdağ –Avşa-Eceabat-Bozcaada-İzmir-Pamukkale-Kapadokya-Elazığ ve Diyarbakır gerçekleştirilecek organizasyonlarda önemli rotalardır [31]. İlgililerin önceliği elbette ki ulaşım, konaklamada ki mevcut seçenek, tanıtım, diğer turistik önemde bulunan noktaların varlığı, doğal güzellikler ve çeşitli organizasyonlar olacaktır. Bu parametreler de ihmal edilmemelidir. Şarap turizminin ve bununla beraber yöresel turizmin güç kazanması için ürünün yani şarabın “ruhunu yitirmeden” alıcıya ulaştırılmasını sağlamak gerekir. Salt şarap değil, üzümün yan ürünlerinin de ticareti yapılabilir. Misal; üzüm çekirdeği ya da üzüm çekirdeğinden elde edilen yağın bulunduğu çeşitli ürünler gibi. Ülkemiz şarap turizminin gelişimiyle birlikte kendi mutfağını da aktarma şansını elde edecektir. Türkiye'nin tanıtım profilinde Türk yemek kültürü hatırı sayılır bir etkidir. Seyahatlerini ülkemizde yapmak isteyen turistlere, özellikle coğrafyamızda yetişmiş üzümlerle yapılmış şarapları tanıtıp seyahat dönüşlerinde de şaraplarımızı ülkelere götürmeleri sağlanmalıdır [26, 36]. Ülkemizde şarap turizminin başlangıç aşamasında olan yerleri geliştirilmelidir. Turizmde düşüş sürecine giren ve bu sebeple ürün çeşitlendirmesine gereksinim duyan yerler belirlenmeli ve bu konu üzerinde çalışılmalıdır [19, 37]. Bu bağlamda, toplumda bu bilincin geliştirilmesi gereklidir. Bağcılıkta verimlilik geliştirilmeli, ulusal ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilir bir turizm sektörünün oluşturulması hedeflenmelidir [38, 39]. Yerel halk şarap turizmine karşı olumlu tutum oluşturulacak ve şarap kültürü geliştirecek şeklide eğitilmeli böylece yerel kaynakların kullanımını özendirilmelidir [40].

SONUÇ

Değişen ve gelişen teknolojiyle beraber hayat şartlarının ve kişilerin beklentilerinin farklılaşması sonucu turizm kavramı artık “deniz, kum, güneş” olmaktan çıkmış ve sürdürülebilir turizm açısından özel ilgi turizmi büyük bir değer kazanmıştır. Özellikle şarap gibi hem tadım sonucu kişiye fiziksel haz veren hem de edindiği tecrübe ile kişiye çok başka hatıraların oluşmasına yardımcı olan alternatif özel ilgi turizmi kavramları ortaya çıkmıştır. Şarap turizminin etkin olduğu bir bölgeyi şarap uzmanlarının yanında özel ilgi turistleri de ziyaret etmeye başladığında ve bu turistlerin gereksinimlerini karşılayacak yeni tesisler ve rekreasyon imkânları bulunduğunda o bölgede turizm gelişecektir. Yerel halkın da destek vermesi, kamu ve özel sektörle yapılan güç birliği ile bölgede uluslararası tanınırlık oluşacaktır. Şarap turizmi için oluşturulan rotalarla bu yörelere seyahatler planlanmalıdır. Böylelikle çağdaş turist ve özel ilgi turizmi kavramları arasında daha sağlıklı bağlar kurulabilir, yöre halkı maddi ve manevi anlamda desteklendiğini ziyadesiyle hissedebilirler. Dünya geneline bakıldığında gelişme potansiyeli yüksek fakat faaliyet dönemi çok da uzun olmayan turizm alanları için şarap turizmi için yıl genelini kapsayan ve uzun vadede gelişim gösteren planlar ile belirli yol haritaları oluşturulabilir. Anadolu coğrafyasında şarap kültürünün geçmişi binlerce yıl öncesine dayanmaktadır, özel ilgi turizmi olarak şarap turizmi, ülkemizde gelişim sağlama potansiyeli olan ve üzerinde çalışılması gerekli bir alandır. Özellikle Anadolu topraklarında verimli bir araştırma yapılmalı ve belirli rotaların oluşturulması gerekmektedir.

KAYNAKLAR

- [1] Tanrıverdi A.,Çavuş Ş. (2003): Özel İlgi Turizmi ve Özel İlgi Turizmi Kapsamında Kuşadası ve Çevresinde Var Olan Potansiyel Kaynaklar Üzerine Kuramsal Bir İnceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 14(1):9-22.
- [2] İçli G. (2010): Pazarlama İletişimi Araçlarının Türk Şarap Sektörü Açısından İncelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi İ.İ.B.F.* 9(33):127-133.
- [3] Duran E., Eryücel Ö., Özcan Z., (2019): Şarap Üretimi ve Tüketiminin Türkiye Turizmindeki Yeri: Kadim Anadolu Bağ Rotası Başlangıç Noktası Olarak Çanakkale Örneği. *Turizm ve Araştırma Dergisi*. 8(1):70-83.
- [4] Uluçeçen HT., (2011): Özel İlgi Turizmi: Kapsamı, Çeşitleri ve Türkiye’de Uygulanabilirliği. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı*. Ankara, Türkiye. Uzmanlık Tezi.
- [5] Kesici M. (2012): Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 14(23):33-37.
- [6] TDK (2016): Türk Dil Kurumu, <http://www.tdk.gov.tr.index.php>, Ankara, (Erişim tarihi: 10 Mayıs 2020)
- [7] Akıncı Z. , Kasalak A. M. (2016): Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Açısından Özel İlgi Turizminin Yeri ve Önemi. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 1:161-182.
- [8] Baran G., Özoğul G. (2018): Uzmanlaşan Acentalar ve Niş Pazar Sorunsalına Bir Çözüm Reçetesi: Fobik Turistler ve Özel İlgi Turizmi. *Akademik Bakış Dergisi*. 65:39-51.

- [9] Kocaadam B., Acar N. (2016): Ekmek, Bira, Şarap ve Yoğurdun Orijinalleri ve Tarihsel Süreçleri. *Beslenme ve Diyet Dergisi*. 44(3):272-279.
- [10] Bako GA. (2016): Alternatif Turizm Kapsamında Şarap Turizmi: Kula'yı Ziyaret Eden Şarap Turistlerine Yönelik Bir İnceleme. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Mersin, Türkiye. Yüksek Lisans Tezi.
- [11] Şahin G., Ünver G. (2015): Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 3(2):63-73.
- [12] Kaya Z. (2017): Şarap Üretimi ve Kalite. *Aydın Gastronomy*. 1(2):17-30.
- [13] Mutlu A.S., (2019): Eskiçağda Şarabın Dini, Siyasi ve Ekonomik Açısından Değeri. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 19:115-136.
- [14] Birgit B., Schickert H., (2015): Hititler-Bilinmeyen Bir Dünya İmparatorluğu, Arkadaş Yayıncılık. Ankara, Türkiye. (177-201)
- [15] Doğer E., (2004): Antik Çağ'da Bağ ve Şarap. *İletişim Yayınları*, İstanbul, Türkiye, (107-108)
- [16] Takımcı, M. Ç. (2016): Antik Çağ'da Bayramlar ve Festivaller (Yunan-Roma). Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye. Yüksek Lisans Tezi,
- [17] Köse B., Çelik Ali S. (2017): Dünyada ve Türkiye'de Bağcılık Turizmi. *International Rural Tourism and Development Journal*. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi E-ISSN:2602-4462,1(2):29-34.
- [18] Türksoy A., Yürük EÖ., (2007): Özel İlgi Turizmi, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, Editörler Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt, Nobel Yayınevi, Ankara. (256).
- [19] Yıldız EÖ. (2009): Türkiye'de Şarap Turizmi, Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Turizm İşletmeciliği Programı İzmir, Türkiye. Yüksek Lisans Tezi.
- [20] Akinci Z., Kasalak M.A., (2016): "Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Açısından Özel İlgi Turizminin Yeri ve Önemi", Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi. (161-182).
- [21] Getz D. (2000): *Explore Wine Tourism Management, Development & Destinations*, Cognisant Communication Corporation
- [22] Mitchell R., Hall C., McIntosh A., (2000): *Wine Tourism and Consumer Behaviour, Wine Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford, Butterworth – Heinemann, (115–135)
- [23] Beşer G. (2014): Türkiye'de Butik Şarap Sektörünün Pazarlama Karmaşası Açısından İncelenmesi. Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı. Tekirdağ, Türkiye. Yüksek Lisans Tezi.
- [24] Soydaş EM., Gürlü M. (2019): Şarap Turizmi'ne Yerel Halkın Bakış Açışı: Hatay Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 7(3):2274-2293.
- [25] Akdağ G. (2015). Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(4):3-11.
- [26] Yücel, U., Hepdizici D. (2014): Bir Kültür, Tarih, Sanat ve Lezzet Yolculuğu. *Apelasyon Dergisi*, 15: 84-87.
- [27] Zengin, B., Uyar, H., Erkol, G. (2015): Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme, 15. Ulusal Turizm Kongresi, 1:1-16
- [28] Dowling R., (2001): The First New Zealand Wine Tourism Conference, *Tourism Recreation Research*. 26(2):89–91.
- [29] Eriklili D. (2019): Türkiye'de Şarapçılık. <https://www.martidergisi.com/turkiyede-sarapcilik/> (Erişim Tarihi: 16.05.2020)

- [30] Çavuşoğlu M. (2012): Bozcaada Üzüm Tarımı Turizmi ve Elektronik Tatil Tasarım Site Uygulaması. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi. 2(2):49-54.
- [31] Yüncü RH., (2010): Şarap Turizmi Bölgelerinin Rekabet Edebilirliğine Yönelik Bir Model Önerisi: Kapadokya Örneği. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı. Eskişehir, Türkiye. Doktora Tezi.
- [32] Vinotolia. (2016): History of wine in Turkey. http://www.vinotolia.com/old_version/tarihce.html (Erişim Tarihi 04.07.2020)
- [33] Türkben C., Gül F., Uzar Y. (2012): Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçindeki Yeri ve Önemi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi. 14(23):47-50.
- [34] Küçükkömürler S., Şirvan BN., Sezgin CA., (2018): Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi. 2(2):78-85.
- [35] Öztuna C. (2019): Türkiye’nin Şarap Haritası <http://www.brandlifemag.com/turkiyenin-sarap-haritasi/> (Erişim Tarihi: 16.05.2020)
- [36] TÜSİAD (2012): “Sürdürülebilir Turizm” Raporu, Yayın No:TÜSİAD-T/2012-09/531, İstanbul.
- [37] Williams P., (2001): The Evolving Images of Wine Tourism Destinations, Tourism Recreation Research. 26(2):3–10.
- [38] Weiler B., Hall C.M., (1992): Special Interest Travel, Belhaven Pres, Londra (5).
- [39] Öncü, F., Ögel, K., & Çakmak, D. (2002): Alcohol Culture-2 Culture of Drink and Drink in Literature. Bağışlılık Dergisi, 3(1), 31-36.
- [40] Beşirli H. (2010): Yemek, Kültür ve Kimlik. Milli Folklor. 22(87):159-169.