

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Kerem BEYKOZ

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

TEMMUZ 2021

**T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



**ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN
DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Kerem BEYKOZ
(191247030)**

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY

TEMMUZ 2021



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

Yüksek Lisans Tez Onay Belgesi

Enstitümüz, Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Tezli Yüksek Lisans Programı 191247030 numaralı öğrencisi Kerem Beykoz'un "Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" adlı tez çalışması Enstitümüz Yönetim Kurulunun 08/07/2021 tarihli kararıyla oluşturulan jüri tarafından **oy birliği** ile Yüksek Lisans Tezi olarak **kabul** edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

Tez Savunma Tarihi: 08/07/2021

- 1) Tez Danışmanı:** Dr. Öğr. Üye Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY
- 2) Jüri Üyesi:** Dr. Öğr. Üye Nihan YARMACI
- 3) Jüri Üyesi:** Dr. Öğr. Üye Negin AZARABADI

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (08/07/2021)

Kerem BEYKOZ

Eşime ve Anneme...

ÖNSÖZ

Yüksek lisans tezi olarak hazırlanan bu çalışmada Ankara ilinin sahip olduğu geçmişten günümüze şarap ve bağcılık kültürü ile ilgili değerlerin neler olduğu tespit edilmek istenmiş olup, bu değerlerin, bölgenin alternatif bir gastronomi turizmi çeşidi olan şarap turizmi potansiyeline etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Akademik çalışmalarım için her zaman destekleyici olan ve yardımlarını esirgemeyen kurumum The Marmara ailesine ve iştirakı olan Vinkara Şarapları'na teşekkür ederim.

Gerçekleştirdiğim bu çalışma sürecinde bana rehberlik eden, eleştiri ve önerilerinden faydalandığım, katkıları ve anlayışı için danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY'a en içten teşekkürlerimi sunarım.

İhtiyaç duyduğum her konuda bana destek olan, beni motive eden, yardımını esirgemeyen, sabır ve hoşgörü gösteren sevgili eşim Öğr. Gör. Meryem Merve BEYKOZ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Eğitim hayatımın bütün kademelerinde bana olan güven ve her türlü destekleri için annem Arzu BEYKOZ'a ve babam Ahmet BEYKOZ'a sonsuz teşekkürlerimi sunmayı bir borç bilirim.

Temmuz 2021

Kerem BEYKOZ

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	viii
ÇİZELGE LİSTESİ	ix
ŞEKİL LİSTESİ	x
ÖZET	xi
ABSTRACT	xii
1. GİRİŞ	1
1.1. Gastronomi Kavramı	2
1.2. Gastronomi ve Turizm.....	2
1.3. Şarap ve Turizm	3
1.3.1 Dünyada şarap turizmi ve bağ rotaları.....	4
1.3.2. Türkiye’de şarap turizmi ve bağ rotaları	9
2. ANKARA İLİ VE ŞARAPÇILIK	13
2.1. Ankara İli Hakkında Genel Bilgiler	13
2.2. Ankara İlinin Tarihçesi.....	14
2.3. Ankara’da Şarap ve Bağcılık.....	15
2.3.1. İlkçağda Ankara’da şarap ve bağcılık.....	15
2.3.2. Ortaçağda Ankara’da şarap ve bağcılık.....	18
2.3.3. Yeniçağ ve yakınçağ’da Ankara’da şarap ve bağcılık.....	20
2.3.3.1. Osmanlı ve şarapçılık.....	20
2.3.3.2. Cumhuriyet dönemi ve şarapçılık	22
2.3.3.3. 2021 Yılında Ankara'da şarapçılık.....	25
2.4. Ankara'da Yetişen Şaraplık Üzümler	27
2.4.1. Yerli türler	28
2.4.2. Yabancı Türler	30
3. ARAÇ VE YÖNTEM	33
3.1. Literatür Taraması	33
3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	34
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	35
3.4. Araştırmanın Yöntemi	36
3.5. Verilerin Analizi.....	37
3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	37
4. ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA	39
4.1. Bulgular ve Yorum.....	39
4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri	39
4.3. Ankara İl Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular	40
4.4. Ankara İlinde Farklı Turizm Türlerinin Geliştirilmesine İÇin Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular	42
4.5. Ankara İli Turist Profiline İlişkin Bulgular	43

4.6. Gastronomi Turizmi Tanımına ve Şarapla İlişisine Yönelik Bulgular.....	44
4.7. Ankara İli Şaraplık Üzüm Çeşitliliğine İlişkin Bulgular	45
4.8. Ankara İli Şarap Çeşitliliğine ve Ankara'daki Sunumuna İlişkin Bulgular	46
4.9. Ankara İli Şaraplarının Ülke ve Dünya Geneli Tanıtım ve Sunumuna İlişkin Bulgular	48
4.10. Ankara İli Mevcut Şarap Turizmine Yönelik Bulgular	50
4.11. Ankara İlinin Şarap Turizminin Potansiyeline ve Geliştirilmesine Katkı Sağlayacak Önerilere Yönelik Bulgular	51
5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	55
5.1 Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler	58
KAYNAKLAR	59
EKLER.....	66
ÖZGEÇMİŞ.....	72

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AC	: Appellation Contrôlée
AOC	: Appellation D'origine Controllee
DOC	: Denominazione Di Origine Controllata
DOCG	: Denominazione di Origine Controllata e Garantita
STK	: Sivil Toplum Kuruluşu
TAPDK	: Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TEKEL	: Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri A.Ş. Genel Müdürlüğü
UNESCO	: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

ÇİZELGE LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Çizelge 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri	39
Çizelge 4.2: Ankara Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular	40
Çizelge 4.3: Ankara'nın Turist Profiline İlişkin Bulgular	43
Çizelge 4.4: Gastronomi Turizmi ve Şarap İlişmesine İlişkin Bulgular	44
Çizelge 4.5: Ankara'nın Şaraplık Üzüm Çeşitliliğine İlişkin Bulgular	46
Çizelge 4.6: Ankara'nın Şarap Çeşitliliği ve Ankara'daki Sunumuna İlişkin Bulgular	47
Çizelge 4.7: Ankara'nın Şarap Çeşitliliği ve Sunumuna İlişkin Bulgular	49
Çizelge 4.8: Ankara'nın Şarap Turizmine Yönelik Bulgular	50

ŞEKİL LİSTESİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1.1: Dünya’da Bağcılığın Yapıldığı Yerler	5
Şekil 1.2: 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Dünya Şarap İhracat Değerinde Ülkelerin Payları	6
Şekil 1.3: İtalya Şarap Bölgeleri	7
Şekil 1.4: Napa Vadisi	8
Şekil 1.5: 2004-2011 Yılları Ortalamasına Göre Türkiye’de Şaraplık Üzüm Üretiminde Bölgelerin Payları	10
Şekil 1.6: Türkiye’nin Şarap Rotaları	10
Şekil 2.1: Anadolu Medeniyetleri Müzesi-Hititler (M.Ö. 3000) Som Altından Yapılmış Şarap Sürahisi ve Ayaklı Şarap Kadehi.....	16
Şekil 2.2: Erken Bizans Mezarları Kazısı, Mezar Hediyesi Kadeh.....	19
Şekil 2.3: Cami Duvarında Asma Yaprakları Ve Üzüm Salkımları.....	19
Şekil 2.4: Atatürk’ün Çankaya’daki Bağ Evi	21
Şekil 2.5: Kalecik Karası Üzümünden Üretilen Kalebağ Likör Şarabı Tanıtım	22
Şekil 2.6: 1930’lu Yıllarda Kavaklıdere Şarap Fabrikası Standı.....	23
Şekil 2.7: Türkiye’de Önde Gelen Şarap Üretimi Yapan Şehirlerin ve Ankara’nın Bağ Alanı Yüzdesi	26
Şekil 2.8: Ankara Kalecik Bağları	27
Şekil 2.9: Kalecik Karası Üzümü	28
Şekil 2.10: Hasandede Üzümü.....	30
Şekil 3.1: Dünya’da En Çok Şarap Üreten Ülkeler	35

ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

ÖZET

Turizm talebi tüm dünyada sürekli değişim ve gelişimi doğrultusunda tüketici taleplerine de cevap verilmesi gerekmektedir. Özellikle son yıllarda, deniz-kum-güneş ya da tarih gibi klasik turizm anlayışı yerine, tüketici talep ve beklentilerine yönelik alternatif turizm çeşitlerindeki artış dikkat çekmektedir. Şarap turizmi, özel ilgi turizminin önemli bir alanı olarak giderek daha fazla tanınmaktadır. Destinasyonlar açısından şarap turizminin faydaları arasında; destinasyon turizminin gelişmesi, destinasyonun imajının gelişmesi ve markalaşması, turist akışını, coğrafi olarak yerleşik turizm merkezlerinden uzağa dağılarak baskının azalması ve çevre bölgelerde kalkınma başta gelmektedir. Şarap endüstrisinin bakış açısından ise, ürününün markalaşarak iç ve dış piyasada pazarlamanın kolaylaşması ve daha üst gelir grubuna hitap sayılabilir. Bu çalışmada, kent turizmüne katkı sağlayan kamu kuruluşları, üniversiteler ve özel sektör temsilcilerinden oluşan 13 katılımcıyla gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış mülakat ile toplanan veriler değerlendirilerek Ankara'nın şarap turizmi potansiyeli değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda, Ankara'nın şarap turizmi potansiyelinin oldukça fazla olduğu ve kentte söz sahibi tüm paydaşlarla yapılacak uzun vadeli ve büyük yatırımlı ortak çalışmalarla bu potansiyelin ortaya çıkarılabileceği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Şarap Turizmi, Gastronomi Turizmi, Şarap, Turizm*

A QUALITATIVE RESEARCH ON THE EVALUATION OF WINE TOURISM POTENTIAL OF ANKARA PROVINCE

ABSTRACT

The demand for tourism is constantly changing and developing all over the world, and in line with these changes, it is necessary to respond to consumer demands. Especially in recent years, the increase in alternative tourism types for consumer demands and expectations, rather than the classical tourism understanding such as sea-sand-sun or history, has attracted attention. Wine tourism is increasingly recognized as an important area of special interest tourism. Among the benefits of wine tourism in terms of destinations; the development of destination tourism, the development and differentiation of the image of the destination, the tourist flow, the reduction of pressure by being geographically dispersed away from the resident tourism centers and the development in the surrounding regions, can be counted. From the point of view of the wine industry, the branding of the product, facilitating its marketing in the domestic and foreign markets and appealing to the higher income group can be counted. In this study, Ankara's wine tourism potential was evaluated by evaluating the data collected through a semi-structured interview with 13 participants consisting of representatives of public institutions, universities and private sector that contribute to urban tourism. As a result of the study, it was concluded that Ankara's wine tourism potential is quite high and this potential can be revealed by long-term and large-invested joint studies with all stakeholders who arbiter on the city.

Keywords: *Wine Tourism, Gastronomic Tourism, Wine, Tourism*

1. GİRİŞ

Genel tanımıyla, üzümde yoğun olarak bulunan şeker, su ve kabuğundaki mayanın, doğal bir fermantasyon süreciyle ortaya çıkarılan, içerisinde %87 oranında su, %12 oranında alkol, %1 oranında asit ve pek çok organik bileşik barındıran alkollü içeceğe şarap denir. Anadolu'da ilk çağ medeniyetlerinden üretilen şarap, islamin Anadolu'ya yayılması ile günden güne azalmışsa da, gayri müslim azınlıklarla varlığını sürdürmüştür. Günümüzde de şarap üretimi ülkemizde devam etmektedir. Özellikle Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile kıyasladığımızda şarap üretimi ve tüketiminde daha alt sıralarda olduğumuz görülmektedir. Şarabın doğduğu coğrafyada bulunan ülkemizin üzüm üretimine tarımsal elverişi göz önünde bulundurulduğunda, şarap üretim ve ihracatındaki düşük oran üzücüdür. Şarap ihracatının arttırılabilmesi için en önemli noktalardan bir tanesi de şarap turizmini geliştirmektir. Şarap turizmi yalnızca gelir kaynağı olmaktan öte, istihdam ve bölge imajı bakımından da oldukça önemlidir. Özellikle turizmin faydalarından yararlanamayan ve üzüm üretimine elverişli yörelerde gerçekleştirilen şarap turizmi ülkemiz için oldukça önemlidir. Önem arz eden bölgelerden biri de Ankara'dır. Gerek kültürel zenginliği, gerek köklü geçmişi, gerekse bağcılık tarihi ile Ankara, şarap turizmine oldukça elverişli bir bölgedir. Bu çalışmada, Ankara'nın şarap turizmi potansiyeli değerlendirilecektir.

Çalışmanın birinci kısmında, gastronomi ve turizm kavramları incelenmiş, dünyadaki şarap üretimi ve şarap turizmi bölgelerine dair bilgiler sunulmuştur. Çalışmanın ikinci kısmında, Ankara iline dair genel bilgilere ve Ankara'nın dönemlere göre bağcılık tarihine yer verilmiştir.

Çalışmanın üçüncü ve dördüncü kısımlarında çalışmanın amacı, önemi, evreni ve yöntemlerinden bahsedilerek verilerin analizlerine yer verilmiştir. Sonuç kısmında ise, verilerden yola çıkarak Ankara'nın şarap turizmi potansiyeli detaylı olarak irdelenmiştir.

1.1. Gastronomi Kavramı

İnsanlık tarihi boyunca, gıda arzının en önemli ihtiyaçlardan biri olduğunu söylemek oldukça doğrudur ancak bazen yemek, insanın yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmesinin ötesinde, kültürün, sanatın ve toplum içerisinde var olmanın bir yansımasıdır (Chang, 1977). Yunanca mide anlamına gelen “gastros” ve yasa anlamına gelen “nomos” kelimelerinin birleşimiyle oluşan gastronomi kavramı, uzun ve köklü bir geçmişe sahiptir (Sarışık ve Özbay, 2015).

Akgöl (2012) çalışmasında, gastronominin insanın beslenmesini ile ilgili tüm konularda sağlanmış detaylı bilgi birikimi olduğundan ve kelimenin köken itibarıyla Antik Yunanlılara ait olduğundan bahsetmektedir. Milattan önce (M.Ö.) 4. yüzyılda Sicilyalı şair Archestratus’un yazdığı *Gastronomia* adlı eserinde, Akdeniz mutfağından yemek tariflerinden ve şarap kültüründen bahsettiği gibi, birçok şiirinde de yemek olgusuna önemli ölçüde yer vermiştir (Santich, 2004). Gastronomi ile ilgili ilk resmi çalışma, düşük karbonhidratlı diyetin atası olarak da bahsedilen Jean Anthelme Brillat-Savarin tarafından yapılmıştır. Savarin’in 1825 yılında yayınlanan ve birçok farklı dile çevrilen “Physiologie du gout” yani *Damak Tadının Fizyolojisi* eseri, yiyecek ve içecek tüketimi ile duyular arasındaki ilişkinin bir bilim olarak görülmesine öncülük etmiştir (Kivela ve Crotts, 2006).

Günümüzde gastronomi kısaca “yemek bilimi ve sanatı” olarak yorumlanmaktadır. İşlenmemiş bir ürünün belirli üretim aşamalarından geçerek, bölgesel ve kültüre özgü, estetik ve yenilebilir bir ürüne dönüştürülmesi gastronominin ilgi alanlarından olduğu gibi, ürünün nerede, nasıl, ne amaçla ve hangi gıdalarla birlikte tüketileceği de gastronomi biliminin çalıştığı alanlardır. Ayrıca gastronomi, yemek ve yemenin sosyal, kültürel ve tarihi yönüyle ilgilidir (Zahari ve diğ., 2009).

Gastronomi kavramının kökleri tüm büyük klasik uygarlıklara dayanan bir bilgi bütünü olmasına karşın, ağırlama hizmetleri ve turizm alanları bağlamında yeni bir çalışma alanıdır (Kivela ve Crotts, 2006).

1.2. Gastronomi ve Turizm

Günümüzde gastronomi, turizme katkıları ile bilinirliği artmakta ve gastronomi turizmi kavramı ile hızla değer kazanmaktadır (Sarışık ve Özbay, 2015). Gastronomi turizmi, Sicilyalı Archestratus’a göre en iyi yiyecek ve içeceklerin nerede olduğunu

keşfetmek için yaptığı birçok seyahat, turizm ile gastronomi kavramları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak adına oldukça önemli olduğunu belirtmektedir (Santich, 2004).

Gıda tüketimi fizyolojik bir gereksinimden ziyade, sosyal amaçlı ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir (Deveci ve diğ., 2013). Boş zamanın artmasıyla, bireyler, yalnızca doymak ile yetinmeyip, sosyalleşmek, yemeğin sunulduğu atmosferden zevk almak ve tatmin duygusu yaşamak için evlerinin dışında yemek yemektedir. Ek olarak; yemek yeme, tüketimin ön planda olduğu turizm davranışları içerisinde de büyük bir öneme sahiptir. Turistler, gittikleri bölgelerde, yerel kültürü daha yakından tanımak için, genellikle o yöreye ait yemekleri tercih etmektedir (Birdir ve Akgöl, 2015).

Bölgesel ya da yöresel kültürü oluşturan parçaların en önemlileri arasında, o yörenin gastronomik çeşitliliğini oluşturan yemek ve gıda ürünleri yer almaktadır. Bölgeye özgü yemek ve gıda ürünleri, farkındalık unsuru olabilmektedir (Deveci ve diğ., 2013). Gastronomi turizminin temel motivasyonu, bölgeye veya yöreye özgü yemeği ve/veya gıda ürününü tatmak ya da üretimini görebilmek için o yöreyi ve/veya bölgeyi, restoranları, üreticileri, yemek festivallerini ve benzeri alanları ziyaret etmektir (Hall ve diğ., 2003). Artan tüketici talebi, yemek deneyimlerine dayalı turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesini ve çoğalmasını sağlamıştır. Böylelikle, birçok destinasyon için gastronomi turizmi tarım ve hayvancılığın canlanmasına ve bölgenin istihdamın artmasına katkı sağlamıştır. Sonuç olarak, gastronomi turizminin destinasyon pazarlamasına ve ülke ekonomisine etkileri son derece önemlidir (Hall ve Mitchell, 2006).

1.3. Şarap ve Turizm

Turizm talebi, her geçen gün dünya çapında sürekli değişmekte ve gelişmektedir. Özellikle son yıllarda, deniz-kum-güneş ya da tarih gibi klasik turizm anlayışı yerine, tüketici talep ve beklentilerine yönelik alternatif turizm çeşitlerindeki artış dikkat çekmektedir (Ahmadova ve Akova, 2012). Şarap, gastronomik öğelerin vazgeçilmez unsuru halini gelmiştir. Şarap turizmi, özel ilgi turizmi olarak da tanınmaktadır. Son yıllarda ortaya çıkan alternatif turizm çeşitlerinden biri olan özel ilgili turizmi, tek bir konu üzerinde yoğunlaşan bir turizm şeklidir. Özellikle yurtdışında bu konuda örnek

birçok ülke bulunmaktadır (Soydaş ve Gürler, 2019). Şarap turizmi sayesinde hem turizm hem de şarap endüstrisi gelir elde etmektedir.

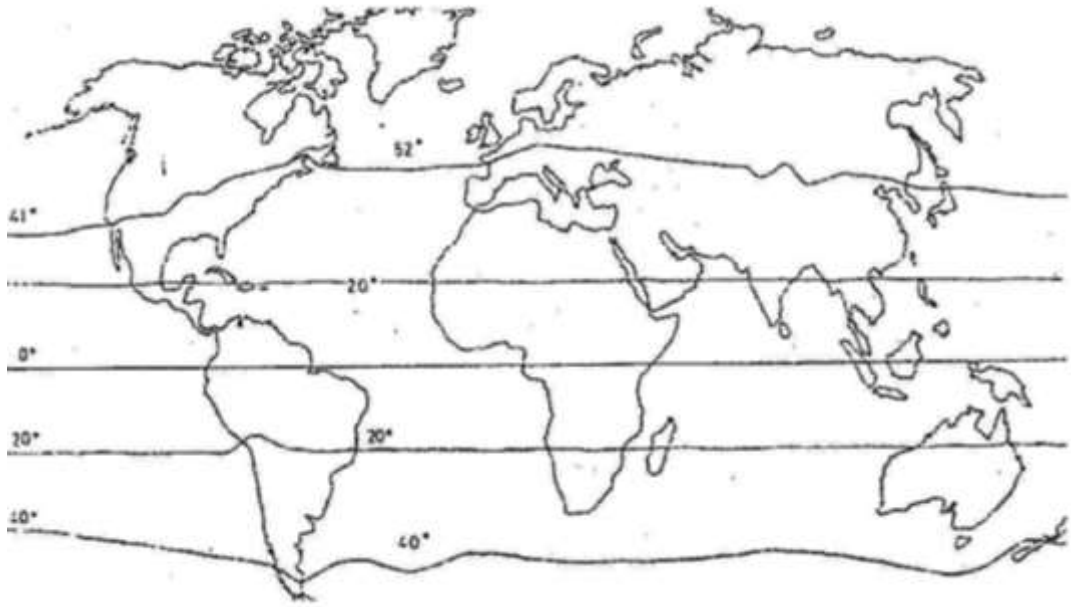
Destinasyonlar açısından şarap turizminin birçok avantajı bulunmaktadır. İlk olarak, şarap turizmi ilgi duyan ziyaretçileri bölgeye çekerek turizmin büyümesine katkıda bulunabilmektedir. İkinci olarak, şarap teması etrafında gelişen turizm, destinasyonun imajını geliştirebilmektedir. Son olarak, turist akışını yerleşik turizm merkezlerini dışa doğru genişleterek çevre bölgelerde de kalkınma sağlamaktadır. Şarap endüstrisininin turizme ek getirileri oldukça fazladır. İlk olarak, destinasyonun turist sayılarındaki artışı ve ürünün aracı bir kuruma satışı veya nakliyesi olmadan, destinasyondaki üretim noktasından (mahzen) şarap satışını da arttırarak ekonomik getiri sağlamasıdır. Ayrıca artan satışlar ile tüketicilerin ürüne ve şarap bölgesine dair farkındalıklarının yükselmesidir. İkinci olarak, şarap üretiminin gelişme aşamasında olduğu alanlarda, turizm yoluyla gelen turistlerin talepleri ürünlerin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır (Szivas, 1999).

Yeni Zelanda'da yapılan araştırmada, Y jenerasyonunun şarap turizmi potansiyelinin oldukça yüksek olduğu ve gelecek yıllarda şarap turizmi pazarının yoğunlukla Y jenerasyonuna hizmet edeceği ortaya konmuştur. Öğrenmeye ve yeni deneyimlere açık Y kuşağının genel özellikleri dolayısıyla esnek ve kişiselleştirilmiş hizmet beklentileri fazla olduğu belirtilmiştir (Fountain ve Charters, 2015). Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) Piedmont bölgesindeki şarap rotaları üzerine yapılan araştırmaya göre, şarap turizminin doğal ve kültürel kaynakların korunmasına katkı sağladığı ek olarak, şarap rotalarının turistlerin harcamalarını arttırarak, bölge ekonomisine büyük ölçüde katkı ortaya konmuştur (Xu ve diğ., 2016).

1.3.1 Dünyada şarap turizmi ve bağ rotaları

Bağcılık, yerkürede, kuzeyde 20–52, güneyde ise 20-40 enlem dereceleri arasında yayılmış bulunmaktadır (Şekil 1.1). Sıcaklık bağcılığın dünyada bu enlem dereceleri dışına doğru yayılmasını önleyen en önemli faktördür. Bağcılık için yerkürenin en elverişli iklim kuşağı üzerinde bulunan ülkemiz, kültür asması (*Vitis vinifera L.*) ve bağcılık kültürününün anavatanı olması nedeniyle zengin bir gen potansiyeline sahiptir, iklim koşullarının uygun olması ve asmanın heterozigotik yapısından dolayı çok geniş çeşit ve tip zenginliğine sahiptir. Üzümlerde çekirdek varlığı ya da yokluğu, erken ya da geç olması, verim ve kalite yüksekliği çok önemli genetik karakterler

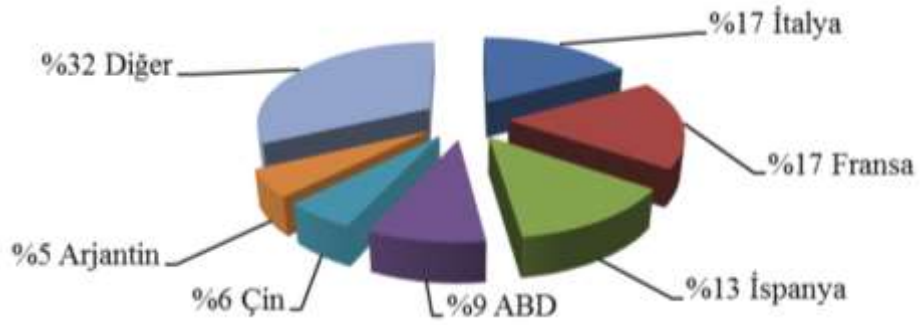
olmakla; söz konusu karakterler ilk defa Anadolu'nun yerli çeşitlerinde ortaya çıkması sonucu yayılmıştır. Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'nca yapılan çeşit belirleme çalışmalarında ülkemizde 1200 üzüm çeşidinin mevcut olduğu belirtilmektedir. Gıda ve Tarım Organizasyonu (FAO) 2013 verilerine göre; tüm dünyada 7,16 milyon hektar bağ alanı bulunmaktadır. Dünyada sırasıyla İspanya, Fransa, Çin, İtalya ve Türkiye en fazla bağ alanına sahip ülkeleri oluşturmaktadır. Aynı zamanda, sırasıyla Çin, İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya, Fransa ve Türkiye en fazla üzüm üretilen ülkelerdir (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2013).



Şekil 1.1: Dünya'da Bağcılığın Yapıldığı Yerler

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı, 2013

Küresel şarap pazarında Avrupa Birliği (AB) ülkeleri etkin rol oynamaktadır. AB sınırları içinde yer alan bağ alanları, dünyada toplam bağ alanlarının yaklaşık %47'sini oluşturmaktadır. 2013 yılında tüm dünyada üretilen şarap miktarı toplam 270 milyon hektolitredir. 2006-2010 yılları ortalamasına göre dünya şarap ihracatında yalnızca İtalya, Fransa ve İspanya'nın toplamı neredeyse tüm ülkelerin yarısıdır (Şekil 1.2). Uluslararası Ticaret Merkezi'nin 2014 yılı verilerine göre şarap ihracatının tüm dünyada toplam değeri 34,67 milyar USD'dir. Tüm dünyada şarap ihracatının yaklaşık %63'ü yine AB ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir (Şenuyar ve diğ., 2014).



Şekil 1.2: 2006-2010 Yılları Ortalamasına Göre Dünya Şarap İhracat Değerinde Ülkelerin Payları

Kaynak: Şenuyar, C., Demirbaş, N. ve Saygın, Ö. (2014)

Avrupa Birliği ülkelerinde şarap veya diğer bir adıyla bağcılık turizmi oldukça gelişmiştir. Bölgesel tanıtımlar, bağbozumu, festivaller, kültür gezileri ve benzeri etkinlikler bağcılık turizmi faaliyetlerinin içerisinde yer almaktadır. Dünyada şarap turizminde önde gelen ülkeler arasında İtalya, Fransa, İspanya, ABD ve Avustralya bulunmaktadır (Köse ve Çelik, 2017).

Günümüzde şarap üretiminde lider konumda olan İtalya aynı zamanda şarap turizminin gelişmiş olduğu ülkelerden biridir. FAO 2016 verilerine göre, ülkede 14.2 milyon turist şarap rotalarını ziyaret ettiği görülmektedir. En bilinen şarap rotası Toscana aynı zamanda en çok turisti ağırlayan bölgelerden biridir (Bertella, 2011).

Lombardiya, Piyemont, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Abruzzo, Puglia, Sicilya ve Sardinya (Şekil 1.3) şarapçılığın geliştiği ve turist ağırlayan diğer bölgelerdir. 1963 yılı sonrası oluşturulan yasalara göre İtalyan şarapları çeşitli etiketlerle tanımlanmıştır. DOCG (Denominazione di Origine Controllata e Garantita) sınıflandırması, tarihsel özelliği olan, üretim normlarına uygun ve sadece İtalya'ya has üzümleri kullanan üreticilere verilmektedir. Denominazione di Origine Controllata (DOC), Fransızlara ait olan Appellation D'Origin Controlee (AOC) kalite tescilinin İtalyan karşılığıdır. IGT (Indicazione Geografica Tipica) sınıflandırması ise şarabın yalnızca bölgesel aitliğini belirtmektedir (Johnson ve Robinson, 2005).



Şekil 1.3: İtalya Şarap Bölgeleri

Kaynak: www.independent.wine, 2020, Erişim tarihi: 15.05.2021

Şarap ve bağcılık alanında önde gelen ülkelerden biri olan Fransa'da şarap turizmi 1930'lu yıllara dayanmaktadır. Bourgogne bölgesindeki Côte de Nuits şarap yolu, şarap turizminin Fransa'daki başlangıcı olarak kabul görmektedir. 1950'li yıllarda ise Alsace ve Champagne bölgelerinde benzer faaliyetler başlatılmıştır (Lignon-Darmaillac, 2011). Coğrafi işaretleme konusunda önde gelen ülkelerden olan Fransa, bağcılıkta gelişmekte kalmamış, şarap tanımlama, sınıflama, işaretleme ve kontrol alanında da dünyaya örnek olmuştur. Ulusal Menşeye Tanımlama Enstitüsü tarafından belirlenen AOC kuralları, şarapların sınıflandırılması ve etiketlenmesi kadar, üzümün kalitesi, yetiştirilen bölge, üretim metodu, üzümün üretildiği alandan alınabilecek hektar başına maksimum ürün miktarı, alkol oranı ve benzeri nitelikleri de kontrol etmektedir. 170 km "La Route des Vins d'Alsace" (Alsas Şarap Rotası), şarap rotalarının başında gelmekle birlikte, Fransız köpüklü şaraplarına ismini veren Champagne, şaraplarıyla ünlü Bordo, Burgonya, Languedoc, Provençal, Beaujolais, Korsika, Jura, Savoy, Île-de-France, Rhone ve Loire Vadileri, şarap turizmi alanında önemli rotalardır (Johnson ve Robinson, 2005).

69 coğrafi işaretli şaraba sahip İspanya, şarap bağları üzerinde sıcak hava balon turları, bağlarda bisiklet gezileri ve kör tadımlar gibi birçok aktivite ile şarap turizminin gelişmiş olduğu ülkelerden biridir (Johnson ve Robinson, 2005).

Dünyanın en ünlü şarap rotalarından biri olan ABD'deki California Napa Vadisi, şarap turizmiyle, 150 bin oranında nüfusa sahip olmasına karşın, günde yaklaşık 13,500 turisti ağırlayarak Disneyland'dan sonra en çok turist ağırlayan bölge olarak ikinci sıraya yerleşmiştir (Şekil 1.4).



Şekil 1.4: Napa Vadisi

Kaynak: <https://www.tripsavvy.com/>, 2020, Erişim tarihi: 14.03.2021

Almanya'da şarap turizmi faaliyetleri 1920'li yıllara dayanmaktadır. “Öğretici Şarap Yolu” olarak adlandırılan ilk şarap turizmi faaliyeti Schweigen'de başlamıştır. 1935 yılında Almanya'da ise; Weinstrasse'de “Şarap Yolu” oluşturulmuştur (Köse ve Çelik, 2017). Pfalz Şarap Bölgesi, Almanya'nın ikinci büyük şarap üretim bölgesidir. Bölgede sonbaharda gerçekleştirilen üzüm ve şarap festivalleri ile şarap turizmi için en çekici bölgelerden biridir (Braatz ve diğ., 2014).

İber yarımadasında bulunan ve 2018 yılı itibariyle dünyada en fazla şarap üretilen ilk on ülkeden biri olan Portekiz, yüksek alkol ve şeker oranına sahip Porto şaraplarının yanı sıra, üzüm çeşitliliği ve modern şarap üretimiyle şarap turizminin gerçekleştiği ülkelerden biridir. Birleşmiş Milletler Örgütü (UNESCO), Dünya Kültür ve Tabiat Mirası listesinde yer alan Douro Vadisi ve Pico Adası şarap turizmi için önemli rotalardır (Johnson ve Robinson, 2005).

Yunanistan Akdeniz'deki önemli turizm merkezlerinden biri olmasının yanı sıra, iklimin getirdiği üzüm çeşitliliği ve ödüllü şarapları ile en rağbet gören şarap turizmi bölgelerindedir. Ülkede şarap turizminin gelişim nedenleri arasında otellerin ve konuk evlerinin bağların merkezinde veya çok yakınında olması ve şarap turizmine katılan turistlerin, şarabın yapım aşamalarına tanık olması yer almaktadır. Ege

Adaları olan Oniki Adaları, Samos, Lesbos, Santorini, Limnos, Chios, Ikaria, Kiklad, İyon ve Girit adalarının tamamında şarap üretimi yapılmaktadır. Trakya Bölgesi, Orta Yunanistan ve Teselya Bölgeleri'nin tamamı şarap turistlerini ağırlamaktadır (Stavrinoudis ve diğ., 2012).

Avustralya'da ilk kez şarap turizmi konferansı 1998 yılında düzenlenmesini takiben bu alanda tanımlamalar yapılmıştır (Yıldız, 2009). Güney Avustralya Barossa Vadisi her yıl 7,5 milyon turist tarafından şarap ve diğer gastronomik öğeler için ziyaret edilmektedir (Köse ve Çelik, 2017).

Şarap turizmi alanında gün geçtikçe pazar paylarını arttıran diğer ülkeler arasında Güney Afrika, Avustralya, Yeni Zellanda, Arjantin, Şili, Japonya İsviçre ve İngiltere yer almaktadır. Güney Afrika'da yer alan ve 1971 de oluşturulan ilk şarap rotası Stellenbosch'a bugün 15 farklı şarap rotası ilave olmuştur. Avrupa ülkelerinden Moldova'da önemli şarap üreticilerindedir. Tarihi mekanları ile hem sofralık hem de kaliteli şaraplık üzümleri şarap turizmine rağbet gösterenlerin sayısında her yıl artış sağlamaktadır. Macaristan'da da şarap rotası bulunmaktadır (Köse ve Çelik, 2017).

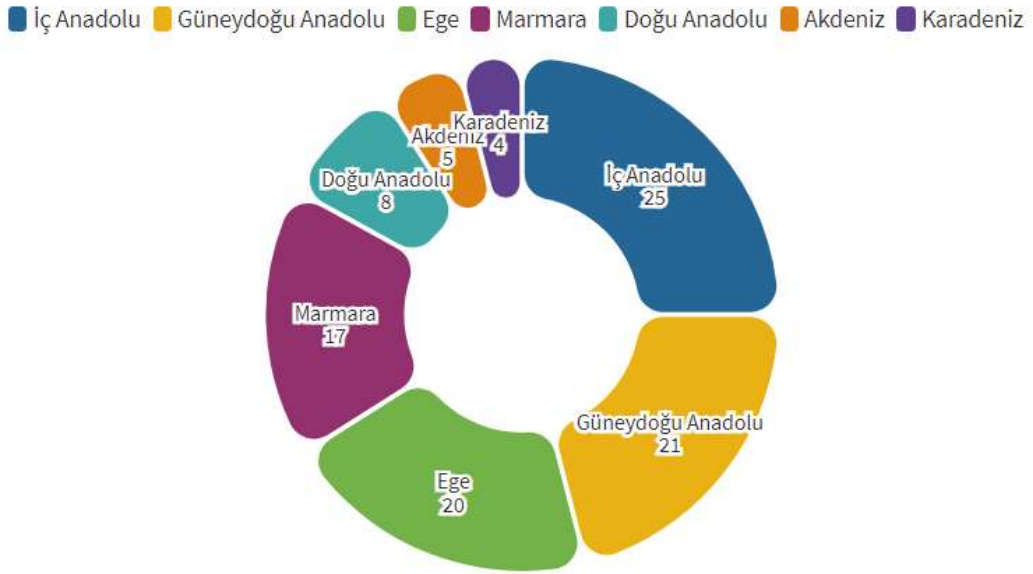
Dünyadaki en büyük üzüm üreticisi olan Çin ise, 2000 yıllık şarap üretimi geçmişi olmasına karşın, şarap turizminde bilinirliği son derece düşüktür (Qui ve diğ., 2013).

1.3.2. Türkiye'de şarap turizmi ve bağ rotaları

Arkeolojik kazılarda elde edilen bulgular sonucunda, Anadolu coğrafyasında üzüm ve şarabın tarihinin 6.000 yıl öncesine uzandığı görülmektedir (Arıkan, 2017). Günümüzde, tüm dünyada değişen turizm talepleriyle birlikte, Anadolu bağları da şarap turizminin gözde rotaları haline gelmiştir. Şarap turizmine olan talebin artmasıyla, seyahat acenteleri üzüm bağlarını ziyaret etmek ve tadım yapmak isteyen turistler için günlük veya haftalık turlar düzenlemeye başlamıştır (Oyan ve Akdağ, 2020).

Ülkemizde Karadeniz Bölgesi'nin kuzeyi ve Doğu Anadolu'nun kuzey kesimleri haricinde her bölge ve yörede bağcılık yapılmakla birlikte üretilen üzümün oldukça düşük bir miktarı şarap üretiminde kullanılmaktadır (Şekil 1.3). Mevcut bağların yüzeysel ölçümleri karşılaştırıldığında üretilen üzümlerin %35'i kurutmalık, %30'u sofralık, %30'u pekmez, şıra, pestil ve benzeri ürünlerin üretiminde yalnızca %5'i

şarap üretiminde kullanılmaktadır. Avrupa ülkelerinde bu oran %75-%95 arasındadır (Qui ve diğ, 2013).



Şekil 1.5: 2004-2011 Yılları Ortalamasına Göre Türkiye’de Şaraplık Üzüm Üretiminde Bölgelerin Payları

Kaynak: TUIK, 2012

Türkiye’deki şarap rotaları Trakya, Ege ve Anadolu olarak üç başlık altında incelenmektedir (Şekil 1.6).



Şekil 1.6: Türkiye’nin Şarap Rotaları

Kaynak: <https://slowtravelguide.com/tr/>, 2020, Erişim tarihi, 14.03.2021

Trakya Bağ Rotası

Trakya Bağ Rotası, Türkiye’nin ilk bağ rotası projesidir. Tekirdağ, Şarköy, Gelibolu ve Kırklareli bölgelerinde faaliyet gösteren 12 butik şarap üreticisi, Trakya Turizm

İşletmecileri Derneği ve Trakya Kalkınma Ajans'ının ortak çalışmaları sonucu oluşturulmuştur (Demirkol ve diğ., 2016). Trakya bölgesi sıcak ve kurak yazları, soğuk kışları ve yüksek nem oranıyla şarapçılık için oldukça elverişli mikro klimalara sahip bir bölgedir. Ayrıca, tüm Türkiye'deki şarap üretiminin %20'si Trakya'da gerçekleşmektedir (Oyan ve Akdağ, 2020). Günümüzde, Türkiye'deki şarap üretiminin yaklaşık %15'i bu bölgeden karşılanmaktadır. Üretilen üzüm türleri; asiditesi yüksek Gamay, asit oranı düşük Yapıncak, yumuşak içimli beyaz Semillion ve siyah Papazkarası olarak bilinmektedir. Bölgede yetişen diğer üzümler Adakarası, Cabernet Franc, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Cinsault, Kalecik Karası, Merlot, Riesling, Sauvignon Blanc, Şiraz ve Viognierdir. Mürefte ve Şarköy, üzüm ve şarap üretimi bakımından Trakya'nın en yoğun olduğu bölgedir. Birçok üretici bu bölgede bulunmaktadır. Tekirdağ'da Umurbey Bağları, Chateau Nuzun Bağları, Barel Bağları, Barbare Bağları, Şarköy'de Melen Bağları, Gülor Bağları, Chateau Kalpak Bağları, Gelibolu'da Gali Bağları, Suvla Bağları ve Kırklareli'nde Arcadia Bağları, Chamlija Bağları, Vino Dessera Bağları rotayı oluşturan bağlardır (Çelik, 2019).

Ege Bağ Rotası

İsmi her ne kadar Ege bölgesi olsa da, bu şarap rotası Marmara Bölgesinde Bulunana Çanakkale'den başlayıp Akdeniz bölgesinde bulunan Antalya'ya kadar uzanmaktadır. Bölge, uzun ve sıcak yazları, ılıman kışları ile Türkiye'deki şarap üretiminin %50'den fazlasını gerçekleştirmektedir. Boğazkere, Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Çavuş, Dimrit, Grenache, Kalecik Karası, Karalahna, Malbec, Mourvedre, Narince, Öküzgözü, Petit Verdot, Pinot Noir, Sangiovese, Sauvignon Blanc, Sultaniye, Tempranillo ve Viognier bölgede yetişen şaraplık üzümlerdendir (Çelik, 2019). Son yıllarda şarap üretimi, bağların kurumsallaşması ve yeni fabrikaların açılmasıyla oldukça popüler bir şarap rotası haline gelen Bozcaada'da tatlı beyaz şarap yapımında kullanılan Vasilaki ve kırmızı şarap yapımında kullanılan Kuntra üzümleri ön plana çıkmaktadır. Saroz yakınlarında Merlot üretimi, Avşa ve Marmara adalarına özgü Adakarası üretimi, bölgedeki diğer şaraplık üzümlerdir. Siyah, yüksek tanenli Cabernet Sauvignon, Fransa ve İspanya'da oldukça tercih edilen Carignan; şeker ve asit oranı düşük Alicante Bouchet, yoğun aromalı Şiraz, yumuşak yapılı Bornova Misketi ve Foça Karası, İzmir, Urla, Çeşme ve çevresinde en çok yetişen şaraplık üzüm türleridir. Denizli'de Çal Karası ve Sultaniye üzümleri özellikle rose şarapların üretiminde kullanılmaktadır (Kılıç ve diğ., 2017).

Anadolu Bağ Rotası

Anadolu şarap rotaları oldukęa geniş bir coğrafyaya yayılmıştır. Yazların kurak ve sıcak, kışların ise sert ve soğuk geğtiği karasal iklimde, gece ve gündüz arasında bile ısı farklılıkları oldukęa fazladır. İklım koşullarındaki bu farklılıklar, yerel üzüm çeşitliliğinin artmasını sağlamıştır. Ankara, Anadolu'nun en kaliteli kırmızı şaraplık üzüm çeşitlerinden Kalecik Karası'na ev sahipliği yapmaktadır. Anadolu'nun yerel üzümlelerinden olan yoğun aromalı Öküzgözü üzümü, Elazığ ve Malatya bağlarında yetişmektedir. Tanen miktarı yoğun Boğazkere üzümü Diyarbakır'da, Hasandede Kırıkkale'de, meşe fiçılarda bekletilerek zarif ve dengeli bir şarap elde edilen Narince Tokat ve çevresinde, sek şarap yapımında kullanılan Emir, Dimrit, şıradar ve Kayseri Karası, Türkiye'nin büyük şarap tesislerinin yoğunlukla bulunduğu Nevşehir'de üretilmektedir. Binlerce yıllık şarap geleneğiyle bilinen Mardin ve Midyat'ta üretilen Süryani şaraplarında ise yerel üzümlelerden Mazruna ve Kerküş kullanılmaktadır. Şaraplık üretiminde sıklıkla kullanılan diğer üzümleler ise; İç Anadolu'da Chardonnay, Malbec, Sauvignon Blanc ve Tempranillo iken, kuzey Anadolu'da Öküzgözü ve Şiraz'dır (Kılıç ve diğ., 2017).

2. ANKARA İLİ VE ŞARAPÇILIK

2.1. Ankara İli Hakkında Genel Bilgiler

Türkiye'nin Orta Anadolu Bölgesi'nde bulunan Ankara ili, doğuda Kırıkkale ve Kırşehir, batıda Eskişehir, kuzeyde Çankırı ve Bolu, güneyde ise Konya ve Aksaray illeri ile çevrilidir. Cumhuriyet öncesi 30.000 nüfuslu bir kent olan; Ankara'nın mevcut nüfusu 5,5 milyondan fazladır. Cumhuriyet ile birlikte, sanayileşmedeki artış, diğer yerleşim merkezlerinden Ankara'ya iç göçü başlatmıştır. Böylece, Ankara'da sanayileşme ve artan nüfus birbirinin hem sebebi hem de sonucu olmuştur. Bugün Ankara ülke genelindeki illerin ekonomik faaliyet konularındaki ağırlığı yönüyle sanayi ağırlıklı iller arasında yer alsa da bölgede tarım faaliyetleri de sürmektedir (Ankara İl Turizm Müdürlüğü, 1995).

Ankara yüz ölçümü bakımından oldukça geniş bir araziye sahiptir. Bu sebeple, bölgesel iklim farklılıkları görülmektedir. Güney kesimlerde step iklimi görülürken; kuzey kesimlerde Karadeniz ikliminin ılıman ve yağışlı yapısıdır. Yaz ayları sıcak, kış ayları soğuk olup sis ve don görülmektedir. Ortalama sıcaklık 11,7°C iken, yıllık ortalama yağış miktarı 389,1 mm'dir. En yüksek ve düşük sıcaklık değerleri 40,8°C ve -24,9°C olarak tespit edilmiştir. Deniz seviyesinde yüksekliği yaklaşık 890 metre olan şehir, Kızılırmak ve Sakarya nehirlerinin oluşturduğu verimli ovalara sahiptir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, erişim tarihi: 09.11.2020).

Ankara ilinde 1 adet Büyükşehir Belediyesi, 25 adet ilçe belediyesi, 804 mahalle ve 672 adet köy bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, erişim tarihi: 09.11.2020).

Şehir köklü tarihi ve kültürü sebebiyle doğal güzellikleri ve müzeleriyle turist çekmektedir. Ankara Kalesi, Roma İmparatorluğu tarafından inşa edilen Augustus Tapınağı, Roma Hamamı ve Roma Tiyatrosu, Julianus Sütunu, Gordion Antik Kenti, Zağfiran Han, Sulu Han, Selçuklular tarafından yapılan Akköprü, Gavurkale, Kayabaşı Mozaiği, Külhöyük, Bizans Dönemi'nden kalma Kalecik Kalesi, Juliopolis Kayıp Kenti, Parnasos Antik Kenti Kilise Kalıntısı, Hacı Tuğrul Höyüğü, Sinap Formasyonu Kazıları ilgi çekici tarihi eserlerdir. Tarihi Eynebey, Şengül ve

Karacabey Hamamları turistik hamamlardır. Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Cumhuriyet Müzesi, Resim ve Heykel Müzesi, Etnografya Müzesi, Gordion Müzesi, Roma Hamamı Açık Hava Müzesi, Şefik Bursalı Müzesi, Kurtuluş Savaşı Müzesi, Alagöz Karargah Müzesi, Anıtkabir Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi, Devlet Mezarlığı Müzesi, Haritacılık Müzesi, Jandarma Müzesi, MSB Arşiv Müzesi, Hava Kuvvetleri Müzesi, Sakarya Şehitleri Zafer Anıtı ve Müzesi, Topçu ve Füze Okulu Sınıf Müzesi ve birçok özel müze ile şehir kültür turizmi bakımından oldukça gelişmiştir. Sergi alanları, sanat ve kültür merkezleri, anıtlar, camiler, eski evler ve konaklar ile şehir turizmi oldukça gelişmiştir (Ankara İl Turizm Müdürlüğü, 1995).

2.2. Ankara İlinin Tarihçesi

Yapılan incelemeler sonucunda şehirdeki yerleşimin tarih öncesine dayandığı tespit edilmiştir. Ankara'daki Ahlatlıbel, Etiyokuşu ve Koçumbeli Höyükleri M.Ö. 3000 yılında şehirde yerleşim olduğunun kanıtıdır (Bertram, 2016). Hitit eserlerinde bahsedilen Ankuwa kenti, günümüzün Ankara şehrinin bulunduğu yerdedir. Ankara'nın şehir olarak kuruluşu, günümüzde Anadolu'nun önemli antik kentlerinden biri olan Gordion adıyla Frigyalılara dayanmaktadır. Bölgedeki mezarlar, M.Ö. 750–500 yıllarındaki Frigya yerleşmesinin önemini göstermektedir. Frigya devletinden sonra sırasıyla Lidyalıların ve Perslerin hâkimiyetine geçen kent, ayrıca M.Ö. 522–486 yılları arasında yapılan “Kral Yolu” üzerinde küçük bir ticaret merkezi olarak önemini arttırmıştır. M.Ö. 333 yılında Makedonya kralı Büyük İskender tarafından Anadolu'daki Pers egemenliğine son verilerek kent Pers himayesinden çıkmıştır (Ünlüönen ve Kızanıklı, 2017). M.Ö. 277'de Avrupa'dan Anadolu'ya gelen Galatlar'ın bir kolu olan Tektosağ'lar tarafından, Ankara ili başkent yapılmıştır. Şehir, M.Ö. 25 yılında Roma İmparatoru Augustus tarafından Galatlar'dan alınarak Roma İmparatorluğu'na bağlanarak kurulan Galatya eyaleti başkent yapılmıştır. Milattan sonra (M.S.) 100-200 yılları arasında Roma yol ağının Anadolu'daki önemli bir kavşağı haline gelen kent, yönetsel ve askeri açıdan da gelişmiştir. M.S. 395 yılında Roma İmparatorluğu, Doğu Roma ve Batı Roma olarak ayrılmasını takiben Ankara, Doğu Roma (Bizans) İmparatorluğu sınırları içerisinde kalmıştır. Bizans döneminde şehir çok sayıda yeni yapıyla donatılmıştır (Ankara İl Turizm Müdürlüğü, 1995). 1073 yılında Selçuklular tarafından fethedilen şehir, farklı dönemlerde Türk Beylikleri, Bizans ve Moğol egemenliği altında yaşamıştır.

Osmanlı döneminde Ahi merkezlerinden biri olan Ankara, İmparatorluğun önemli ticaret merkezlerinden biri olmuştur. 1920 yılı sonrasında Milli Mücadele'nin sembolü haline gelen Ankara Kurtuluş Savaşı'nın idari merkezi, 13 Ekim 1923 tarihi itibarıyla ise; Türkiye Cumhuriyeti'nin başkenti olmuştur (Batuman, 2013).

2.3. Ankara'da Şarap ve Bağcılık

Anadolu'nun tarihi kayıtları ve bölgenin bağcılık ve şarap yapımının kökenleri ile bağlantısı, M.Ö. 2000'li yıllara uzanmaktadır. Anadolu'nun yüksek dağların hakim olduğu merkezi platoları, izole mikro iklim cepleri ve intermontan vadileri boyunca verimli toprakları ile bölgenin jeomorfolojik nitelikleri, şarap üretiminin uygunluğunu da açıklamaktadır. Yüzyıllar boyunca şarap üretiminin gerçekleştiği Ankara, her yeni uygarlıkla şarap üretimine devam etmiştir. Şehirdeki üzüm mirası, çeşitli uygarlıkların etkisiyle, yüzyıllar boyunca dinleri ve kültürleri bir araya getirmiştir. Ayrıca birçok uygarlık için, kentsel bir kimlik bir tarımsal gıda ürünü olan şarap ile zenginleştirilmiştir. İlkçağ medeniyetleri için dini ve törensel anlamlar taşıyan şarap ve asma, Osmanlı döneminde de varlığını sürdürmüştür (Atay, 2004).

2.3.1. İlkçağda Ankara'da şarap ve bağcılık

M.Ö. 2000 yıllarında Anadolu'ya yerleşerek 600 yıl boyunca varlığını sürdüren Hitit, diğer bir adıyla Eti uygarlığı için bağcılığın önemi, bağ, asma, üzüm salkımı ve şarap figürlerinin yer aldığı kaya resimleri ve heykeller gibi birçok arkeolojik buluntuyla kanıtlanmıştır (Ünal, 2005).

Anadolu'nun bağcılık ve şarapçılık tarihinin başlangıcı Hitit uygarlığı ile bilinmesine rağmen, Hititler şarapçılık ve bağcılığı Anadolu'da yaşayan yerli halktan öğrenerek şarapçılık kültürünü geliştirmiştir (Deliorman ve diğ., 2011). Bağcılığın, Hitit uygarlığının ilk dönemlerinde bile oldukça gelişmiş olduğu bilinmektedir. Özellikle tapınaklarda dini törenlerde ve tanrılarda adak olarak büyük miktarda şarabın kullanılması, Hititler için şarabın önemini göstermektedir. Halka sırt çeviren tanrıların adak olarak bal, yağ ve şarap kullanıldığı bilinmektedir (Albayrak ve diğ., 2008). Hatta Hitit tabletlerinde tüm bir evin, ayin sırasında şarap ile yıkanması, şarabın kutsal, temizleyici ve arındırıcı olarak kullanıldığını göstermektedir. Boğazköy (Hattuşa)'de bulunan tabletlerde, özel gün ve diğer merasimlerde, şarabın, bira, sığır, koyun ve ekmek ile tüketildiği görülmektedir. Ayrıca, Hitit kanunlarında

bağların pahalılığı, farklı üzüm kalitelerinin belirlenmesi, bağların ve mahsulün korunmasına yönelik özel hükümler ve tarım yasaları bağcılığa verilen önemi göstermektedir (Imparati, 1992; Albayrak ve diğ., 2008).

Anadolu'daki kazılarda şaraba dair bulunan en eski şarap kapları (Şekil 2.1), Hititler'den M.Ö. 3000'lere ait som altından şarap sürahisi ve ayaklı şarap kadehidir (Deliorman ve diğ., 2011). Bunların dışında hayvan biçimli içki kapları, kutsal ayinlerde kullanılan halka biçimli gövdeli su ve şarap kapları ile asma ve üzüm motifli birçok mutfak ve sunum gereci, kazılarda bulunan diğer kaplardır (Boder, 2014). Ayrıca Hititlerde, saray ve büyük konak aşçıları ile birlikte mutfakta fırıncı, sütçü ve biracının yanı sıra şarapçı da çalışanlar arasında bulunmaktadır. Mutfaklarda tahıl, baklagil, kuru meyve, yağ, bira ve şarap gibi gıdaların kilden yapılan büyük küplerde saklandığı bilinmektedir. (Albayrak ve diğ., 2008; Şensoy, 2012; Boder, 2014).



Şekil 2.1: Anadolu Medeniyetleri Müzesi-Hititler (M.Ö. 3000) Som Altından Yapılmış Şarap Sürahisi ve Ayaklı Şarap Kadehi

Kaynak: Sağlam, Ö. Ç. ve Sağlam, H. (2018).

Asurlular da Hititler gibi şarapçılığa önem vermiştir. Özellikle ticaret kolonilerinin yoğunluğu sebebiyle, kuru üzüm ve şarabın üretildikleri bölgelerden farklı bölgelere ticaretlerini yapmışlardır. Yapılan kazılarda M.Ö. 1300'lü yıllara dayanan üzüm fosilleri, bağcılık, şarap üretimi ve tüketimi ilgili alet ve edevat bulunması, şarapçılığın Asurlular için de önemini kanıtlamaktadır (Anlı, 2006).

Hitit uygarlığını takiben, Frigya ve Pers uygarlıkları da bağcılığa önem vererek şarapçılık kültürünü devam ettirmiştir. M.Ö. 800’lü yıllarda Orta Anadolu’da Frigya devleti kurulmuştur. Ankara şehrinin kurucusunun da Frigya Kralı Midas olduğu belirtilmektedir. Ankara şehrinin isminin gemi çapası ya da Farsça’da üzüm anlamına gelen “Engürü” kelimesinden geldiği sanılmaktadır. Tarih boyunca en fazla bağcılık yapılan bölgelerden biri olduğu için, Engürü adı sıkça kullanılmıştır (Akurgal, 1998). Friglerde tarım ve hayvancılığın önemi, saban kırma ve öküz öldürmeye karşı verilen ağır cezalardan anlaşılabilir. Frigyalılar tarafından, Sakarya ve Menderes ovalarında bağlar kurarak şarap tanrısı olan Dionysos için bağ bozumu şenlikleri düzenlenmiştir (Memiş, 2005). Frig Kralı Midas’ın ölümünden sonra cenaze yemeğinde şarap, bal ve bira karışımından elde edilen özel bir içkinin sunulduğu bilinmektedir (Şensoy, 2015). Ankara’da özellikle İsa’dan önce 8. yüzyıllarda Frig’lerde, üzüm çeşitliliğinin çok zengin ve bağların bakımlı bulunduğu bilinmektedir (Tunçer, 2019).

Frig devletinin yıkılışıyla Ankara, Lidyalıların egemenliği altına girmiştir. Bu dönemde tarım, dokumacılık, madencilik ve şarap üretimi bölgede gelişim göstermiştir. M.Ö 546 yılında ise Anadolu Pers İmparatorluğunun egemenliği altına girmiştir. Persler döneminde, Ankara’nın, günümüzde İran sınırlarında olan Susa şehrinde başlayıp, günümüzde Manisa sınırları içerisinde yer alan Sardis şehrine kadar uzanan ticari amaçlı Pers Kral Yolu içerisinde olması, bölgede özellikle şarap ticaretini hızlandırmıştır (Yavuz, 2000).

Avrupa’dan Anadolu’ya gelerek yerleşen Galatlar’ın (Keltler) üç boyundan biri olan Tektosaglar “Ankyra” olarak adlandırdıkları Ankara ve çevresine yerleşmiştir (Kaya, 2012). Galatlar, ilk olarak tahıl üretimi, sonrasında ise Galatya olarak adlandırdıkları Ankara’nın hemen her yerinde üzüm yetiştiriciliği yaparak şarap üretimine başlamışlardır. Bu dönemde tahıldan sonra en çok üretilen tarım ürünü üzüm olmuştur (Oygür, 2020). Galat mezarlarında ölümler ile birlikte gömülen eşyalar arasında, şarap karıştırılan kaplar, şarap testileri, şarap sürahileri ve kupalar bulunmaktadır (Bilim ve Gelecek, 2018).

Ankara, Galatia Krallığının Romalılar tarafından yıkılmasından sonra, Galatia Eyaleti adıyla Roma İmparatorluğu’na bağlı bir eyaletin başşehri yani metropolisi olmuştur (Akyol, 2016) Roma Dönemi’nde adak niteliğinde dikilitaş (stel) üzerinde,

yerli halk tarafından üzüm bağlarını koruduklarına inanılan Zeus Ampelikos ve Zeus Ampeleitos tanrılarının resmedildiği göze çarpmaktadır (Anlı, 2006).

2.3.2. Ortaçağda Ankara’da şarap ve bağcılık

Roma İmparatorluğu’nun M.S. 313 yılında Hristiyanlığı kabul etmesiyle şehirde Hristiyanlığın etkisi artmaya başlamaktadır. Pagan dinlerde şarabın yeri ve önemi oldukça fazladır. İsa’nın son yemeğinde masayı süslemesi ve Hristiyanlıktaki yeri ile Bizans imparatorluğu boyunca başlıca içeceklerden biri olarak kabul edilmiştir. İmparatorluk topraklarında yüksek oranda üretilmesi, bölgede önemli bir ekonomik gelir sağlamıştır. Kendi sikkesini basma ve kullanma hakkı olan Ankara’da da şarap üretimi oldukça fazladır (Oygür, 2020). Şarap üretimi ve bağcılık hakkında birçok yazılı kaynak bulunmakla birlikte “Geoponica” olarak bilenen 10. yüzyıla ait bir Bizans eseri, bağcılık ve yağcılık gibi önemli tarımsal faaliyetleri üretim süreçlerine ait önemli kaynaklar arasındadır (Koçyiğit, 2021).

Günümüzde Beypazarı sınırları içerisinde kalan İnözü vadisindeki mağaralarda, kayalarda haç işareti içeren sıvaların olması Hristiyanlığı ve bu yerleşim yerinin Romalılar tarafından kullanıldığını göstermektedir. Vadi tabanındaki bağlık alanlar, geleneksel bağ yaşamının bu bölgede yoğun olduğunu ve şarap üretimini işaret etmektedir (Kiper ve Kiper, 2006).

1993 yılında Çankırıkapı’da temel kazısında ortaya çıkan Bizans dromoslu (dar ve uzun koridor) oda mezarlarında, ölüm sonrası hayata giderken kullanması amacıyla konulan mezar hediyesi olarak pişirilen topraktan kadeh bulunması (Şekil 2.2), ölümden sonraki yaşam için de şarabın öneminin korunduğunu göstermektedir (Aydın ve Zoroğlu, 2016).

Ortaçağ’da Bizans’ın başkent olarak İstanbul’u seçmesiyle İmparatorluk içerisinde Anadolu başkenti sıfatını yitiren şehir, Bizans’ın sınır kenti olarak daha ziyade bir tatil ve ticaret kentine dönüşmüştür. Ortaçağ boyunca şehir dönemsel olarak Selçuklular, Galatlar ve Bizans arasında el değiştirmiştir (Oygür, 2020).



Şekil 2.2: Erken Bizans Mezarları Kazısı, Mezar Hediyesi Kadeh

Kaynak: Aydın, M. ve Zoroğlu, C. (2016)

11. yüzyıl sonlarına kadar Bizans himayesinde olan Ankara, 1073 yılında Selçuklular tarafından feth edilmiştir. Selçuklu İmparatorluğu'nun saray teşkilâtında Şarab-sâlâr veya Şarabdar olarak isimlendirilen içki tadicılarının bulunması, ayrıca dönemin mimarisinde cami ve saray duvarlarına asma ve üzüm motiflerinin çizilmesi (Şekil 2.3), şarabın Selçuklu İmparatorluğu'ndaki yerini ve önemini göstermektedir (Şensoy ve Tiritöğlü, 2018).



Şekil 2.3: Cami Duvarında Asma Yaprakları Ve Üzüm Salkımları

Kaynak: Deliorman, D., N. Orhan, F. Ergun, (2011)

Türkiye Selçukluları döneminde, 1238 tarihinde, Er-Râvendî tarafından yazılan Âyetü's-Sürûr eserinde, "içki hakkında bir fasl" kısmı göze çarpmaktadır. Bu kısımda şarab-hâne ve sarhoşluk kavramlarından bahsedilmiştir. Kaynatılarak 1/3 oranda yoğunlaştırılan üzüm suyuna müselles denilmektedir. Bal, hurma, buğday,

arpa ve diğer ürünlerden yapılan içkiler, 2/3'si kalıncaya kadar kaynatılan şarabın, alkol oranının azaltılarak helal olması, hurma ve kuru üzüm şarabının daha az kaynatma ile alkolünün giderilmesi, içkinin yemeğin hazmı için içilmesi, hurma ile kuru üzümün meyve ile karışık şarapların biraz kaynatılıp içine elma, ayva veya gül yaprağı atıldığında helal olarak sayılması eserde Türkiye Selçuklularında görülen şarap alışkanlıklarından bazıları olarak bilinmektedir (Güllü, 2018).

2.3.3. Yeniçağ ve yakınçağ'da Ankara'da şarap ve bağcılık

Bizans'ın tamamen yıkılmasıyla Osmanlı topraklarına dahil olan Ankara'da şarap üretimi gayri müslim halk tarafından Cumhuriyet dönemine kadar devam etmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'nun kuruluşundan itibaren özellikle ilk iki asır boyunca şarap tüketiminin sarayda da aktif olarak sürdüğü bilinmekte, ancak bu durum Orta Asya'daki yaşam tarzından kaynaklanan alışkanlıklara bağlanmaktadır. İlerleyen yüzyıllarda, şarap tüketimi düşmekle birlikte üretim gayri müslim halk ile devam ettirilmiştir. Bu dönemde gerçekleşen asma biti salgını, I. Dünya Savaşı ve Kurtuluş Savaşı, Anadolu topraklarında üretimi en çok etkileyen başlıca olay olarak bilinmektedir (Ribeiro ve diğ., 2020).

2.3.3.1. Osmanlı ve şarapçılık

Bizans yıkımını takiben, yerini Osmanlılara bırakmıştır. Anadolu'nun şarap kültürü tamamen bitmemekle birlikte gerilemeye başlamasına rağmen; bağcılıkta ilerleme görülmüştür. Anadolu topraklarında kıymet verilen asma, Osmanlı'da da değerini sürdürmüştür. Türk mutfağında üzümünden üretilen pekmez, pestil, köfter, sucuk (orcik), bulama, bastık, tarhana, lokum ile kuru üzüm tüketimi önemli göstergeleri arasındadır. Osmanlı döneminde Müslümanların şarap üretim ve tüketiminin yasaklanmasına rağmen, gayrimüslim halkın şarap üretimi ve satışı serbest bırakılmıştır. Kanuni Sultan Süleyman döneminde bu konuda sıkı tedbirler alınmıştır.

1557 yılında dönemin padişahı Kanuni Sultan Süleyman'ın Üsküdar kadısına gönderdiği fermanda, şaraplık üzüm çeşitleri yerine sofralık, pekmezlik ve kurutmaya elverişli asma fidelerinin yetiştirilmesi buyrulmuştur (Söylemezoğlu, 2005). Gayrimüslim halkın şarap üretimi ve satışı vergilendirilmiştir. Örneğin, II. Bayezid'in Umumi Osmanlı Kanunnamesi'nde, gayrimüslim halk tarafından üretimi ve tüketimi yapılan şarap ve domuz için vergi düzenlemesinde “*Ve şehre gelen bir*

fuçı süciden (şaraptan) on beş akçe alına ve hınzır boğazlamağ- için beslense, hınzır başına bir akçe alına.” hükmü görülmektedir (Gedkl, 2009).

Ankara, 1354 yılında tamamen Osmanlı İmparatorluğu himayesine girmiştir. Osmanlı'nın şarap üretimi, Ermeni ve Rum azınlıklar sayesinde vilayet olan Ankara'da devam etmiştir. Aynı zamanda, müslüman halk sofralık, kurutmalık ve şıralık üzüm üretimiyle bağcılık geleneğini sürdürmüştür. 17. yüzyıl gezginlerinden Evliya Çelebi, Seyahatname'sinde Ankara için “Mamur, abadan, üzümü çok olduğunda adına Engûrü (*üzüm*) adını vermişlerdir” demektedir (Türkyılmaz, 2012).

19. yüzyıla ait yazılı belgelerde, Kalecik'e ait çeşitli meyve ağaçları ile donatılan bahçeler ve geniş ve bakımlı bağlarından bahsedilmektedir. Ayrıca, üzümleri ve “kişmiş” olarak tabir edilen ufak üzümlerinin oldukça lezzetli ve meşhur olduğu da belirtilmektedir (Elibüyük ve Yıldırım, 2006). Amerikalı rahip ve ressam Henry John van Lennep, 1870'li yıllarda Ankara kalesinin kuzey ucunda bulunan Akkale'nin kuzey ve doğusunun üzüm bağları ve bağ evleri (Şekil 2.4) ile kaplı olduğundan bahsetmektedir (Sülüner, 2014).



Şekil 2.4: Atatürk'ün Çankaya'daki Bağ Evi

Kaynak: Ribeiro, J. D., Ribeiro, D. C. ve Duarte, J. S. A. (2020)

Tanzimat döneminde ise; tarım üretim teknikleri geliştirilerek verimliliğin artırılmasına yönelik çalışmalar başlamıştır. Başlıca, 1847 yılında İstanbul'daki Ziraat Mektebi olmakla, birçok vilayette ziraat mektepleri ve numune (örnek uygulama) tarlaları açılmıştır (Keskin, 2010).

2.3.3.2. Cumhuriyet dönemi ve şarapçılık

Cumhuriyet öncesinde kentin, başlıca geçim kaynakları hayvancılık ve tarımdır. Cumhuriyet ile birlikte, başkentte olması zaruri hizmetler için gerekli alt ve üst yapı hizmetlerinin sağlanmaya başlanmasıyla ticari hayat da yükselişe geçmiştir. Gıda üretiminde 1925 yılında kurulan bira fabrikasını takiben, makarna, un, bitkisel yağ, süt ürünleri, şeker, şarap fabrikaları yapılmıştır. 780 sayılı kanunla yürürlüğe giren 1929 kuruluş tarihli İspirto ve İspirtozu İçkiler İnhisarı (TEKEL) rejiminde şarap serbest bırakılarak üretiminin artması hedeflenmiştir (Şekil 2.5). 1929 Dünya Ekonomik Krizi'nin etkilerini önlemek ve üzüm üreticisini korumak için 19 Eylül 1935'te, üzüm alma, işleme, yurt içi ve yurt dışında pazarlama hedefiyle Tarih Üzüm Kurumu kurulmuştur. Aynı zamanda, ülkenin birlik ve kooperatiflerinin desteği ile 1937 yılında üretim ve ihracatçıları Ankara'da bir araya getirerek üzümçülüğün üretim şartlarını rasyonel hale getirmek ve mahsulleri standardizasyonu için önemli kararlar almıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, erişim tarihi: 09.11.2020).



Şekil 2.5: Kalecik Karası Üzümünden Üretilen Kalebağ Likör Şarabı Tanıtım

Kaynak: Yalçın, M. (2018)

1942 yıllarında Türkiye'nin toplam bağ alanı miktarı 4.283.100 dönümdür. Aynı yıl üretilen toplam 951.469 ton yaş üzümün 20.976 tonu, Ankara'nın 228.220 dönüm arazisinden elde edilmiştir. Ankara'da üretilen üzüm çeşitleri Hasandede, Kalecik ve Kızıl üzüm olarak belirtilmiştir (Yurtoğlu, 2019). 4250 sayılı Kanun ile şarap üretimi ve dağıtımının özel sektör tarafından da yapılabileceği hükme bağlanmıştır. 1942 -

2003 yılları arasında Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu'nun kuruluşuna kadar devlet ve özel sektör şarap üretim faaliyetinde bulunulmuştur. 2003 yılı itibariyle şarap üretimi ve dağıtımı yalnızca özel sektör tarafından yapılmaktadır (Buzrul, 2013).

1929 yılında adını Ankara'nın Çankaya ilçesinin Kavaklıdere semtinden alan, Kavaklıdere Şarapları, Türkiye'nin özel sektör tarafından üretilen ilk şarap üretim tesisi (Şekil 2.6) olma özelliğini de taşımaktadır (Kavaklıdere, erişim tarihi: 10.03.2021).



Şekil 2.6: 1930'lu Yıllarda Kavaklıdere Şarap Fabrikası Standı

Kaynak : <http://www.kavaklidere.com/tr> 2020, Erişim tarihi: 11.03.2021

1950 yıllarında Türkiye'de başlayan bağcılıktaki gerilemeler ve 1980'li yıllarda asma biti olarak adlandırılan filoksera zararlısının bağlarda baş göstermesi ile gerilemiştir. Salgınlarla birlikte, ayrıca endüstrileşme ile kentleşmenin hızlanması bağların tahrip olmasına, özellikle yörenin en değerli üzümlerinden Kalecik Karası'nın neslinin tükenme noktasına gelmesine neden olmuştur. Kalecik Eğitim ve Kalkınma Vakfı, kalecik karası üzümün yayılması için çeşitli çalışmalarda bulunarak bölgeye has bir şarap üretilmiştir. Bununla birlikte; bölgede şarap fabrikası tesis kurulumu için fizibilite çalışmalarına başlamıştır (Yalçın, 2003).

Bu çalışmalar sonucu, bölgenin ilk şarap tesisi Işıklar Holding tarafından 1993'te özelleştirme idaresinden 500 dönüm araziyle birlikte bir çimento fabrikası alınıp,

kullanılmamasını takiben 100 dönümüne bağ dikilmesiyle kurulmuştur. Château Kalecik adı verilen tesis, bölgede yetişen kalecik üzümüyle birlikte, aynı bölgede yetişen 6 farklı Fransız üzümünü daha kullanarak şarap üretmiştir. Üretilen güçlü tanenli ve yüksek alkollü kupaj şaraplar, kalecik karası üzümünün aromasının düşük seviyelerde kalması sebebiyle şarap piyasasında fazla tercih edilmemiştir (Yalçın, 2018).

Cumhuriyet döneminde Ankara'nın diğer ilçelerindeki modern bağcılık çalışmaları aşağıdaki gibi özetlenmektedir (Haydaroğlu ve Çelik, 1999).

- Akyurt: İlk modern bağcılık çalışmaları 1997 yılında 3 üretici ile başlayarak, 12 dekar bağ kurulmuştur. Bağların yalnız %28'i şaraplık (kalecik karası) üzümdür.
- Ayaş: İlk aşılı bağ tesisine 1978 yılında başlanarak, 1998'de 114 dekar bağa ulaşılmıştır. Bağların %23'ü şaraplık/şıralık (Akdimitri, Karadimitri, Papazkarası) üzümlere ayrılmıştır.
- Bala: İlk modern bağcılık çalışmaları 1996 yılında 3 üreticiyle 11 dekar alanda başlamıştır. Üretilen üzümün %32'si şaraplık (Kalecik karası) üzümdür.
- Beypazarı: İlk modern bağcılık çalışmaları 1980 yılında 11 köyde, 142 üreticiyle 420 dekar alanda başlamıştır. Bağların yalnızca %10'u şaraplık-şıralık (Hasandede, Hırsızalmaz, Kalecik karası) üzümdür.
- Çubuk: İlk modern bağcılık çalışmaları 1988 yılında 20 üreticiyle 74 dekar alanda başlamıştır. Üretilen üzümün %26'si şaraplık (Kalecik karası) üzümdür.
- Elmadağ: İlk modern bağcılık çalışmaları 1993 yılında Karacahasan köyünde 120 dekar alanda başlamıştır. Üretilen üzümün yalnız %20'si şaraplık-şıralık (Kalecik karası, Akdimitri, Karadimitri) üzümdür.
- Evren: İlk modern bağcılık çalışmaları 1997 yılında 3 köyde 15 dekar alanda başlamıştır. Üretilen üzüm çeşitlerinin tamamı sofralıktır.
- Gölbaşı: İlk modern bağcılık çalışmaları 1997 yılında 8 dekar alanda başlamıştır. Üretilen üzümün yalnızca %19'u şaraplık (Kalecik karası) üzümdür.

- Gdl: İlçede ilk bağcılık çalışmaları 1960 yılında, Amerikan asma anaçları üzerine yerli aşılama ile başlamıştır. İlçede üretilen üzümün %37'si şaraplık-şıralık (Akdimitri, Hasandede, Hırsızalmaz, Karadimitri, Kalecik karası, kzgz, Papazkarası) zmdr.
- Haymana: Işılı bağ tesisi ilk olarak 1994'te 3 köye 22 dekar bağ alanında başlamıştır. Üretilen zmn yalnızca %28'i şaraplık (Kalecik karası, Hasandede) zmdr.
- Kazan: İlçede ilk bağcılık çalışmaları 1975 yılında, Amerikan asma anaçları üzerine yerli aşılama ile başlamıştır. İlçede üretilen üzümün %28'i şaraplık-şıralık (Akdimitri, Hasandede, Kendibiten) zmdr.
- Kızılcahamam: İlk asma anacı kullanımı 1965 yılında başlamasına rağmen, bölgede bağcılıkta hızlı ilerleme gerçekleşmemiştir. İlçede üretilen üzümün %29'u şaraplık-şıralık (Hırsızalmaz, Hasandede, kzgz) zmdr.
- Nallıhan: İlçede ilk bağcılık çalışmaları 1995 yılında başlamasını takiben, 4 yıl içinde 9 köyde 9 üreticiyle 57 dekar bağ kurulmuştur.
- Polatlı: İlçede ilk bağcılık çalışmaları 1995 yılında, Amerikan asma anaçları üzerine yerli aşılama ile başlamıştır. 3 yıl içinde 7 köyde 8 üreticiyle 54 dekar bağ kurulmuştur.
- şereflikohisar: İlk modern bağcılık çalışmaları 1997 yılında 3 köyde 11 dekar alanda başlamıştır.

Son yıllarda Ankara bağları tahrip edilmiştir. Tahrip edilen bağlar arasında; Keçiören'de oraklık, Kızlarpınarı, Mecidiye, Hacıkadın Deresi, Karabağ, Solfasil ın ın, Karaca Kaya, Samanlık, Abidinpaşa, Kınalı Köşk, Türközü, Lakavuz, Büyük Dedeman Otel'inin evresi, Seyran Bağları, Dikmen Bağları, ankaya, Yukarı ve, Aşağı ve, Keklik, atlaklı, Söğütözü, Pamuklar iftliği, Etlik Bağları, İğdelidere ve Ayvalı bağları bulunmaktadır (Tunçer, 2019).

2.3.3.3. 2021 Yılında Ankara'da şarapçılık

Son zamanlarda, özellikle 1980'li yıllardan itibaren turizm sektörünün giderek büyümesi ile üretim ve satışlarda ciddi artış yaşanmıştır. Ülkedeki şaraphane ve şarap fabrikaları uluslararası standartlara uygun yeni yatırımlar yapmaya başlamıştır.

Günümüzde Türk şarapları hem Anadolu'ya has yerli, hem de uluslararası bilinen üzüm türlerinden yapılmaktadır.

Ankara, yüz ölçümü olarak tüm Türkiye'deki bağ alanlarının %1'ini oluşturmaktadır. Türkiye'deki en fazla bağ alanı ise %34 ile Manisa'dır (Şekil 2.7). Yüzölçümü bakımından Manisa 13.810 km² iken; Ankara'nın 24.521 km²'lik yüzölçümü ile bağ alanı olarak Ankara'nın geride olduğu görülmektedir (Tarım ve Orman Bakanlığı, erişim tarihi: 11.11.2020).



Şekil 2.7: Türkiye'de Önde Gelen Şarap Üretimi Yapan Şehirlerin ve Ankara'nın Bağ Alanı Yüzdesi

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı, Erişim tarihi: 11.11.2020

Tüm Türkiye'de bugün 140 civarında üretim yapan şarap üreticisi olduğu bilinmektedir. Ankara'da bağları ve üretim tesisi bulunan en büyük şarap firmaları arasında Kavaklıdere Şarapları A.Ş. ve Vinkara Şarapları (B - Bak Gıda Tarım ve Ticaret A.Ş.) gibi büyük firmaların yanı sıra, Kalecik Şarap San. ve Tic. A.Ş. gibi butik üretim yapan firmalar mevcuttur. Özellikle Kavaklıdere firması, 40'dan fazla ülkeye gerçekleştirdiği ihracat ile Türkiye'nin tüm şarap ihracatının yarıdan fazlasını tek başına gerçekleştirmektedir. Firmanın şarapları, tüm dünyadan 9 farklı Michelin yıldızlı restoranın şarap menülerinde de yer almaktadır. Kavaklıdere Şarapları Murahhas Azası Ali Başman, özellikle Öküzgözü, Boğazkere, Kalecik Karası, Narince ve Emir gibi Türkiye'nin yerel üzümlerinin, ihracat içerisinde oldukça önemli olduğunu belirtmektedir. Şirketin bağlarını büyütmeleri ve sayıca arttırmalarına karşın 500 kg üzümünden 300 lt şarap üretimi gibi düşük randıman çalışarak kaliteli şarap üretimini arttırmayı hedeflemektedir (Yücel, 2011). Firmanın

Ankara ilindeki bağları 19 hektarlık bağ alanı ile Akyurt ve 12,7 hektarlık bağ alanı ile Kaleciktir. Ankara'daki üretim ise yıllık 13,5 milyon litre şarap depolama kapasitesine sahip Akyurt tesisidir (Kavaklıdere, erişim tarihi: 10.03.2021).



Şekil 2.8: Ankara Kalecik Bağları

Kaynak: <https://www.kulturportali.gov.tr/> 2020, Erişim tarihi, 11.01.2021

2004 yılında Kalecik ilçesinde bağ dikimine başlayan Vinkara Şarapları, hızlı bir gelişme göstererek günümüzde 620 dönümlük bağ alanında yetiştirilen üzümlerden, yıllık 1,3 milyon litre kapasiteli şarap işleme tesislerinde, modern tekniklerle üretim yapılmaktadır (Vinkara, erişim tarihi:15.05.2021). KALVİ markasıyla butik üretim yapan Kalecik Şarap San. Ve Tic. A.Ş., 15 dönümlük bağ alanı ve yıllık 2 milyon şişe kapasiteli üretim tesisi ile şarap üretimi yapmaktadır (Kalvişarap, 14.02.2021).

Ankara'da üretim yapan şarap firmalarının sayıca az olduğu, üretimin çoğunlukla büyük şirketler tarafından yapıldığı, üretilen üzümün şarap dışında, şıra ve distile alkollü içkilerin yapımında da kullanıldığı görülmektedir.

2.4. Ankara'da Yetişen Şaraplık Üzümler

Ankara ve çevresinde hem yerli hem de yabancı orjinli birçok üzüm çeşidi yetişmektedir. Bu üzümler hem sofralık hem de şaraplık üzüm türleridir.

2.4.1. Yerli türler

Kalecik Karası

Kalecik Karası üzümü Ankara ilinin en bilinen yerli şaraplık üzüm çeşididir (Şekil 2.9). Yüksek verimli ve şarap yapımına uygun bu üzüm çeşidi, 1950'lerde Türkiye'de başlayan bağcılıktaki gerilemeler ve 1980'li yıllarda asma biti olarak adlandırılan floksera zararlısının bu bağlarda baş göstermesi ile 1990'lı yıllarda kaybolmaya yüz tutmuştur. Yapılan çalışmalar sonucunda, Kalecik Karası üzümünün üretimi tekrar yaygınlaşarak, bölgede üretilen üzüm, şarapçılık sektöründe önemli bilinirlik kazanmıştır. Özellikle özel sektörün gösterdiği talep doğrultusunda, Kalecik ilçesinde birçok şarap üretim fabrikası kurulmuştur. Yurt içi ve yurt dışı pazarlarda Kalecik Karası üzümünden yapılan şarap rağbet görmüştür. Kalecik ilçesindeki kalecik karası üzümü bağcılığının 30.000 dekardan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Kalecik Karası üzümünden üretilen kırmızı şarapların karakteristik özellikleri arasında canlı bordo renkleri, alt notalarda meyve aromalarını barındırmaları, hafif-orta gövdeli olmaları, düşük asit ve düşük tanen oranları olarak bilinmektedir (Bayramoğlu ve diğ., 2010). Aromatik yoğunluğu düşük çeşitlerin kullanıldığı peynir tabakları ve aperatifler, meyveler ve kümes hayvanlarıyla servisi son derece uyumludur (Yaşın, 2016).



Şekil 2.9: Kalecik Karası Üzümü

Kaynak: https://www.kulturportali.gov.tr/_2020, Erişim tarihi, 11.01.2021

Öküzgözü

Elazığ yöresi orjinli öküzgözü üzümünden üretilen şaraplar, özellikle 1945 yılında Elazığ'da kurulan Tekel şarap fabrikasında üreilmeye başlanmasıyla dünyaca ünlü şaraplık üzüm çeşitleri arasına girmiştir. Özellikle yüksek rakımdaki bağlarda, yaz aylarında kurak ve güneşli, kış aylarında ise soğuk ve sert hava şartlarında yetiştirildiğinde yüksek oranda verim alınmaktadır. Genellikle Boğazkere, Şiraz, Cabernet Sauvignon, Merlot vb. üzümlerle kupaj olarak üretilse de, yalnızca Öküzgözü üzümünden üretilen monosepaj şaraplar da mevcuttur. Canlı kırmızıdan açık kırmızıya dönen rengi, kırmızı meyve aromaları, uzun bitişli yapısı Öküzgözü üzümünden üretilen şarapların karakteristik özellikleri arasındadır. Kırmızı etler ile uyumludur (Yücel, 2014).

Boğazkere

Diyarbakır yöresine ait Boğazkere üzümü, buruk kekre bir tada sahiptir. Bu sebeple Öküzgözü gibi üzümlerle birlikte kupaj şarap üretiminde oldukça başarılı sonuçlar vermektedir (Yıldırım ve diğ., 2016). Boğazkere, yerli üzüm çeşitlerinden meşe fiçılarda olgunlaşmaya en uygun şaraplık üzüm çeşitlerinden biridir. Boğazkere üzümünden üretilen şaraplar, meşe fiçılarda olgunlaştırılarak daha yumuşak bir içim ve farklı aromalar kazanmaktadır. Kırmızı ve siyah meyveler, incir, siyah zeytin, baharatlar, topraksı tonlar ve mineraller boğazkere üzümünden üretilen şaraplarda rastlanan aromalar arasındadır. Boğazkere, ızgara kırmızı etler, kırmızı av etleri, baharatlı et yemekleri eski kaşar ve tulum gibi aromalı peynirle uyum sağlamaktadır (Agos, erişim tarihi: 21.02.2021).

Hasandede

Kırıkkale kökenli bu üzüm çeşidi Ankara ili bağlarında da üretilmektedir (Şekil 2.10). Hasandede üzümünden yapılan beyaz şarapların karakteristik özellikleri arasında açık sarı tondaki renkleri, meyvemsi ve bitkisel buklelere sahip olmaları ve dolgun yapılarından bahsedilebilir. Kısa süreli yıllandırılan Hasandede şarapları, tereyağı ve krema ile lezzetlendirilen kanatlı etleri ile uyum sağlayabilmektedir (Degustasyon, erişim tarihi: 21.02.2021).



Şekil 2.10: Hasandede Üzümü

Kaynak: <https://www.kulturportali.gov.tr/> 2020, Erişim tarihi, 11.01.2021

Narince

Tokat yöresine ait narince üzümü, yerli şaraplık üzümlerin en bilinenlerindedir (Kaya ve diğ., 2009). Narince üzümünün salamura olmaya elverişli ve lezzetli yapraklarından da faydalanılmaktadır. 2000’li yıllardan sonra Ege ve İç Anadolu Bölgeleri’nde üretimi artmıştır. Çoğunlukla sek şarap yapımında kullanılmaktadır. Daha çok monosepaj şarapların üretiminde kullanılmaktadır. Chardonnay ve benzeri üzümlerle uyum sağlayabildiğinden kupaj şarap olarak da üretilebilmektedir. Narenciye, limon-portakal, armut, elma, şeftali ve ananas gibi meyve aromalarına rastlanmaktadır. Yıllandırmaya uygun nadir beyaz üzümlerden biridir ve 5 yıla kadar meşe fıçıda yıllandırılabilir. Bildircin gibi av kuşları, deniz mahsullü makarna ve pizzalar, yağlı balıklar ile uyumludur (Yaşın, 2016).

2.4.2. Yabancı Türler

Merlot

En yaygın olarak Fransa'nın Bordeaux bölgesinde yetiştirilen kırmızı şaraplık üzüm çeşidi Merlot, siyah-mavi bir üzüm çeşididir. Ayrıca ABD’de Cabernet Sauvignon cinsi şaraplık üzümünden sonra en çok ekilen ikinci kırmızı şarap üzüm çeşididir. Dünya çapında en çok ekilen beşinci şaraplık üzümdür. Yumuşak, orta ila tam gövdeli sek kırmızı şarap üretiminde kullanılmaktadır. Genellikle daha fazla tanenli ve daha sert olarak tanımlanan Cabernet Sauvignon ile harmanlanılarak üretilen şarap oldukça popülerdir. Hem kupaj hem de monosepaj olarak üretilen merlot şarapları, kuzu eti, dana eti, mantar ve güveç yemeklerle oldukça uyumludur. Ayrıca

merlot bazlı şaraplar, farklı çeşitleri ve başlangıçlarla oldukça uyumludur (Overton ve Heitger, 2008).

Sauvignon Blanc

Sauvignon Blanc, batı Fransa'dan gelen beyaz şaraplık bir üzüm çeşididir ve tüm dünyadaki şarap bağlarında başarıyla yetiştirilmektedir. Fransa, Yeni Zelanda, Kaliforniya, Şili, Güney Afrika, Avustralya, kuzey İtalya yüksek kaliteli Sauvignon Blanc üretilen bölgelerdir. Klasik Sauvignon Blanc aromaları çimen, ısırgan otu, frenk üzümü yaprağı ve kuşkonmazdan yeşil elma ve beктаşi üzümü gibi daha ezoterik notalara kadar çeşitlilik göstermektedir. Hem kupaj hem de monosepaj olarak üretilen Sauvignon Blanc şarapları Semillon ile birleştirildiğinde, sek beyaz şarapları olarak oldukça başarılıdır. Savugnion blanc bazlı şaraplar, baharatlı tavuk, balık ve tofu yemekleriyle, Vietnam ve Thai mutfakları ile oldukça uyumludur (Parr ve diğ., 2007).

Chardonnay

Chardonnay, dünyanın en ünlü beyaz şarap üzümlerindedir. Aynı zamanda, tüm dünyada en çok ekilen üzümlerden biridir. Birçok Chardonnay şarabı yüksek aromatik zenginliğe sahip olsa da; bu genellikle çeşidin kendine özgü niteliklerinden ziyade şarap yapım tekniklerinden (özellikle meşe kullanımı) kaynaklanmaktadır. Malolaktik fermantasyon, kendine özgü tereyağlı aromalar vermektedir. Meşe fiçılarda fermantasyon ve/veya olgunlaşma vanilya, duman, karanfil ve tarçın gibi tatlı baharatların ipuçlarına katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple, Chardonnay "winemaker wine" (üreticinin şarabı) olarak bilinmektedir. Köpüklü Şarap ve Şampanya yapımında kullanılan bu üzüm çeşidi aynı zamanda Kanada'da üretilen "ice wine"lar gibi tatlı şarapların üretiminde de kullanılabilir. Aperatif olarak tüketilebileceği gibi sebzeli risotto, tatlı ve hafif soslu yemeklerle tercih edilebilir (McCloskey ve diğ., 1996).

Riesling

Dünyanın en sert üzüm çeşitlerinden biridir ve yüksek düzeyde dona dayanıklılığı, soğuk iklimlerde bile yetişebilmesine olanak vermektedir. Bu sebeple Almanya dünyada başarılı reisling üreten ülkelerin başında gelmektedir. Riesling üzümünden üretilen şaraplar çiçek kokuları, ihlamur, bal ve nektarin, kayısı, elma ve armut gibi tatlı meyvelerin notalarını taşımaktadır. Tatlı şarap üretimi için çok uygundur.

Riesling'in tatlılığı ve asiditesinden dolayı baharatlı yiyeceklere uyumludur. Güçlü Hint ve Asya baharatları ve sosları ile hazırlanan, kümes hayvanları ve deniz ürünleri, yumuşak inek sütü peyniri, kuru meyveler ve vejetaryen yemeklerle uyumludur (Harrington ve Hammond, 2006).

3. ARAÇ VE YÖNTEM

3.1. Literatür Taraması

Literatür araştırmasında şarap ile ilgili birçok çalışma yapılmakla birlikte, ülkemizde yapılan çalışmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Yıldız (2009) tarafından yapılan çalışmada İzmir'in Çeşme ilçesindeki turizm faaliyetlerinin duraklama döneminin şarap turizmi ile tekrar yükseliş geçebileceğini ortaya koymuştur. Akdağ (2015) tarafından yapılan çalışmaya göre, Trakya Bağ Rotası'nı takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimlerini inceleyerek, şarap turistlerinin ekonomik açıdan orta-yüksek gelirli, eğitim seviyesi yüksek ve turistik seyahatlere şarap turizmi motivasyonu ile katılmayı tercih eden bireyler oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayazlar ve Öngider (2018) Manisa'da faaliyet gösteren üzüm üreticilerinin destinasyonun şarap turizmi ile markalaşmasına yönelik tutumunu belirlemek için yaptıkları çalışmada, yeterli sayıda fabrika ve kooperatif olmayışı ve gerekli alt yapının eksik oluşunun markalaşmayı önleyen olumsuz unsurlar olduğu belirtilmiştir. "Şarap Üretimi ve Tüketiminin Türkiye Turizmindeki Yeri: Kadim Anadolu Bağ Rotası Başlangıç Noktası Olarak Çanakkale Örneği" isimli çalışmada Çanakkale'nin Anadolu şarap kültürü içindeki öneminden bahsedilerek, olası bir Anadolu bağ rotasının başlangıç noktası olabilme potansiyeli değerlendirilmiştir (Duran ve diğ., 2019). Soydaş ve Gürler (2019), Hatay ili örneğinde şarap turizmi'ne yerel halkın bakış açısını incelenerek, çalışmada yerel halkın şarap turizmine bakış açısında cinsiyet, yaşadığı yer, öğrenim durumu vb. değişkenleri açısından farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Şarap turizminin özel ilgi turizmi kapsamında incelendiği çalışmada şarabın tarihi ve gelişimi, şarap turistlerinin özellikleri, Türkiye'de şarap rotaları ve özel ilgi turizminin geliştirilmesi konuları ele alınmıştır (Yılmaz ve Akay, 2020). Oyan ve Akdağ (2020) tarafından yapılan çalışmada, Portekiz ve Türkiye Şarap Rotalarını ziyaret eden turistlerden toplanan verilerde, şarap turistlerinin genel olarak orta yaş ve üzeri, eğitim seviyesi ve gelir düzeyi yüksek bireyler olduğu, farklı şarap rotaları için istekli ve meraklı kişilerden oluştuğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmaların dışında gastronomi turizmi çerisinde de şarap turizmine birçok

çalışmada yer verilmiştir. Türkiye'deki çeşitli illerin şarap turizmi potansiyeline değinilmesine rağmen, Ankara ilinin şarap turizmine dair başka bir detaylı çalışmaya henüz literatürde rastlanmamıştır. Ankara ili ve şaraba yönelik çalışmalar genellikle Ankara'nın bağcılık tarihi, kalecik karası ve benzeri Ankara'da yetişen üzümlerin analizi, şehrin gastronomik öğelerini içermektedir.

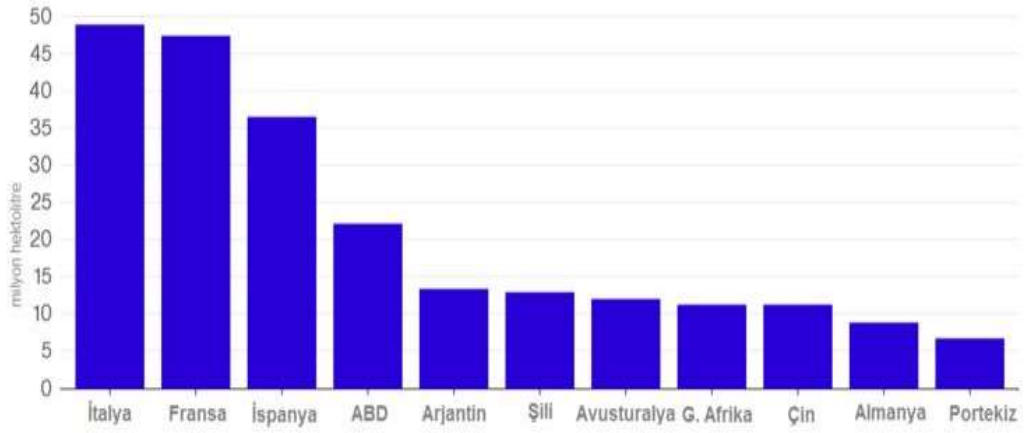
Yabancı literatürde ise, şarap turizmine ilişkin çalışmalar oldukça geniştir. 1999 yılında yapılan çalışmada, Avustralya'da ve ABD'nin Washington Eyaletinde şarap ve turizm endüstrisi profesyonelleri ile yapılan anketlerin sonuçları, şarap turizminde kritik başarı faktörlerinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilmiş, başarı faktörleri kalite (şarap, hizmet ve deneyimler), şarap destinasyonu çekiciliği, şaraphane çekiciliği ve pazarlama faktörleri olarak gruplandırılmıştır (Getz ve diğ., 1999). Bruwer tarafından yapılan çalışmada Güney Afrika şarap rotaları incelenmiş, şarap turizmi endüstrisinin yapısal boyutları ve şarap turizmi ürünü üzerine ayrıntılı bir bakış açısı sunulmuştur (Bruwer, 2003). 2004 yılında yapılan Şarap Turizminin Geleceği adlı çalışmada, şarap turizmi pazarına her geçen gün daha fazla ülkenin yatırım yaptığı belirtilmiştir (Cambourne ve diğ., 2009). “Yeni Zellanda'nın Şarap Turizmi” adlı çalışmada, şarabın, döviz kazancını artırmak için önemli bir potansiyele sahip olması ve bölgesel turizm imajlarının yaratılmasında önemli bir katkı faktörü olması sebepleriyle Yeni Zellanda Hükümeti'nin şarap turizmi alanındaki aktif çalışmalarından bahsedilmektedir (Hall ve diğ., 2009). Montella (2017), çalışmasında, şarap turizminin kırsal kalkınmaya etkisiyle birlikte sürdürülebilirliğin gerçekliğini incelemiştir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Birçok ülkenin önemli gelir kaynağı olan turizmin günümüzde en çok önem verilen çeşitlerinden bir tanesi de gastronomi turizmidir. Ülkelerin yemek kültürlerinin tanıtımında turistler için yeni bir cazibe noktası olan gastronomik öğelerin en önemlilerinden biri şaraptır. Köklü bir bağcılık kültürünün olduğu ülkemizde, şarap kültürünün tanıtımı ve sunumu oldukça önemlidir. Özellikle deniz turizminin olmadığı Ankara'da şarapçılık tarihi ve gastro-turizmin ön plana çıkarılması, gelir dengesi ve kültürel-tarihi değerlerin korunması açısından önem arz etmektedir.

Türk şarapçılığının Avrupa şaraplarıyla rekabet gücünün yüksekliği ve alternatif bir şarap rotası olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, çalışmada yerel yönetimlerin

ve firma temsilcilerinin değerlendirmeleri doğrultusunda Ankara ilinin şarap turizmi potansiyelinin değerlendirilmesine amaçlanmaktadır.



Şekil 3.1: Dünya’da En Çok Şarap Üreten Ülkeler

Kaynak: TÜİK, 2017

Özet olarak; Türkiye her ne kadar bağcılık alanları konusunda oldukça geniş yüzölçümüne sahip olsa da üretim konusunda birçok ülkeden geride kaldığı görülmektedir. Özellikle, Ankara gibi deniz turizminin olmadığı ve/veya kısıtlı olduğu alanlarda gastro-turizm çeşidi olarak şarap turizmi önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, Ankara il turizmi içinde şarap turizminin yeri ve önemi belirlenmeye çalışılacaktır. Aynı zamanda, Ankara il turizmine yön veren turizm paydaşlarının şarap turizmi ile ilgili tutumları da incelenecektir.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini Ankara ili turizmine ve şarap üretimine yön verilmesinde doğrudan veya dolaylı etkisi olan gerçek ve tüzel kişiler oluşturmaktadır. Araştırmanın evreni, araştırmanın amacına uygun olarak çeşitli değişken ve özelliklere göre sınıflandırılıp tanımlanır (Karasar, 2012). Örnekleme almada olasılığı olmayan örneklem alma yöntemlerinden amaçlı örnekleme tekniği kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, evrende soruna en uygun bir kesimi gözlem ve araştırma konusu yapmaktır (Sencer, 1989).

Çalışma kapsamında görüşülen gruplar aşağıdaki gibidir;

- Ankara İl Kùltür ve Turizm Müdürlüğü
- Devlet Üniversitelerinin Turizm Fakùlteleri

- Vakıf Üniversitelerinin Turizm Fakülteleri
- 4 ve 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri
- Yiyecek İçecek İşletmeleri
- Bölgedeki Bağcılık ve Şarap Üretimi ile İlgili STK'lar
- Yerel Rehberler

3.4. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırma, ilişkilerin anlamını ve türünü keşfetmek için gözlemlerin sayısal olmayan biçimde incelenip yorumlanmasıdır. Nitel araştırmada tümevarım ilkesi baskındır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütünsel bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği araştırma yöntemidir. Görüşmeler, nitel araştırmalarda en sık kullanılan yöntemlerden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Nitel araştırma yöntemi ile araştırmanın örneklemini oluşturan gerçek ve tüzel kişiliklerden elde edilecek farklı bulgular ile araştırma sorunun bütününe ulaşılmak hedeflenmektedir. Bu tekniğin seçilmesindeki amaç, herhangi bir hipotezi ispatlamak değil sektör temsilcilerinin ve yerel yönetimlerin görüşlerini belirlemektir.

Bu araştırmada literatür taramasını takiben, uygulama çalışması için veri toplamak amacıyla nitel araştırmada “yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi” kullanılacaktır. Böylece, katılımcılarla birebir görüşme ile fikirlerini rahatlıkla ortaya koymaları sağlanacaktır. Aynı zamanda katılımcıların bilgi, deneyim ve görüşleri ortaya çıkarılması amacıyla bu yöntemler tercih edilmiştir.

Her görüşme için kullanılan sorular hazır olup, ayındır ve her katılımcıya aynı sırada sorulur. Bu tekniğin kullanılmasındaki amaç, aynı sorulara cevap veren katılımcıların verdikleri cevaplar arasında farklılık ve benzerlikleri belirlemek ve bu doğrultuda karşılaştırmalı yorumlar yapabilmektir. Soruların, tüm farklı paydaşlardaki katılımcıların cevap verebileceği düzeyde olmasına özen gösterilmiştir.

Bu kapsamda, 13 soruluk yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılacaktır. Mülakat formu hazırlanırken “Gastronomi Turizminin Çanakkale Turizmine Katkısı” (Ateş, 2014) ve “Bolu İlinin Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma” (Özçelik, 2019) çalışmalarından yararlanılmıştır.

Sorular, katılımcılara yüz yüze mülakat tekniğiyle yönlendirilecektir. Araştırmanın evrenini kamu, özel sektör ve üniversiteden ilgili kişiler ile 4 ve 5 yıldızlı konaklama ve yiyecek içecek hizmeti veren işletmelerdeki yöneticiler, Ankara ilinin önde gelen şarap firmalarının temsilcileri, Ankara Belediyesi ve İl-Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilileri oluşturmaktadır.

Katılımcılar ile görüşmeler mail ve iletişim numaraları üzerinden kararlaştırılmıştır. Ayrıca, sektör içerisindeki mevcut bağlantılar aynı zamanda katılımcı olarak ve diğer katılımcılara ulaşmakta köprü görevi göreceği düşünülmektedir.

Ayrıca, araştırmadan elde edilen bulgular sonucuna göre alınan bilgiler araştırmanın şekillenmesinde yol gösterici olacaktır.

3.5. Verilerin Analizi

Bu araştırmanın verilerinin analizinde, nitel araştırmalarda verilerin analizi için en çok tercih edilen içerik analizi ve betimsel analiz yöntemleri uygulanacaktır. İçerik analizi bilginin ortaya çıkarılabilmesi için, elde edilen verilerin derinlemesine incelemesidir (Özdemir, 2010). Betimsel analiz ise, verilerin doğrudan alıntılar ile kullanılması olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu çalışmada, tümevarım yaklaşımı kullanılarak veriler analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında kamu ve özel sektör temsilcileri ile görüşülerek ve katılımcılara amacına uygun yöneltilen görüşme formu sorularına verdikleri cevaplar sonucunda elde edilen veriler 7 ana tema altında çizelgeler oluşturularak analiz edilmiştir. Katılımcılar K1, K2, K3.....K13 şeklinde, isim veya kurum belirtilmeksizin numaralandırılmıştır.

3.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Ankara ilinin şarap turizmi kapsamında potansiyelinin incelenmesi amaçlanan bu çalışmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- Araştırma, yalnızca Ankara ili şarap turizmi potansiyeli üzerine olup diğer iller çalışmaya dahil edilmemiştir.
- Araştırma yalnızca şarap turizmi potansiyeli ile sınırlı olup diğer alternatif turizm çeşitleri dahil edilmemiştir.

- Araştırmada yalnızca Ankara ilinde, şarap, ağırlama ve konaklama endüstrisi, şarap üretimi sivil toplum örgütleri, turizm endüstrisi çalışanları tarafından verilen bilgiler dikkate alınmıştır.

4. ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA

4.1. Bulgular ve Yorum

Araştırmaya katılan 12 katılımcının demografik özellikleri ve katılımcılardan elde edilen veriler, bulgular, yorumlar, sonuç ve öneriler çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır. Katılımcıların verdiği cevaplar üzerinden genel değerlendirmeye varılmış, üzerinde durulan konular ile ilgili ana temalar oluşturularak ayrı ayrı incelenmiştir.

4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında 13 katılımcı ile ön görüşme yapıp randevu alınmış, katılımcılarla yüz yüze ve uzaktan çevrimiçi toplantı şeklinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan kişiler ile ilgili demografik özellikler çizelge 4.1’de verilmiştir.

Çizelge 4.1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

	Cinsiyet	Çalıştığı Kurum	Eğitim Durumu	Tecrübe Süreleri	Pozisyonu
Katılımcı 1	Erkek	Kamu	Lisansüstü	14 yıl	Müdür Vekili
Katılımcı 2	Kadın	Kamu	Lisansüstü	19 yıl	Akademisyen
Katılımcı 3	Erkek	Kamu	Lisansüstü	16 yıl	Akademisyen
Katılımcı 4	Erkek	Özel Sektör	Lisansüstü	21 yıl	Akademisyen
Katılımcı 5	Erkek	Özel Sektör	Lisansüstü	9 yıl	Akademisyen
Katılımcı 6	Erkek	Özel Sektör	Lisansüstü	11 yıl	Satış Müdürü
Katılımcı 7	Erkek	Özel Sektör	Lisans	18 yıl	F&B Müdürü
Katılımcı 8	Kadın	Özel Sektör	Lisans	26 yıl	F&B Müdürü
Katılımcı 9	Kadın	Özel Sektör	Lisans	8 yıl	İşletmeci
Katılımcı 10	Erkek	Özel Sektör	Önlisans	17 yıl	İşletmeci
Katılımcı 11	Erkek	Özel Sektör	Önlisans	31 yıl	Firma Sahibi
Katılımcı 12	Erkek	Özel Sektör	Lisansüstü	12 yıl	Rehber
Katılımcı 13	Erkek	STK	Lisans	22 yıl	Yönetim Kurulu Üyesi

Araştırmada yer alan katılımcılardan 1 kişi STK (Sivil Toplum Kuruluşu) temsilcisi, 3 kişi kamu kurumu çalışanı ve 9 kişi özel sektör çalışanıdır. Katılımcıların 11'i erkek, 2'si kadındır. Katılımcılardan 2'si önlisans, 4'ü lisans mezunudur. 2'si doçent, 2'si doktor olmak üzere 7 kişi lisansüstü düzeyinde eğitime sahiptirler. Katılımcıların, alanlarındaki mesleki tecrübe yılları ortalaması yaklaşık olarak 17,2 yıldır. Bu sayı değerlendirildiğinde ortalama tecrübe yılının oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

4.3. Ankara İl Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular

Ankara ilinin mevcut turizminin genel durumuna dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.2'de sunulmuştur.

Katılımcılara “Ankara'nın mevcut turizmi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların soruya verdikleri cevaplar, ana temalarla toplanarak tablo 4.2'de sunulmuştur.

Çizelge 4.2: Ankara Turizminin Genel Durumuna İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Doğal Turizm Varlıklarına Sahip	√		√		√		√		√			√		46,1
Ulaşım Bakımından Avantajlı Tarihi ve Kültürel Zenginlik	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100
Turizm Alanında Başarılı	√		√				√			√				30,7
Turizm Sektöründe Büyüme Potansiyeli	√		√	√	√	√	√	√				√	√	69,2
Alt Yapı ve Üst Yapı Sorunları Var		√	√	√				√			√	√	√	53,8

Tablo 4.2 incelendiğinde, katılımcıların 6 (%46,1)'si, Ankara'nın doğal turizm varlıklarına sahip olduğu görüşündedir. Katılımcıların çoğunluğu ise, Ankara'nın

doğla turizm varlıklarının sayısının az olduğu yönündedir. Akademisyen K3, Ankara il turizminin genel durumu ile ilgili görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Ankara, coğrafi konumu itibariyle Bolu ve Nevşehir gibi doğal güzellikler bakımından zengin şehirlere oldukça yakın olmasına rağmen, doğal güzellikler bakımından bu illere göre daha geri plandadır. Atatürk Orman Çiftliği, Eymir ve Mogan Gölü, kaplıcaları, milli ve şehir içi parkları dışında turistik olarak ilgi çekebileceği doğal güzellikler bakımından zengin değildir.”

Tüm katılımcılar, Ankara ilinin ulaşım bakımından avantajlı olduğunu belirterek, özel sektör temsilcisi K7, konuyla ilgili olarak şu şekilde görüş beyan etmiştir:

“Ankara ilinin başkent olması, şehri başlı başına ulaşım merkezi yapmaktadır. Farklı ulaşım alternatifleriyle varılabilen Ankara, Özellikle konumunun Türkiye'nin merkezinde olması sebebiyle de, hem kara, hem de hava yollarının en yoğun olduğu şehirlerimizdendir.”

Katılımcıların %76,9'u, Ankara'nın tarihi ve kültürel zenginlikleri bakımından önemli bir şehir olduğunu düşünmektedir. Anıtkabir, Ankara Kalesi, Roma Hamamı, Eski Meclis ve TBMM Binaları, Augustus Tapınağı, Antik Roma Tiyatrosu, Gordion Antik Kenti, Jülien Sütunu, Gavurkale, Ahlatlıbel, Bitik Höyüğü ve Etiyokuşu şehrin önde gelen tarihi zenginlikleridir. Akademisyen K7, görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Ankara, yüzyıllarca medeniyetlere başkentlik yapmış, farklı imparatorlukların önemli ve stratejik noktaları olmuş bir şehirdir. Şehrin tarihi zenginliği günümüzde yeterince vurgulanmamaktadır. Özellikle tarihi eserlerin daha fazla korunması gerekmektedir. Bilhassa Roma Dönemi eserlerinden halen gün yüzüne çıkmayı ve daha fazla araştırılmayı bekleyen eserlerimiz mevcuttur. Ankara'nın tek sıfatı “başkent” değil ayrıca kültür ve medeniyet beşiği olmalıdır.”

Katılımcıların %30,7'si Ankara'nın mevcut turizmini yetersiz görürken, %69,2'si ise Ankara ilinin büyüme potansiyeli yüksek olan bir turizm bölgesi olduğunu belirtmektedir. Rehber K7, bu durumu şu şekilde özetlemiştir:

“Oldukça köklü bir tarihi olan ve Türkiye'nin başkenti olan Ankara'yı ziyaret eden kişi sayısı son derece düşüktür. Hem kendi potansiyeline bakıldığında

hem de diğer ülke başkentlerine bakıldığında kabul edilemeyecek bir noktadadır. Bunun en temel sebebinin Ankara'nın barındırdığı potansiyeli pazarlayamamak olduğunu düşünüyorum. Ankara dışındaki kişileri bırakın Ankara'da bile Gordion'u, Kurtuluş Savaşı'nın kazanıldığı alanları, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ni, Ankara Kalesi'ni hatta ve hatta Anıtkabir'i görmeyen, onlara ulaşamadığımız kişiler olduğundan eminim. Diğer taraftan Ankara, sadece havaalanı olup yakın yerlere (Hattuşaş, Kapadokya vb) aktarma merkezi olmaktan çok bu bölgeleri ziyaret eden kişilerin buradaki güzellikleri de görmesinin sağlanacağı bir rotaya dahil edilmelidir.

Özel sektör temsilcisi K7, konuyla ilgili olarak şu şekilde görüş beyan etmiştir:

“Ankara ilinin başkent olması, şehri başlı başına ulaşım merkezi yapmaktadır. Farklı ulaşım alternatifleriyle varılabilen Ankara, Özellikle konumunun Türkiye'nin merkezinde olması sebebiyle de, daha fazla turist kabul eden şehirlere bir geçiş rotasıdır. Bu potansiyel mutlaka kullanılmalıdır. Ankara'nın başkent olması başlı başına turist çekimi için oldukça önemli olmasına karşın, bu potansiyel yeterince değerlendirilememektedir.”

Katılımcıların %53,8'i şehirde altyapı ve üst yapı sorunları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların genel olan şehrin turizmi ile ilgili yaptığı yorumlar: her ne kadar doğal güzellikler açısından olmasa da şehrin kültürel ve tarihi zenginliğinin oldukça fazla olduğu, kültür turizmi için son derece elverişli olmasına karşın bölgeye yeterli turist çekilemediği yönündedir.

4.4. Ankara İlinde Farklı Turizm Türlerinin Geliştirilmesine İçin Yapılan Çalışmalara Yönelik Bulgular

Katılımcılardan yalnızca K1 ildeki farklı turizm türlerinin gelişimine yönelik çalışmalar yaptıklarını belirtmiştir. Özellikle Nallıhan Kuş Cenneti ve Eymir Gölü gibi yörenin doğal güzelliklerinin dağ ve doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği gibi aktiviteler için kullanılması, Sarıyar Barajı ve Çamlıdere baraj gölünün rüzgâr sörfü için elverişli olması, bölgede bisiklet turizmi ve sportif olta balıkçılığının yapılabilmesi alternatiflerinin turizm içerisinde daha fazla pay alarak genişletilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca şehirde kültür turizmi faaliyetlerinin çeşitlendirilmesinin

de hedeflendiği belirtilmiştir. Ancak diğer katılımcılar şehirde turizmin çeşitlendirilmesine yönelik çalışmaların az olduğu yönünde görüş bildirmiştir. Buradan yola çıkılarak şehirde alternatif turizmin gelişmesine yönelik çalışmaların azlığından bahsedilebilir.

4.5. Ankara İli Turist Profiline İlişkin Bulgular

Ankara ilinin mevcut turist profiline dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.3'te sunulmuştur.

Ankara ilinin turist profiline ilişkin katılımcıların görüşleri dikkate alındığında %61,5'in turist profilinin kültür düzeyinin yüksek olduğuna, %53,8'in ise turist profilinin gelir düzeyinin yüksek olduğuna ilişkin görüş bildirmişlerdir. Gelen turistlerin yeni deneyimlere açık olduğunu belirten katılımcı oranı ise yalnızca %23'tür.

Çizelge 4.3: Ankara'nın Turist Profiline İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Kültürel Düzeyi Yüksek	√	√	√		√		√	√	√				√	61,5
Yeni Deneyimlere Açık			√						√			√		23
Gelir Düzeyi Yüksek	√	√		√	√	√	√			√				53,8
Beklentisi fazla olan							√	√		√				23

Konuyla ilgili özel sektör temsilcisi K7 şu şekilde görüş belirtmiştir:

“Şehirde turistik faaliyetlerde bulunanlar genellikle şehre yalnızca turist olarak gelenler değil, başkent olması sebebiyle resmi iş-tören-kongre ve benzeri aktiviteler için gelip şehri gezenlerdir. Bunun dışında şehre yalnızca tarih ve kültür turizmi için gelen turist sayısının az olduğunu gözlemliyorum. Turistlerin gelir düzeyi yüksekliği de bu kapsamda incelenmelidir.”

Konuyla ilgili benzer düşüncelere sahip özel sektör temsilcisi K10 ise şu şekilde görüş belirtmiştir:

“Özellikle konsolosluk çalışanları veya kamu personelinin şehirdeki turist profilini yükselttiğini düşünüyorum. Bunlar haricinde şehre gelen turistler genellikle günü birlik veya kısa süreli turlarla şehri ziyaret etmektedirler.”

Şehre gelen turistler ise katılımcılar tarafından genellikle yeniliklere açık olmadığı gözlemlenmiştir.

Tüm bu bilgilerden yola çıkıldığında şehirdeki turist profilinin gelir seviyesinin, eğitim ve kültür düzeyinin yüksek olduğu ve yeniliklere açık olmadığından bahsedilebilir.

4.6. Gastronomi Turizmi Tanımına ve Şarapla İlişisine Yönelik Bulgular

Katılımcılara “Gastronomi turizmi kavramını nasıl tanımlarsınız ve şarapla ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiş, gastronomi ve şarap kültürü arasındaki ilişkiye dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.4’te sunulmuştur. Katılımcıların %84,6’sı, gastronomi turizminin, bölge turizmine önemli etkisi olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar çoğunlukla özellikle deniz-kum-güneş turizminin olmadığı bölgelerde, gastronomik öğelerin ön plana çıkarılarak turizmden pay alınabileceğini savunmaktadır.

Çizelge 4.4: Gastronomi Turizmi ve Şarap İlişisine İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Doğrudan İlişkilidir		√	√	√		√		√	√	√	√	√	√	76,9
Şarap Üretimi Yapılan Bölgelerde Gastronomi Turizmi Gelişimi Potansiyeli Yüksek		√	√	√		√	√			√	√	√	√	69,2
Gastronomi, Bölgesel Turizm için Oldukça Önemlidir	√	√	√	√		√	√		√	√	√	√	√	84,6

Katılımcıların %76,9'u şarabı, gastronomi turizmi ile doğrudan ilişkilendirmekte, özellikle yabancı turistlerin bu yöndeki talebinin yoğunluğunun altını çizmektedir. Konuyla ilgili özel sektör temsilcisi K11 şu şekilde görüş belirtmiştir:

“Şarap tek başına turist çekmez ama şarap olmadan da yabancı gastronomi turisti çekmek zor. Yerli turist açısından bakılacak olunursa gastronomi turizmine meraklı kişilerin şarap talebini gözlemliyoruz. Ya da varsa gidilen bölgede yerel içecekler talep ediliyor.”

Özellikle yabancı turistlerin, gastronomi turizmi kapsamında şarap talebiyle ilgili görüş belirten bir diğer katılımcı K3'tür.

“Şarap üretilemeyen (doğası gereği) bölgelerde de elbette gastronomi turizmi yapmak mümkün ancak eğer şarapla ilgili bir geçmişi varsa o bölgenin, bunu kullanamıyor olması büyük bir hata olacaktır. İnancı gereği şarap içmeyen kişilerden bağımsız olarak belirtmek gerekirse turistler için şarap oldukça önemlidir ve sırf şarap bölgelerini, bağları gezip bölgenin yemeklerini bölgenin şarapları ile eşleştirip bu şekilde deneyimleyen milyonlarca kişi vardır.”

Konuyla ilgili özel sektör temsilcisi K6 da benzer bir bakış açısı sergilemektedir:

“Ülkemizde maalesef gastronomi turizmi sadece yemek açısından ele alınmaktadır. Oysa içecekler de gastronomi turizmi açısından son derece önemli ve yemek kültürünün ayrılmaz bir parçası. Söz konusu yabancı turist ise iyi bir yemek için şarap olmazsa olmaz. Bu yüzden oldukça önemli. Bizim gastronomi turizmi bakış açımızda gerek kültürel gerekse son yıllarda ülkenin içinde bulunduğu siyasi yapı nedeni ciddi bir eksiklik yaratıyor bu durum.”

Katılımcıların tümünün görüşleri incelendiğinde, gastronomik öğelerin bölgesel turizme olumlu yönde katkı sağladıkları, şarabın da önemli bir gastronomik unsur olduğu görüşüne varılabilir.

4.7. Ankara İli Şaraplık Üzüm Çeşitliliğine İlişkin Bulgular

Ankara ilinin şaraplık üzüm çeşitliliğine dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.5'te sunulmuştur.

Çizelge 4.5: Ankara'nın Şaraplık Üzüm Çeşitliliğine İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Yerel Üzüm Çeşitliliği Fazla	√			√		√							√	30,7
Şaraplık Üzümler Oldukça Kaliteli	√	√		√		√	√		√	√		√	√	69,2
Yabancı Üzüm Çeşitleri Üretimi Fazla	√	√	√	√	√	√		√						53,8

Yerel üzüm çeşitliliğine dair sorulan sorularda genel olarak katılımcıların beyan ettiği üzüm çeşidi kalecik karasıdır. Kalecik ilçesinde yetişen bu üzüme dair yapılan yeniden canlandırma ve tescil çalışmaları başarılı olmuş, bölgenin en bilinen şaraplık üzüm türü haline gelmiştir. Hasandede ve emir akıllara gelen diğer şaraplık üzüm çeşitleridir. Ancak bölgede üretilen diğer yerli ve yabancı türler hakkında genel olarak detaylı bilgiye sahip olunmadığı görülmüştür. Katılımcıların %53,8'i, yabancı şaraplık üzüm çeşitliliğinin fazla olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %69,2'si, üretilen şaraplık üzüm kalitesini yüksek bulduklarını beyan etmiştir. Özel sektör temsilcilerinden K8, Ankara Kalecik'in Kızılırmak havzası üzerinde bulunması sebebiyle Kapadokya'ya özgü Emir üzümünün ve Tokat bölgesine özgü Narince üzümünün de Ankara'ya çok rahat uyum sağladığını ve burada bağlarının dikilmesine neden olduğunu belirtmiştir.

4.8. Ankara İli Şarap Çeşitliliğine ve Ankara'daki Sunumuna İlişkin Bulgular

Ankara ilinin şarap çeşitliliğine ve Ankara'daki sunumuna ilişkin bulgular çizelge 4.6'te sunulmuştur.

Çizelge 4.6: Ankara'nın Şarap Çeşitliliği ve Ankara'daki Sunumuna İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Şarap Sunan İşletme Sayısı Fazladır									√				√	15,3
Şarap Tadım Aktiviteleri Yapılmaz	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	92,3
Yerel Lezzetlere Birlikte Sunulur			√					√						15,3
Şarap Sunumu Yapan İşletmeler Yüksek Kalitelidir	√		√	√		√		√			√		√	53,8
İşletmelerde Çok Çeşitli Ankara Şarapları Sunulur								√		√			√	23
Sunulan Ankara Şarapları Çoğunlukla Sofralık Şaraplardır	√	√	√	√	√	√		√			√	√	√	76,9

Ankara ilinin en bilinir şarap markası olarak tüm katılımcıların verdiği cevap Kavaklıdere'dir. Kavaklıdere şarapları bu bağlamda bölgedeki marka bilinirliği en yüksek şarap üreticisidir. Doğrudan şarap pazarlama ve satışı ile ilgilenen katılımcılar haricindeki diğer katılımcıların zihninde başka bir markanın canlanmadığı belirtilmiştir.

Ankara ilinin şarap çeşitliliği ve Ankara'daki şarap sunumuna dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.6'da sunulmuştur. Çizelgede görüldüğü üzere, katılımcıların yalnızca %15'i şarap sunan mekan sayısını yeterli görmektedir. Katılımcıların %53,8'i ise şarap sunan mekanların kalitesinin yüksek olduğunu belirtmektedir. Bölgede kaliteli şarap servisi daha çok 4 ve 5 yıldızlı otellerde, fine-dining konseptli

ağırlama işletmelerinde ve şarap tadım evlerinde gerçekleştirilmektedir. Bunların dışında, birçok alkollü mekanda sofralık şarap servisi yapıldığı belirtilmiştir.

İldeki şarap servisine ilişkin rehber K12 şunları belirtmiştir:

“Ankara yabancı elçiliklerin bulunması nedeni ile biraz daha şanslı bu konuda ama tabii yine de şarap satış ve sunumu yetersiz. Güzel ve şarap evleri, kavları geniş tutan şarap satıcıları var ancak sayıları şehrin şarap üreticisi kimliğini yansıtmakta yetersiz. Genellikle bu işletmeler tek ilçeye Çankaya’ya ve Çankaya’nın Gaziosmanpaşa, Kızılay, Ümitköy ve Yaşamkent bölgelerinde toplanmış vaziyette. Yeni yeni Gölbaşı’nın İncek bölgesine de bu tür işletmeler açılıyor.”

Katılımcıların yaklaşık %85’i, şarap sunumlarının yerel gastronomik öğelerle birlikte sunulmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların tümünün görüşleri incelendiğinde, Ankara’daki kaliteli şarap sunumu yapan işletmelerin sayıca az olduğu, şarap tadımlarının yoğunlukla yapılmadığı, yerel lezzetlerle birlikte özel sunumların gerçekleşmediği, Ankara genelinde genellikle sofralık şarapların ön planda olduğu görüşüne varılabilir.

4.9. Ankara İli Şaraplarının Ülke ve Dünya Geneli Tanıtım ve Sunumuna İlişkin Bulgular

Ankara şaraplarının tanıtım ve sunumuna dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.7’de sunulmuştur.

Katılımcıların %46,1’i Ankara şaraplarının il içerisinde tanındığından bahsetmiştir. Ancak yarıdan fazlası, yerel halkın bile, Ankara şarapları konusunda farkındalığı olmadığını beyan etmiştir. Katılımcılar, bölge halkının genel itibarıyla şarap kültürüne yoğun talep göstermediğini belirtmiştir.

Katılımcıların yine %46,1’lik kısmı ise, ülke genelinde Ankara şaraplarının bilinirliğinin olduğunu düşünmektedir. Katılımcıların %38,4’ü, Ankara şaraplarının dünya pazarında bilinirliği olduğunu düşünmektedir.

Çizelge 4.7: Ankara'nın Şarap Çeşitliliği ve Sunumuna İlişkin Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Ankara Şarapları			√		√				√	√	√		√	
Ankara Genelinde Tanınıyor														46,1
Ankara Şarapları Ülke Genelinde Tanınıyor	√			√	√			√			√		√	46,1
Ankara Şarapları Dünyada Tanınıyor	√		√			√				√			√	38,4
Ankara Şaraplarının Tanıtımı Yapılıyor														0

Tabloda göze çarpan en önemli verilerden biri ise şarap tanıtımıdır. Katılımcıların tamamı, Ankara şaraplarının tanıtımlarının yeterli şekilde yapılmadığına hem fikirdir. Konuyla ilgili K6'nın fikirleri şu şekildedir:

“Kesinlikle yeterli tanıtımın yapıldığını düşünmüyorum çünkü tanıtımının yapılacağı argümanlar kısıtlandı. İşletmeciler ve yatırımcılar, kısıtlamaları kendilerine göre yorumlayarak ya da zaman zaman riskler alarak ürün tanıtımlarını yapmaya çalışıyor. Bu da sağlam bir zemine oturtamıyor dolayısıyla. Çalıştığım firmanın da bu şartlar altında bir planı olamıyor maalesef. Tamamen kişilerin kendi çevreleri, kendi biriktirmişlikleri, kendi potansiyeli ile ulaşabildikleri kalıyor bu durumda.”

Tüm bu veriler ışığında genel olarak katılımcılar tarafından bölgenin şaraplarının hem yerel, hem ulusal hem de uluslararası platformlarda tanıtımları yetersiz kalmaktadır. Bu sebeple de Ankara şarapları, pazarda önemli bir yer elde edememektedir.

4.10. Ankara İli Mevcut Şarap Turizmine Yönelik Bulgular

Ankara ilinin mevcut şarap turizmine dair katılımcıların görüşleri çizelge 4.8’de sunulmuştur. Katılımcıların tamamı Ankara’nın mevcut şarap turizminin yetersizliği konusunda hem fikirdir.

Çizelge 4.8: Ankara’nın Şarap Turizmine Yönelik Bulgular

Alt Temalar	Katılımcılar													%
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	
Oldukça Azdır	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100
Yüksek Potansiyele Sahiptir	√		√	√	√	√	√		√	√		√	√	76,9
Şarap Turizmine Dair Çalışmalar ve Tanıtımlar Yapılmaz	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	100
Şarap Turizmine Yönelik Tesis Sayısı Azdır	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√	92,3
İldeki STK’lar, Özel Sektör, Üniversiteler ve Yerel Yönetimler Şarap Turizmine Yönelik Çalışmalar Sürdürür														0

Diğer bir fikir birliği ise, şarap turizmine dair tanıtım ve çalışmaların yapılmadığı konusundadır. Katılımcıların tamamı, konuyla ilgili il genelinde kendilerinin ve diğer paydaşların tamamının dahil olduğu hiçbir çalışma olmadığını beyan etmişlerdir.

Akademisyen K4, ilin mevcut şarap turizmine ilişkin şunları söylemiştir:

“Bu topraklarda, Hititler şarabı kültür haline getiren ilk uygarlık olarak kabul ediliyor. Avrupa şarapla Fenikelilerin Anadolu’dan şarap taşıması ile tanışmış. Belki de ilk defa Hristiyan ayinlerinde şarap da bu topraklarda

kullanıldı. Bunlar çok önemli olaylar ve maalesef biz bunları turizm açısından kullanamıyoruz.”

Katılımcı K8 ise, Ankara'nın şarap turizmine dair şunları belirtmiştir:

“Ankara ilinin, kısa vadede şarap turizmi konusunda potansiyel taşıdığını düşünmüyorum, uzun vadede ise yerel yönetimler ve hükümetin ortak çalışmalarıyla oldukça büyük bir potansiyel var. Ankara, öncelikle bir başkent ve Türkiye'nin ikinci büyük şehri. Başkent olmasından kaynaklı da çok fazla büyükelçilik, çok fazla yabancı personel var. Sırf bu durum bile, bu kişilere potansiyelimizi göstermemizle ciddi ses getirecektir. Diğer taraftan bağ alanları bir nevi Ankara'nın sayfiye yerleridir, keşmekeşten kaçmak için doğa ile buluşmak için müthiş fırsatlardır.”

Özel sektör temsilcisi katılımcılarından K10, potansiyel ve mevcut turizme dair şu bilgileri vermiştir:

“Ankara'nın şarap turizm potansiyeli var ancak izin verilirse ortaya çıkacak bir durum olduğu için maalesef şu anda gelişim sağlanamıyor. Mutlaka ve mutlaka yerel yönetimlerin ve mevcut hükümetlerin desteği gerekiyor. Destek verildiğinde nasıl bir gelir elde edildiğini görmek için de Türkiye'ye göre şarap üretiminde belki yüzlerce yıl daha yeni olan ama yüzlerce yıl öne geçen Avustralya'ya, Şili'ye, Arjantin'e bakmak yeterlidir.”

Tüm katılımcıların görüşleri incelendiğinde, Ankara ilindeki mevcut şarap turizminin oldukça az olduğu, Ankara şaraplarının ülke ve dünya genelinde tanınmadığı, ancak Ankara'nın gerek tarih gerek kültür, gerekse coğrafi özellikleri bakımından şarap turizmine oldukça elverişli olduğu söylenebilir.

4.11. Ankara İlinin Şarap Turizminin Potansiyeline ve Geliştirilmesine Katkı Sağlayacak Önerilere Yönelik Bulgular

Katılımcıların neredeyse tamamı, Ankara'nın köklü şarapçılık geçmişi, şarap üretimi için verimli topraklara sahip olması, coğrafi konumu sebebiyle ulaşılabilir olması, ayrıca başkent olması sebebiyle çok sayıda diplomat, konsolosluk çalışanı ve benzeri kamu personelinin bölgeyi sıklıkla ziyaretinden dolayı pazarda üst seğmen şarap turizmi konumlandırmasının daha kolay sağlanabileceği konusunda hem fikirdir. Ayrıca tarihi ve kültürel zenginlikler de şarap turistinin bölgede daha uzun kalmasını

sağlayacaktır. Ancak bölgede geniş çaplı bir şarap turizmi talebinin yaratılması için büyük çapta düzenlemeler yapılmalıdır. Bunlardan bir tanesi bölgede ihtiyaç duyulan şarap turizmine yönelik işletmelerdir. Akademisyen K3, bu konuyla ilgili şu şekilde açıklamada bulunmuştur:

“Kalecik Bölgesi (şarap fabrikaları ve butik şarap imalathaneleri orada olduğu için) şarap turizmine yönelik planlanarak, butik konaklama işletmeleri, restoranlar kurulmalı. 2000’li yılların başında bu amaçla girişimler yapılmış, şarap üretmek isteyenlere belediye arazi vermiş, üst seviye restoranlar açılmış, şarap festivali yapılmaya başlanmış, hafta sonları şarap üretimhanelerine geziler düzenlenmiştir. Katılımcılar tarafından oldukça ilgi gören bu faaliyetlerin sürdürülebilirliği sağlanamamış, değişen konjonktür sonrası durma noktasına gelmiştir. Bu faaliyetler ve oluşumlar geniş çaplı olarak tekrar başlatılırsa, Ankara’da şarap turizmi çok da uzun olmayan bir vakitte tekrar canlanabilir.”

Yerel halkın konuyla ilgili eğitimi bu potansiyelin ortaya çıkarılması için oldukça önemlidir. Birçok katılımcı bu konuda görüş beyan etmişti. Katılımcılardan özel sektör temsilcisi K7, bu durumu şu şekilde açıklamaktadır:

“Bir bölgede şarap turizminin gelişebilmesi için öncelikle yerel halkın bu kültürün bir parçası olması gerekmektedir. Ancak Ankara’da, yerel halk şarap kültürünü benimsemekten ve yansıtmaktan uzaktır. Cumhuriyet sonrası bağlarındaki üzümü şarap firmalarına verdiği için, diğer çiftçiler tarafından bağcıların yerildiği bile olmuştur. Her ne kadar son dönemde halk büyük bir gelir kapısı olarak gördüğü için birçok bağcı şarap üretim firmalarıyla birlikte çalışsa da, şarap tüketimine oldukça uzak bakmaktadırlar. Bölgedeki şarap turizminin canlanması için ilk olarak yerel halkın bu kültürü ve şarap turizminin faydalarını benimsemesi gerekmektedir. Yerel halkın dahil edilmediği bir turizm planı başarıya ulaşamaz.”

Katılımcıların üzerinde durduğu en önemli konulardan bir tanesi de şarap turizminin gelişmesinde devlet desteğidir. Türkiye genelinde şarap turizminin gerçekleşmesinde tanıtım faaliyetlerinin oldukça önemli olduğu, ancak reklam ve tanıtım faaliyetlerindeki kısıtlamalar ile bağbozumu şenliklerinin gerçekleştirilememesinin

şarap kültürüne ve şarap turizmi faaliyetlerine büyük ölçüde sekte vurduğu belirtilmiştir. Konuya ilişkin özel sektör temsilcisi K6'nın görüşleri şu şekildedir:

“2014’te TAPDK’nın 9968 Sayılı Kararı ile yılbaşı sepetlerinde alkollü içki bulundurulması yasaklanmıştır. 2013’te hem alkole reklam ve promosyon hem de 22:00 – 06:00 saatleri arasında perakende alkollü içki satış yasağı getirildi. Daha sonra ayrıca, televizyon, film ve müzik kliplerinde de alkol görüntüsünü yasakladı. Alkol firmaları basketbol kulüplerinin isim sponsorluğundan ve müzik festivallerinden çekildi, bağbozumları yasaklandı. Tüm bu yasaklar, yüzyıllardır bu topraklarda süren gelen şarap kültürünün alkollü içki sıfatıyla arka plana itilmesine sebep olmuştur. Öncelikle devletin bu yasakları düzenlemesi ve gerekli tedbirler alınarak daha önceki faaliyetlerin sürdürülmesi gerekmektedir.”

Katılımcılardan akademisyen K2, özellikle şehirde önceki yıllarda gerçekleşen bağ bozumu festivallerine dikkat çekerek, şarap turizmi için önemli pazarlama etkinlikleri statüsünde olan bu faaliyetlerin daha profesyonel ekipler tarafından gerçekleştirilmesinin önemini vurgulamıştır:

“Ankara’da gerçekleşen son bağ bozumu festivali katılımcılar arasında hayal kırıklığı yaratmıştır. Bunun en büyük sebebi, düzenlenen festivalin, profesyonel kurumlar tarafından yapılmaması ve adeta bir panayır havasında gerçekleşmesidir. Ancak şarap turizminin yoğun gerçekleştiği şehirlere baktığınızda, yerel yönetimlerin de katkılarıyla hazırlanan bağ bozumu festivallerinin adeta bir tören havasında gerçekleştiğini söylemek mümkündür. Bu festivallere şarap konusunda uzmanlar katılmakta, çeşitli workshop ve tadım etkinlikleri, bilgilendirme toplantılarıyla zenginleştirilmektedir.”

Son olarak, şehirde faaliyet gösteren STK’lar, üniversiteler, özel sektör ve yerel yönetimlerinin, şarap turizmi konusundaki işbirliğinin önemi vurgulanmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu, geniş kapsamlı ortak bir çalışmanın yapılmadığını belirtmektedir. Konuyla ilgili özel sektör temsilcisi K7'nin görüşleri şu şekildedir:

“STK’lar turizmden ziyade şarap üretimiyle ilgileniyorlar. Ancak bölgeyi şarap turizminde bir marka haline getirmedikçe, üretilen ürünün iç ve dış pazara satışını arttırmak oldukça zor görünüyor. Dernek ve kulüpler ilk

planda kendi üyelerine ve onların çevrelerine yönelik oluyor; tabi ki bu bile değerli ancak maalesef yeterli değil. Bu derneklerin öncelikle tüm üniversitelerin ilgili öğrenci oluşumları ile sürekli iletişimde olmaları gerekiyor. Üniversite, STK ve özel sektör işbirliği ile Ankara'da şarap turizmi önemli ölçüde kalkınır.”

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ankara'ya 26 km uzaklıktaki Elmadağ, Ocak-Mart aylarında ağaçsız ve alpin çayırları ile kaplı kolay ve orta zorluk derecelerindeki pistleriyle kış turizmi için oldukça elverişlidir. Soğuksu Milli Parkı, Eğriova Yaylası, Benli Yaylası, Çubuk-Karagöl orman içi dinlenme yeri ve Bayındır Barajı kamp ve karavan turizmine açıktır. Karaşar-Eğriova Yaylaları, Çamlıdere-Benli Yaylaları, Sorgun Yaylası, Ulucak Yaylası, Başköy ve Salın (Maden) Alternatif Turizm Aktiviteleri Yaylası Ankara'nın yayla turizmi için önemli noktalarlardır. Bizans döneminden kalma Kirmir Çayı kenarında bulunan dağın içi oyularak yapılan tarihi yer üstü Bizans Mağaraları, uzunluğu 5 km, genişliği 1- 1,5 km, yüksekliği ise 30–40 m olan Tuluntaş Mağarası, mağara turizminin gerçekleştiği noktalardır. Sarıyar Barajı ve Çamlıdere baraj gölü rüzgâr sörfü için kullanılırken, bisiklet turizmi, sportif olta balıkçılığı, dağ ve doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, yamaç paraşütü şehirdeki diğer turizm aktiviteleridir (Ankara İl Turizm Müdürlüğü, 1995).

Yukarıda bahsedildiği üzere, şehirde her ne kadar turistik ürünlerin en önemlilerinden biri olan deniz-kum-güneş üçlemesi olmasa da, şehrin gerek tarihi ve kültürel zenginliği, gerekse doğal güzellikleri ile turizm alanında gelişmesini sürdürmektedir. Mevcut durumda gastronomi turizminin gelişmediği Ankara için şarap turizmi, önemli bir turizm türü haline gelebilir. Gerek şaraplık üzüm üretimi için toprak verimliliği, gerek iklimin elverişliliği, gerek bölgenin kendine has üzüm türleri, gerekse şehrin şarap üretimindeki tarihi geçmişi, şarap turizmi için gelecek vaad etmektedir. Gastronomi turizmi, deniz-kum-güneşin olmadığı bölgeler için önemli bir gelir kaynağıdır. Örneğin, Arjantin'in dördüncü büyük şehri olan Mendoza'nın en büyük gelir kaynağı olan bağcılık aynı zamanda şehrin şarap turizminde gelişmesine izin vermesi ile, kültür ve tarih turizminin yaygın olmadığı şehir, şarap turizmi ile turistik bir şehir haline gelmiştir (Faugère ve diğ., 2013). Eğer Ankara şehrinde, yerel yönetimler tarafından bu yönde iyi bir planlama yapılırsa, şehir turizmi adına önemli bir gelişme sağlanabilir.

Dünya çapında yıllık 75 milyon ton üzüm üretimi ve 42 milyon ton şarap üretimi yapılmaktadır. Tüm dünyadaki şarap ihracat değeri 30 milyar doları geçmektedir. Türkiye'deki 4 milyon tonluk üzüm üretiminin % 52'si sofralık, %36'sı kurutmalık, %12'si ise şaraplık ve şıralık üzümdür. Rakı ve benzeri alkollü içki üretimi için kullanılan üzüm yüzdesi, bu rakamdan çıkarıldığında; reel şarap üretimi için kullanılan üzüm miktarı %4 olarak hesaplanabilir. Bu oran Fransa'da %99 şaraplık, %1 sofralık iken, İtalya'da ise %85 şaraplık, %15 sofralık olarak görülmektedir (Uysal ve diğ., 2016).

Türkiye'nin yıllık ortalama şarap üretimi 75 milyon litreyken bu üretimin yalnızca 2.5 milyon litresi ihraç edilmekte, Türkiye'nin bu ihraçtan elde ettiği gelir 10 milyon dolar olmaktadır. FAO verilerine göre; 2016'da 236 bin ton kuru üzüm ihracatı ile dünya birincisi olan Türkiye'nin bu ihracattan elde ettiği gelir ise 426 milyon dolardır. Yüz ölçümü bakımından benzer bir oran sergileyen Şili'nin şarap ihracat rakamı ise ortalama 1.8 milyar dolardır. Yunanistan'ın da yıllık şarap ihracatı değeri 100 milyon doları bulmaktadır. Bu verilere bakıldığında, üzümden elde edilen şarabın, katma değerli bir ürün olarak, katma değerli ihracata katkıda bulunup ülkeler için nasıl bir gelir kaynağı olduğu açıkça görülmektedir (Kayıkçıoğlu ve Arıkan, 2020).

2000'li yılların başında, Türkiye'deki alkol üretimi ve dağıtımının, devletin tekeline çıkıp özelleştirilmesi, tüm sektörlerde ve ürünlerde olduğu gibi şarap için de rekabet ortamı yaratmıştır (Zengin, 2013). Bu bağlamda, şarap üreticileri için tanıtım ve pazarlama önem kazanması ile reklam faaliyetleri zaruri hale gelmiştir. Özellikle 2013 yılından sonra gelen yasaklar, tüm alkollü içkilerde olduğu gibi şarap endüstrisini de olumsuz etkileyerek, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde engel teşkil edilmiştir. 6487 sayılı torba yasa ile 24 Mayıs 2013'te alkole getirilen promosyon yasakları. 11 Haziran 2013'te yürürlüğe giren yasa ile 4250 sayılı İspirto ve İspirtoyu İçkiler İnhisarı Kanunu'nun 6. maddesi değiştirilmiş ve hali hazırda mevcut reklam-promosyon yasaklarının kapsamı genişletilmiştir. Alkollü mekanların ve tekel bayilerinin tabelalarındaki reklamların kaldırılması, alkollü içki satışında eşantyon olarak bardak vb ürünlerin verilmesi, televizyon, dizi, film ve müzik kliplerinde de alkol görüntüsü yasaklanmıştır (Bozkanat, 2013). TAPDK tarafından 21 Ekim 2015 tarihli ve 9968 sayılı karar ile yılbaşı sepetlerinde tütün ürünü ve alkollü içki bulundurulması yasaklanmıştır.

Ayrıca, 4760 sayılı Özel Tüketim Vergi Kanunu'nun 12. maddesinin 3. fıkrasına 31 Mayıs 2012 tarihinde getirilen düzenlemeye göre, alkoldeki maktu vergi tutarına, ocak ve temmuz aylarında enflasyon oranında, yılda iki kez olmak üzere zam gelmektedir (Buzrul, 2016). Türk vatandaşlarının çoğunluğu ise yılda bir kez zam almakta, böylece tüm alkollü içkilerde olduğu gibi şarap fiyatları da, gün geçtikçe alım gücünün üzerine çıkmaktadır. Tüm alkollü içkiler gibi şarap tüketimi de, lüks tüketim kalemi gibi görünmeye başlamıştır. Bu durum şarap için bir turizm alanı yaratılmasını hem fiyat hem de tanıtım olarak olumsuz etkilemiştir. Ankara'da da bu yasaklar doğrultusunda şarabın tanıtımının yapılamadığı, tadım aktivitelerinin gerçekleştirilemediği görülmektedir. Günümüzde Fransız, İtalyan ve Portekiz şaraplarının pazarlaması için yürütülen faaliyetlerin, hem Türkiye'nin hem de Ankara'nın şarapları için yapılamadığını; tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştiği ülke ve şehirlerde ise şarap turizminden elde edilen maddi gelir, istihdam, bölge imajı ve benzeri kazanımların çokluğunu görmek mümkündür.

Ankara'nın şarap turizminin gelişiminde avantajlı olduğu konulardan bir diğeri ise başkent olması sebebiyle kentteki yoğun resmi ziyaretler ve konsolosluk çalışanlarıdır. Özellikle, iş amaçlı ziyaretlerin yapıldığı kentte, şarap turizmine rağbet edecek turist sayısının azımsanamayacak ölçüde olacağı ve tekrar ziyaret oranlarında artış yaratabileceği öngörülmektedir.

Bu veriler doğrultusunda yalnız Ankara için değil, şarap turizminin gelişmesi, tüm Türkiye için büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın bulguları incelendiğinde, bunun yalnızca şarap üretimini arttırarak mümkün olmadığı görülebilir. Bölgede bu pazarın yaratılması için yalnızca işletmelerin varlığı yeterli değildir. Hükümeti oluşturan üst düzey siyasetçilerden başlayarak, kalkınma ajansları, ulusal turizm örgütleri, yerel yöneticiler, yerel halk, ağırlama ve konaklama işletmecileri, medya ve daha birçok paydaş birlikte hareket etmesi sonucunda bölgede bir turizm pazarı yaratabilir. Bu paydaşlardan biri veya birkaçının dahil olmaması, yeni bir alternatif turizm pazarı planının başarılı olmasına engel olacaktır (Demirkol ve Taşkiran, 2019). Çalışmaya katkı sunan tüm katılımcıların görüşleri doğrultusunda çıkan sonuca göre, Ankara tarihi zenginliği, köklü şarap üretimi geçmişi ve yetişen üzümlerin kalitesiyle yüksek şarap turizmi potansiyeline sahip bir şehrimizdir. Ancak bu potansiyelin ortaya konulabilmesi için söz sahibi tüm paydaşların birlikte hareket etmesi ve bu hedefe yönelik uzun vadeli plan ve yatırımlarla desteklenmesi gerekmektedir. Tüm dünyada

doğal ve tarihi zenginliklerden yoksun birçok bölgede, uzun vadede yapılan şarap turizmi çalışmalarını olumlu sonuçlar ve katkılar sağlanması ile bölgelerin maddi olarak kaynak sağlamasında ve destinasyon markalaşmasında önemli yol kat edilmiştir. Ankara, yüzyıllar boyu şarap üretimi yapan, birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış, ulaşım açısından oldukça avantajlı ve kültürel zenginliği olan bir şehirdir. Şarap turizminde şehrin markalaşması, şehre birçok fayda sağlayacaktır. Bu faydalar arasında: yurtiçi ve yurtdışında pazarlanan Ankara şaraplarına talep artması, şehre daha fazla turist çekmek, şarap turizmi için gelen turistlerin şehirdeki kültürel zenginliği de görmesini sağlamak ve şehirdeki diğer turistik ürünlerin pazarlanması sayılabilir.

Tüm bu verilerin ışığında, Ankara'nın şarap turizmi potansiyelinin oldukça fazla olduğu ve kentte söz sahibi tüm paydaşlarla yapılacak ortak çalışmalarla bu potansiyelin ortaya çıkarılabileceğini söylemek mümkündür. Günümüzde doğal güzellik ve tarihi zenginlikten yoksun birçok kent, agro turizme tutunarak gelişmekte ve büyümektedir. Ankara, barındırdığı kültürel zenginlik, başkent olarak şehirde süregelen diplomasi yoğunluğundan ortaya çıkan ziyaretçi yoğunlukları, Anadolu'nun en orta noktası olarak tüm ulaşım noktalarının ortasında olması gibi birçok avantajını kullanarak şarap turizminde birçok kentimizle rekabet edebilme potansiyeline sahiptir.

5.1 Gelecekte Planlanan Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışma ilerideki dönemlerde gerçekleştirilecek ulusal ve bölgesel çaptaki çalışmalara katkı sağlayacaktır. Gelecek çalışmalarda farklı örneklemeler ele alınabilir. Özellikle yerel halkın bakış açısını ve destinasyonu ziyaret eden turistlerin beklentilerini belirleyen farklı çalışmaların da gerçekleştirilmesi, bölgedeki şarap turizmi olanaklarının daha iyi değerlendirilmesini sağlayabilir. Ayrıca, şarap turizmi ile ilişkili görülen agro-turizm ve benzeri alternatif turizm çeşitleri de konu alınarak katkı sağlayabileceği düşünölmektedir.

KAYNAKLAR

- Ankara İl Kültür ve Turizm Bakanlığı**, Ankara Tarihçe ve Diğer Bilgiler, erişim tarihi: 09.11.2020. <https://ankara.ktb.gov.tr/TR-152389/ankara-tarihce-ve-diger-bilgiler.html>
- Agos Gazetesi**, Unutulmayacak Üzüm Boğazkere, erişim tarihi:21.02.2021 <http://www.agos.com.tr/tr/yazi/19710/unutulmayacak-uzum-bogazkere>
- Ahmadova, S. ve Akova, O.** (2012). Türkiye’de Organik Ekoturizm Çiftlikleri Üzerine Bir Araştırma, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), Pp. 14-29.
- Akdağ, G.** (2015). Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 3(4), 3-11.
- Akın, G. ve Balıkcı, E.** (2018). Anadolu’nun Gizemli İmparatorluğu Hititlerde Beslenme Ve Mutfak Kültürü (The. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Sy, 63, 275-284.
- Akkuş Mutlu, S.** (2019). Eskiçağda Şarabın Dini, Siyasi Ve Ekonomik Açından Değeri. *Iğdir University Journal of Social Sciences*, (19).
- Akurgal, E.** (1998). Anadolu Kültür Uygarıkları, Tubitak Yayınları, Ankara 1998, S.17-19.
- Akyol, H.** (2016). Ankara’nın Türk Hâkimiyetine Girişi Ve Şehrin İlk Türk Fâtih. *Belleten*, 80(289), 757-772.
- Akgöl, Y.** (2012). Gastronomi Turizmi Ve Türkiye’yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Ankara İl Turizm Müdürlüğü, A. V. İ. T.** (1995). Düünden Bugüne Ankara. İl Turizm Müdürlüğü.
- Albayrak, A., Solak, Ü.M. ve Uhri., A.** (2008). Deneysel Bir Arkeoloji Çalışması Olarak Hitit Mutfağı, *Metre Kültür Yayınları*, İstanbul.
- Anlı, R. E.** (2006). Bağlar Güzeli: Üzüm Ve Üzüm Kültürü Yapı Kredi Yayınları İstanbul, 1. Basım, 238 S
- Arıkan, A. ve Dünder Arıkan, İ.** (2017). The Thrace Wine Route In Turkey. Culinary And Wine Tourism Conference, Krems, Avusturya.
- Atay, F. R.** (2004). Çankaya. İstanbul: Pozitif Yayınları.
- Ayazlar, R. A. ve Öngider, M. U.** (2018) Manisa'nın Şarap Turizmi İle Markalaşmasında Üzüm Üreticilerinin Tutumu. *Gastroia: Journal Of Gastronomy And Travel Research*, 2(2), 104-118.

- Aydin, M. ve Zoroğlu, C.** (2016). Ankara'da Erken Bizans Dönemi Mezar Alanı Kazısı/Early Byzantine Cemetery Excavation In Ankara. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (35), 295-328.
- Batuman, B.** (2013). City Profile: Ankara. *Cities*, 31, 578-590.
- Bayramoğlu, Z., Gündoğmuş, E. ve Çelik, Y.** (2010). Ankara İli Kalecik İlçesinde Yetiştirilen Sofralık Ve Şaraplık Üzüm Üretiminin Kârlılık Analizi Üzerine Bir Araştırma. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 16(1 Ve 2), 25-31.
- Bertella, G.** (2011). Knowledge İn Food Tourism: The Case Of Lofoten And Maremma Toscana. *Current Issues İn Tourism*, 14(4), 355-371.
- Bertram, J. K.** (2016). Ahlatlıbel, Etiyokuşu, Koçumbeli Ankara Çevresine Ait Bazı Buluntu Topluluklarının Yeniden Değerlendirilmesi. *Tüba-Ar*, 11(1).
- Birdir, K. ve Akgöl, Y.** (2015). Gastronomi Turizmi Ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi. *İşletme Ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(2), 57-68.
- Boder, P.P.** (2014). Antikçağ Ve Ortaçağda, Sanat, Kültür Ve Mutfak, Çeviri: Ülken Tansel, Kitap Yayınevi, 36, Tarih Ve Coğrafya Dizisi: 14, İstanbul.
- Bozkanat, E.** (2013). Gündem Kurma Perspektifinden Algı Yönlendirme Alkol Düzenlemesi Yasası Örneği (Master's Thesis).
- Buzrul, S.** (2016). Türkiye'de alkollü içki tüketimi. *Journal of Food and Health Science*, 2(3), 112-122.
- Buzrul, S. ve Başkanlığı, A. İ. P. D.** (2013). Türkiye'nin Şarap Sektörü. 8. Bağcılık Ve Teknolojileri Sempozyumu. Konya, Türkiye.
- Braatz, D., Sautter, U. ve Swoboda., I.** (2014). Pfalz. In Wine Atlas of Germany, 133-152. University of California Press.
- Bruwer, J.** (2003). South African Wine Routes: Some Perspectives On The Wine Tourism Industry's Structural Dimensions And Wine Tourism Product. *Journal of Tourism Management*, 24(4), 423-435.
- Cambourne, B., Macionis, N., Hall, C. M. ve Sharples, L.** (2009). The Future Of Wine Tourism. In Wine Tourism Around The World, 297-320. Routledge, 1st Edition.
- Chang, K.C. (Ed.)** (1977). Food in Chinese Culture: Anthropological And Historical Perspectives. Yale University Press, New York.
- Çelik, H. U.,** (2019). Gastronomide Şarabın Yeri Ve Önemi Bir İşletme Örneği, İstanbul Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği, Yüksek Lisans Tezi
- Darıcı, M. ve Cabaroğlu, T.** (2017). Türkiye'de Farklı Coğrafi Yörelerde Üretilen Kalite Kalecik Karası Kırmızı Şaraplarının Duyusal Tanımlayıcılarının Belirlenmesi. *Gıda*, 42(1), 76-85.
- Demirkol, C., Salha, H. ve Cinnioğlu, H.** (2016). Trakya Bağ Rotasına Gelen Turistlerin Profilinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.
- Deliorman, D., N. Orhan, F. Ergun,** (2011). Anadolu Medeniyetlerinde Asma (*Vitis Vinifera L.*), Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi *Tarih Bölümü Tarih Araştırmaları Dergisi*, 30(50), 69-80.

- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C.** (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *International Journal of Social And Economic Sciences*, 3(2), 29-34.
- Duran, E., Eryücel, Ö. ve Özcan, Z.** (2019). Şarap Üretimi Ve Tüketiminin Türkiye Turizmindeki Yeri: Kadim Anadolu Bağ Rotası Başlangıç Noktası Olarak Çanakkale Örneği The Place Of Wine Production And Consumption In Turkey's Tourism: The Case Of Çanakkale As A Start Point of Ancient Anatolian Wine Route. *Turak Turizm Ve Araştırma Dergisi*, 8(1), 70-83.
- Elibüyük, M. T. D. ve Yıldırım, B. E. Y.** (2006). Ankara Sancagı'nın Tarihi Coğrafya Bakımından Yerleşme Ve Nüfusu (1871-1907) (Doctoral Dissertation, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Faugère, C., Bouzdine-Chameeva, T., Pesme, J. O. ve Durrieu, F.** (2013). The Impact Of Tourism Strategies And Regional Factors On Wine Tourism Performance: Bordeaux Vs. Mendoza, Mainz, Florence, Porto And Cape Town. Mendoza, Mainz, Florence, Porto and Cape Town (January 16, 2013).
- Fountain, J. ve Charters, S.** (2015) Generation Y As Wine Tourists: Their Expectations And Experiences At The Winery Cellar Door, *Tourism And Generation Y*, p. 47
- Gedkl, F.** (2009). Osmanlı Devletinde Şaraptan Alınan Vergiler
- Getz, D., Dowling, R., Carlsen, J. ve Anderson, D.** (1999). Critical Success Factors For Wine Tourism. *International Journal of Wine Marketing*.
- Güllü, Y. A.** (2018). Türkiye Selçukluları Dönemi Kaynakları Işığında Anadolu'da Gıda Ve Üretimi Bilgileri (Master's Thesis, Bursa Uludağ Üniversitesi).
- Hall, C. M., Longo, A. M., Mitchell, R. ve Johnson, G.** (2009). Wine Tourism In New Zealand. In *Wine Tourism Around The World* (Pp. 150-174). Routledge.
- Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell R., Macionis, N. ve Vecambourne, B.** (2003). *Food Tourism Around The World: Development, Management And Markets*. Butterworth-Heinemann: Elsevier .
- Hallock, R. T.** (1969). R. T. Hallock, Persepolis Fortification Tablets. Chicago 1969.
- Harrington, R. J. ve Hammond, R.** (2006). The Direct Effects Of Wine And Cheese Characteristics On Perceived Match, *Journal of Food Service Business Research*, 8(4), 37-54.
- Hasandede Üzümü,** Degustasyon, erişim tarihi:21.02.2021, <https://degustasyon.org/vinkara-winehouse-hasandede-2016-ankara>
- Haydaroğlu, A. Y. ve Çelik, H. T. D.** (1999). Ankara, Kırıkkale Ve Kırşehir İllerinde Modern Bağcılık İle İlgili Gelişmeler (Doctoral Dissertation, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı).
- İmparati, F.** (1992). Hitit Yasaları, (Çev. Erendiz Özbayoğlu), İtalyan Kültür Heyeti Arkeoloji Araştırmaları Bölümü, Ankara 1992.

- Johnson, H. ve Robinson, F.** (2005) World Atlas Of Wine 8th Edition, Octopus Publishing Group
- Kaya, C., Cangı, R., Yıldız, M. ve Saraçoğlu, O.** (2009). Tokat Üzüm Tarhanası. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, 27-29 sy. 72.
- Kaya, M. A.** (2012). Keltlerin Anadolu'ya Göçü: Göç Nedenleri, Yolları, İlk 10 Yıl.
- Kayıkcioglu, S. ve Arıkan, U.** (2020) Dünya Şarapçılık Sektörüne Genel Bir Bakış. Pressacademia Procedia, 11(1), 219-223.
- Kalvişarap,** Hakkımızda, erişim tarihi: 14.02.2021, <http://kalvisarap.com/hakkimizda/>
- Kavaklıdere,** erişim tarihi: 10.03.2021, <http://www.kavaklidere.com/>
- Keskin, Ö.** (2010). Osmanlı İmparatorluğu'nda Modern Ziraat Eğitiminin Yaygınlaşması: Ankara Numune Tarlası Ve Çoban Mektebi.
- Kılıç, G., Yücedağ, N. ve AYTEKİN, E.** (2017). An Evaluation Towards Gastronomy Tourism. Developments in Social Sciences, 551.
- Kiper, A. U. T. ve Kiper, T.** (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı / Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 3(3), 305-314.
- Kivela, J. ve Crotts, J. C.** (2006). Tourism And Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. Journal of Hospitality & Tourism Research, 30(3), 354-377.
- Koçyiğit, O.** (2021). Bizans Dönemi'nde Hellespont Çevresinde Şarap Üretimi,
- Köse, B. ve Çelik, S. A.** (2017). Dünyada Ve Türkiye'de Bağcılık Turizmi. Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (Irtad) E-Issn: 2602-4462, 1(2), 29-34.
- Lignon-Darmaillac, S.** (2011). Vin, Vignoble Et Tourisme: Des Relations À Construire, Vin Vignoble Et Tourisme Les Cahiers Espace, Nr.111, Pp.8-15
- Memiş, E.** (2005) "Eskiçağda Afyonkarahisar", Merfes'05 Mermer Sempozyumu, Afyonkarahisar 2005, Ss. 1-10
- Milliyet Gazetesi,** Kalecikli Şarabına Sahip Çıkıyor, erişim tarihi: 18.01.2021 <https://www.milliyet.com.tr/pazar/kalecikli-sarabina-sahip-cikiyor-306311>
- Montella, M. M.** (2017). Wine Tourism And Sustainability: A Review. Sustainability, 9(1), 113.
- Oyan, S. ve 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.
- Oygür, A. V.** (2020). Osmanlı Öncesinde Ankara Halkının Sosyal Yaşamı.
- Overton, J. ve Heitger, J.** (2008). Maps, Markets And Merlot: The Making Of An Antipodean Wine Appellation. Journal of Rural Studies, 24(4), 440-449.

- Özdemir, M.** (2010). “Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma”. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1): 323-343.
- Özgün, C.** (2012). Osmanlı’dan Cumhuriyet Türkiye’sinin İlk Yıllarına Filoksera Hastalığının Batı Anadolu’daki Ekonomik Sonuçları Üzerine Tespitler. Üçüncü İktisat Tarihi Kongresi Bildirileri-2, 69.
- Tunçer, M.** (2019). Ankara'nın Kaybolan Doğal Ve Kültürel Değerleri. Türkiye Peyzaj Araştırmaları Dergisi, 2(2), 108-138.
- Türkben, C., Gül, F. ve Uzar, Y.** (2012). Türkiye’de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri Ve Önemi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi , 2012 (2) , 47-50
- Türkyılmaz, M.** (2012). “Eski Ankara Bağ Evleri Yaşantısı”, Atılım Üniversitesi, Konferans Metni
- Ünlüöner, K. ve Kızanlıklı, M. M.** (2017) Ankara’nın Turizm Potansiyeli. Şehir Ekonomisi Ankara Şehir Araştırmaları, 171.
- Ünal, A.** (2005). Hititler Devrinde Anadolu, 3. Arkeoloji Ve Sanat Yayınları, Kanaat Matbaası, İstanbul.
- Ünal, A.** (2007). Anadolu’nun En Eski Yemekleri Hititler Ve Çağdaş Toplumlarda Mutfak Kültürü, Homer Kitapevi, İstanbul.
- Parr, W. V., Green, J. A., White, K. G. ve Sherlock, R. R.** (2007). The Distinctive Flavour Of New Zealand Sauvignon Blanc: Sensory Characterisation By Wine Professionals. Food Quality and Preference, 18(6), 849-861.
- Ribeiro, J. D., Ribeiro, D. C. ve Duarte, J. S. A.** (2020). Legacy Of Grape: A Socio- Cultural And Spatial Analysis Of Ankara’s Wine Production History. Journal of Ankara Studies
- Sağlam, Ö. Ç. ve Sağlam, H.** (2018). İnsanlık Tarihinde Üzümün Önemi. Journal Of Agriculture, 1(2), 1-10.
- Santich, B.** (2004). ‘The Study Of Gastronomy And Its Relevance To Hospitality Education And Training’. Hospitality Management , 23 (1), 15-24
- Sarışık, M. ve Özbay, G.** (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 26(2), 264-278.
- Soydaş, M. E. ve Gürler, M.** (2019). Şarap Turizmi’ne Yerel Halkın Bakış Açısı: Hatay Örneği.
- Söylemezoğlu, G.** (2005), Arkeolojik Buluntuların Işığı Altında Anadolu Bağcılığının Tarihçesi. Ankara’da Bağcılık Ve Bağ Kültürü. (Hazırlayan: Kamil Toygar-Nimet Berkok Toygar). 1. Baskı, Ankara: Birlik Matbaacılık, Yayıncılık. 1-31.
- Sülüner, H. S.** (2014). Yabancı Seyyahların Gözlemleriyle Roma Ve Bizans Dönemi’nde Ankara. Ankara Araştırmaları Dergisi, 2(1), 11-21.
- Stavrinoudis, T. A., Tsartas, P. ve Chatzidakis, G.** (2012). Study Of The Major Supply Factors And Business Choices Affecting The Growth Rate Of Wine Tourism in Greece. Current Issues in Tourism, 15(7), 627-647.

- Szivas, E.** (1999). The Development Of Wine Tourism İn Hungary. International Journal of Wine Marketing.
- Demirkol, Ş. ve Taşkıran, Ö.** (2019)Turizmde Destinasyon Markalaşma Sürecinde Cittaslow Taraklı Örneği. Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi, 3(2), 56-69.
- Şensoy, F.** (2012). Hititlerde Beslenme Ve Mutfak Kültürü Beslenme Antropolojisi-1, Hatipoğlu Yayınları:160, Beslenme ve Diyetetik Dizisi, 03, S.79-92, Ankara
- Şensoy, F.** (2015). Geçmişten Günümüze Yemek Ve Sağlık Sosyolojisi- Beslenme Her Yerde Bienali, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul (Sözel Bildiri)
- Şensoy, F. ve Tiritöğlü, S.** (2018). Beslenme Arkeolojisi: Günümüz Ankara Yemeklerinde Geçmişin İzleri. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 2 (Ek1), 209-233
- Şenuyar, C., Demirbaş, N. ve Saygın, Ö.** (2014). Türk Şarap Sektörünün Mevcut Durumu Ve Sektörün Gelişimini Sınırlayan Faktörlerin Değerlendirilmesi. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 28(2), 1-12.
- Tarım ve Orman Bakanlığı**, erişim tarihi: 11.11.2020, <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/>
- Uysal, H., Ağırbaş, N. C. ve Saner, G.** (2016). Türkiye'de Sofralık Üzüm Dışsatımına İlişkin Temel Yaklaşımlar Ve Hedefler. Tarım Ekonomisi Dergisi, 22(1), 11-17.
- Qiu, H.Z., Yuan, J., Ye, B.H. ve Hung, K.** (2013). "Wine Tourism Phenomena İn China: An Emerging Market", International Journal Of Contemporary Hospitality Management , Vol. 25 No. 7, Pp. 1115-1134
- Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, F. Y. ve Rozier-Rich, S.** (2016). Residents' Perceptions Of Wine Tourism Development, Tourism Management 55, Pp. 276-286.
- Vinkara**, erişim tarihi:15.05.2021, <http://www.vinkarawines.com/>
- Yavuz, A.T.** (2000). Tarih İçinde Ankara, Orta Doğu Teknik Üniversitesi. Ankaralılar Vakfı, 2. Basım.
- Yalçın, M.** (2003). Kalecikli, Şarabına Sahip Çıkıyor, Alındığı tarih: 20.03.2021, adres: <https://www.milliyet.com.tr/pazar/>
- Yalçın, M.** (2018). Kalecik Karası Aslına Dönüyor, Alındığı tarih: 20.03.2021, adres: <https://t24.com.tr/yazarlar/mehmet-yalcin>
- Yaşın, M.** (2016). Türk Yemeği de şarap Sever, Alındığı tarih: 20.03.2021, adres: <https://www.mehmetyasın.com.tr/turk-yemegi-de-sarap-sever/>
- Yücel, G. D.** (2011). Türk Şarabı 40 Ülkede 9 Michelin Restoranına Girdi. Alındığı tarih: 20.03.2021, adres: <https://www.milliyet.com.tr/>
- Yıldırım, H., Özdemir, G. ve Çalar, N.** (2016). Öküzgözü Ve Boğazkere Üzüm Çeşitlerinde İn Vitro Kültür Başlatma Üzerine Eksplant Tipinin Etkisi. Vii. Ulusal Bahçe Bitkileri Kongresi Bildirileri. Bahçe Özel, (2), 607-611.

- Yıldırım, A. ve Şimşek, H.** (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, Ö.E.,** (2009). Türkiye’de Şarap Turizmi: Çeşme Örneğinde Ürün Geliştirme Modeli, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Yılmaz, İ. ve Akay, E.** (2020). Özel İlgi Turizminde Şarap Turizmi. Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi, 13(2), 83-94.
- Yücel, N.** (2014). Bir Şehir: Elazığ, Bir Sektör: Bağcılık, Bir Ürün: Öküzgözü Üzümü, Bir Marka: Elazığ Şarabı. Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi, 2(1), 77-110.
- Yurtoğlu, N.** (2019). Cumhuriyet Dönemi’nde Türkiye’de Üzüm Yetiştiriciliği Ve Üzüm Politikaları (1923-1960). Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, 19(39), 715-758.
- Zahari, M. S., Jalis, M. H., Zulfily, M. I., Radzi, S. M. ve Othman, Z.** (2009). Gastronomy: An Opportunity For Malaysian CulinaryEducators. International Education Studies, 2(2), 66-71
- Zengin, M. O.** (2013). Türkiye'de Alkol Reklamlarına İlişkin Düzenlemelerin Medya Ortamındaki Yansımaları. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 12(43), 287-305.

EKLER

Ek 1: Etik Onay Formu



T.C.
İSTANBUL GEDİK ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Rektörlük

Sayı : 71457743-050.01.04 -122-177869
Konu : Etik Kurul Kararı Hk. (Kerem BEYKOZ)

14 Ekim 2020

Sayın Dr. Öğr. Üyesi Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY

Üniversitemizin 14.10.2020 tarihli ve 2020/06 sayılı Etik Kurul toplantısında; "Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" adlı başvurunuz görüşüldü. Yapılan görüşme sonunda: "Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma" adlı başvurunuzun etik olarak uygun olduğuna katılanların oy birliği ile karar verildi.

e-İmza
Prof. Dr. Berin ERGİN
Etik Kurul Başkanı

Ek 2: Araştırma Soruları

ARAŞTIRMA SORULARI

1. Ankara'nın mevcut turizmi hakkındaki görüşleriniz nelerdir?
2. Ankara'da farklı turizm türlerinin geliştirilmesi için ne/neler yapmayı düşünüyorsunuz?
3. Gastronomi turizmi kavramını nasıl tanımlarsınız ve şarapla ilişkisini nasıl değerlendirirsiniz?
4. Ankara şarapları deyince aklınıza hangi şaraplar gelmektedir? Ülke bazında bilinirliğini nasıl değerlendirirsiniz?
5. Ankara'daki şarap satış ve sunumunu nasıl bulmaktasınız?
6. Ankara'nın ön plana çıkmış şarap markaları veya tescilli üzümleri nelerdir?
7. Ankara ilinin şarap turizmini geliştirmek için herhangi bir çalışma var mıdır? Buna yönelik şarap tanıtımlarını içeren dergi, broşür ve rehber gibi bir çalışmanız var mıdır?
8. Ankara'daki şarap üretiminin yeterli tanıtımın yapıldığını düşünüyor musunuz? Tanıtıma yönelik yakın gelecek için planlarınız var mı?
9. Ankara'daki şarap turizminin geliştirilmesi için nasıl bir potansiyel taşıdığını düşünüyorsunuz? Görüşleriniz ve ileriye dönük planlarınız nelerdir?
10. İldeki gastronomi ve turizme yönelik dernekleri nasıl değerlendirirsiniz? Faaliyetlerini ve iletişimlerini hakkında ne düşünüyorsunuz?
11. Yerel yönetim, üniversite ve STK'ların Ankara'daki turizme katkısını nasıl değerlendirirsiniz?
12. Ankara'daki şarap turizmi, mevcut turizm potansiyeli içinde nasıl değerlendirilmelidir?
13. Ankara'da şarap turizminin geliştirilmesi için neler yapılmalıdır?

Ek 3: Gönüllü Bilgilendirme Formu

GÖNÜLLÜ BİLGİLENDİRME FORMU

1. Çalışmanın adı:

Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Araştırma

2. Araştırmacıların adları, kurumları

Kerem BEYKOZ, İstanbul Gedik Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY, Gedik Üniversitesi

3. Araştırmanın amacı ve kısa özeti:

Bu çalışmada, Ankara ilimizde üretilen şaraplar aracılığıyla bölgenin gastronomi turizm potansiyeli incelenecektir. Özellikle deniz turizminin olmadığı bölgenin, köklü ve değerli bir bağcılık geleneğine sahip olduğu bilinmektedir. Şarap turizminin son yıllardaki yükselişi, bölgedeki şarap turizminin yoğunlaşmasının şehre kazandıracağı değerin yüksek miktarda olacağını göstermektedir. Çalışmada, Ankara il turizmi içinde şarap turizminin yeri ve önemi belirlenmeye çalışılacaktır. Aynı zamanda, Ankara il turizmine yön veren turizm paydaşlarının şarap turizmi ile ilgili tutumları da incelenecektir.

4. Bu araştırma için neden siz seçildiniz?

Bu araştırmanın evrenini Ankara ili turizmine yön verilmesinde dolaylı veya doğrudan etkisi olan gerçek ve tüzel kişiler oluşturmaktadır. Ankara'da turizm faaliyetlerinin yürütülmesinde kamu, özel sektör ve üniversiteden ilgili kişiler ile 4 ve 5 yıldızlı konaklama ve yiyecek içecek hizmeti veren işletmeler araştırma kapsamında değerlendirmeye alınacaktır. Ayrıca, Ankara ilinin önde gelen şarap firmalarının temsilcileri, Ankara Belediyesi ve İl-Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile görüşülmektedir. Araştırmada yer almanızın başlıca sebebi; Ankara bölge şaraplarının tüketiciyle buluşmasındaki bilgi ve tecrübenizdir.

5. Araştırmaya katılmak / bir kez katıldıktan sonra sonuna kadar devam etmek zorunda mıyım?

Araştırmaya katılmama veya istediğiniz yerde bırakma hakkı bulunmaktadır.

6. Katılmayı kabul edersem bana ne yapılacak?

Mülakat formunda yer alan 13 soruyu cevaplamanız beklenmektedir.

7. Araştırmaya katılmak size bir zarar verecek mi? Sizin için olumsuz yönleri/riskleri olacak mı?

Araştırmanın size maddi veya manevi bir zararı bulunmamaktadır.

8. Araştırmaya katılmanın size olası yararları nelerdir? Araştırmaya katılmak size bir fayda/üstünlük sağlayacak mı?

Araştırma sizin için herhangi bir fayda sağlamayacaktır.

9. Araştırma için masrafım olacak mı? Araştırmanın benim için maddi bedeli var mı?

Araştırma için sizden herhangi bir ücret talep edilmemektedir.

10. Kimlik bilgilerim ve elde edilen verilerin gizliliği nasıl sağlanacak?

Kimlik bilgileriniz sadece üniversite ile paylaşılacak, bunun dışında başka bir kurum veya kişi ile paylaşılmayacaktır.

11. Araştırma sonunda bana bilgi verilecek mi?

Talep etmeniz durumunda, araştırma tamamlandığında bilgilendirme sağlanacaktır.

12. Araştırma sonuçlarına ne olacak?

Araştırma sonuçları tez ve makale olarak yayınlanacaktır.

Daha ayrıntılı bilgi için,

kerembeykoz@gmail.com adresinden bilgi alabilirsiniz.

Teşekkürler:

Araştırmaya katılımınız için teşekkür ederiz.

BU BİLGİLENDİRME FORMU SİZDE KALACAKTIR. ARAşTIRMAYA KATILMAK İSTERSENİZ AŐAĞIDA YER ALAN ONAM FORMUNU İMZALAMANIZ GEREKMEKTEDİR.

Ek 4: Onay Formu

ONAY FORMU

Araştırmanın Ankara İlinin Şarap Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Nitel Bir Araştırma	Adı:
---	-------------

	Evet	Hayır
Katılımcı Bilgilendirme Formunu okudunuz mu?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Araştırma projesi size sözlü olarak da anlatıldı mı?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Size araştırmayla ilgili soru sorma, tartışma fırsatı tanındı mı?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sorduğunuz tüm sorulara tatmin edici yanıtlar alabildiniz mi?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Araştırma hakkında yeterli bilgi aldınız mı?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Herhangi bir zamanda herhangi bir nedenle ya da neden göstermeksizin araştırmadan çekilme hakkına sahip olduğunuzu anladınız mı?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Araştırma sonuçlarının uygun bir yolla yayınlanacağına katılıyor musunuz?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yukarıdaki soruların yanıtları size kim tarafından açıklandı? <i>Lütfen ismini yazınız.</i>		

İmza:

Adı / Soyadı:

Tarih:

Ek 5: Katılım Sonrası Bilgilendirme Formu

KATILIM SONRASI BİLGİ FORMU

Bu araştırma, daha önce de belirtildiği gibi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü Yüksek Lisans öğrencisi Kerem BEYKOZ tarafından Dr. Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY danışmanlığındaki yüksek lisans tezi kapsamında yürütülmektedir. Araştırmanın amacı, yerel yönetimlerin, şarap üreticisi firma temsilcilerinin, akademisyenlerin ve Ankara il turizmine yön veren turizm paydaşlarının değerlendirmeleri doğrultusunda Ankara ilinin şarap turizmi potansiyelinin değerlendirilmesini amaçlanmaktadır.

Birçok ülkenin önemli gelir kaynağı olan turizmin günümüzde en çok önem verilen konularından biri gastronomi turizmidir. Ülkelerin yemek kültürlerinin tanıtımında turistler için yeni bir cazibe noktası olan gastronomik öğelerin en önemlilerinden biri şaraptır. Köklü bir bağcılık kültürünün olduğu ülkemizde, şarap kültürünün tanıtımı ve sunumu oldukça önemlidir. Özellikle deniz turizminin olmadığı Ankara'da şarapçılık tarihi ve gastro-turizmin ön plana çıkarılması, gelir dengesi ve kültürel-tarihi değerlerin korunması açısından önem arz etmektedir. Tarihi öğeler ve doğal güzellikleri yetersiz olan bölgelerin, bölgeye özgü gastronomi ürünlerinin pazarlama ve satış faaliyetleri ile gastronomi turizmine değer kattığı bilinmektedir. Bu çalışmada, Ankara ilimizde üretilen şaraplar aracılığıyla bölgenin gastronomi turizm potansiyeli incelenecektir. Özellikle deniz turizminin olmadığı bölgenin, köklü ve değerli bir bağcılık geleneğine sahip olduğu bilinmektedir. Şarap turizminin son yıllardaki yükselişi, bölgedeki şarap turizminin yoğunlaşmasının şehre kazandıracığı değerlerin yüksek miktarda olacağını göstermektedir.

Bu çalışmadan alınacak verilerin Kasım 2020 sonunda derlenmesi amaçlanmaktadır. Elde edilen bilgiler sadece bilimsel araştırma ve yazılarda kullanılacaktır. Bu araştırmaya katıldığınız için tekrar teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Kerem BEYKOZ

Doğum Tarihi: 13.09.1986

Doğum Yeri: Bolu/Merkez

E-postası: kerembeykoz@gmail.com

Bildiği Yabancı Diller: İngilizce (Advanced)

Eğitim Bilgileri:

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Lisans	Konaklama İşletmeciliği	Balıkesir Üniversitesi	2009
Y. Lisans	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	İstanbul Gedik Üniversitesi	2021

Yüksek Lisans Tez Başlığı ve Tez Danışmanı: *ANKARA İLİNİN ŞARAP TURİZMİ POTANSİYELİNİN DEĞERLENDİRİLMESİNE YÖNELİK NİTEL BİR ARAŞTIRMA;*
Dr. Öğr. Üyesi Ayşen ÇOBAN DİNÇSOY

Deneyimler:

- 2014-... The Marmara Collection (Pera)
: Ön Büro Sorumlusu & Vekil Nöbetçi Müdür
- 2012- 2014 Wow İstanbul Hotels & Convention Center
: Ön Büro Çalışanı
- 2011-2012 Aktürk Hotels-Grand Beyazıd Hotel & SPA
: Ön Büro Şefi
- 2011-2012 Aktürk Hotels-Zurich Hotel & SPA
: Ön Büro Çalışanı
- 2010-2011 Hagsagone Business And Meeting Hotel
: Gece Müdürü
- 210-2011 Grand Kartal Hotel-Kartalkaya
: Gece Müdürü
- 2008-200 Bodrum Palm Boutique Hotel
: Otel Sorumlusu