

## Şarap Turizmi Araştırmalarına Bütüncül Bir Bakış: Ağ Analizi ile Haritalandırma (A Holistic View of Wine Tourism Research: Mapping with Network Analysis)

Gökhan YILMAZ <sup>a</sup> , \* Ayşe ŞAHİN YILMAZ <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Isparta/Türkiye

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 27.04.2023

Kabul Tarihi: 12.06.2023

### Anahtar Kelimeler

Şarap turizmi

Şarap turisti

Ağ analizi

Bibliyometrik analiz

VOSviewer

### Öz

Çalışmada, 2002-2023 yılları arasında turizm yazınında şarap turizmi ile ilgili yayınlanan makalelerin çeşitli kriterler çerçevesinde değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda 10-17 Nisan 2023 tarihleri arasında Web of Science veri tabanından belirli dâhil etme ve hariç tutma ölçütleri kullanılarak erişim sağlanan 169 makale nitel araştırma yaklaşımıyla incelenmektedir. Şarap turizmi ve şarap turisti anahtar kelimeleriyle ulaşılan her bir makale bir doküman olarak ele alınmakta ve verilerin analizi VOSviewer programı aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Elde edilen bulgulara göre şarap turizmi ile ilgili çalışmaların son yıllarda ivme kazandığı, şarap turizmi destinasyonu olarak bilinen bölgelerde görev yapan araştırmacılar tarafından konunun sıklıkla kaleme alındığı, yüksek etkiye sahip dergilerde yayımlandığı, çok disiplinli bir bakış açısıyla ele alındığı ve ağırlıklı olarak turist veya tüketici odaklı anahtar kelimelerin kullanıldığı tespit edilmiştir. Çalışma, ulusal yazında şarap turizmi ile ilgili çalışmaları ağ analizi ile kapsamlı bir şekilde inceleyen ve görsel olarak haritalandıran ilk girişimlerden biridir. Çalışmanın sonunda teorik ve pratik olarak öneriler sunulmaktadır.

### Keywords

Wine tourism

Wine tourist

Network analysis

Bibliometric analysis

VOSviewer

### Abstract

In the study, it is aimed to evaluate the articles about wine tourism published in tourism literature between 2002-2023 within the framework of various criteria. To this end, 169 articles accessed from the Web of Science database between 10-17 April 2023 using such inclusion and exclusion criteria are analyzed with a qualitative research approach. Each article accessed with the keywords wine tourism and wine tourist is discussed as a document and the analysis of the data is carried out through the VOSviewer program. According to the findings, papers on wine tourism have gained momentum in recent years, they are written by researchers working in regions known as wine tourism destinations, published in high-impact journals, handled with a multidisciplinary perspective, and predominantly tourist or consumer-oriented keywords are used. detected. The study is one of the first attempts in the national literature to comprehensively examine and visually map the studies on wine tourism with network analysis. Lastly, both theoretical and practical suggestions are presented.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: aysesahin9391@gmail.com (A. Şahin Yılmaz)

## GİRİŞ

Şarap turizmi, şarap ve turizm endüstrisini bir araya getiren önemli bir kaynak, çekicilik unsuru veya deneyim türü olarak kabul edilmektedir (Hall, Johnson, Cambourne, Macionis, Mitchell & Sharples, 2000). Günümüzde şarap endüstrisi bağ bozumu, üzüm hasadı veya şarap üretimi gibi faaliyetlerin ötesine geçerek üzüm ve şarabı turizmin bir parçası haline getirmektedir (Marco-Lajara, Martínez-Falco, Millan-Tudela & Sanchez-García, 2023). Daha açık bir anlatımla turistler şarap ile ilgili deneyim yaşayabilmek amacıyla destinasyonlara seyahat gerçekleştirebilmekte, şarap fabrikaları veya şaraphaneleri ziyaret edebilmekte, şarap festivallerine katılabilmekte, şarap tadımları yapabilmekte ya da özünde şarabın yer aldığı hediyelik ve hatıralık eşyaları satın alabilmektedir (Yılmaz & Şahin, 2023). Hatta bir mal veya hizmet olan şarap turizmi ürünleri hatırlanabilirlik, otantiklik ve özgünlük gibi anlamlar atfedilebilen turistik bir deneyime dönüşebilmektedir (Charters & Ali-Knight 2002; Madeira, Correia & Filipe, 2019). Söz gelimi, 2021 yılında İspanya’da şaraphaneler ve şarap müzelerini ziyaret eden turist sayısının yaklaşık iki milyon civarında olduğu vurgulanmaktadır (Statista, 2023). Hal böyle olunca şarap turizmi destinasyonlar için kendilerini rakiplerinden farklılaştırabilmek, destinasyonu tanıtmak ve pazarlamak amacıyla kullanılan bir kaynak olarak kabul edilirken turistler açısından ise her geçen gün ilgi çekici bir ürün ve deneyim olarak önem arz etmektedir.

Gerek ulusal gerekse uluslararası yazında şarap turizmine yönelik bibliyometrik çalışmaların yok denecek kadar az olduğu göze çarpmaktadır. Ulusal kökenli olan çalışmalarda (Kasaroğlu, Akdeniz, Toktaş, Eris & Kömürcü Sarıbaş, 2021; Karabulut & Akyürek, 2022) bağcılık veya şarap turizmine dair makale, tez, bildiri, kitap bölümü gibi çalışmalar ağırlıklı olarak nicel parametreler (yayın yılları, türleri, sayıları vb.) çerçevesinde ele alınmaktadır. Öte yandan uluslararası kökenli çalışmalarda ise ya belirli bir bölge (Amarando, Assenov & Visuthismajarn, 2019), ya belirli bir zaman dilimi (Gómez, Pratt & Molina, 2019) ya da Scopus (Durán-Sánchez, Rama & García, 2017) veya Web of Science (bundan sonra WoS) (Triantafyllou, Toanoglou, Eirini ve Kaurav, 2020) gibi belirli bir veri tabanında yayınlanan şarap turizmi makaleleri genel hatlarıyla değerlendirilmektedir. Ancak bu çalışmaların bibliyometrik çalışmalar olmanın ötesine geçerek genellikle sistematik derleme çalışmaları kapsamında yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu noktadan hareketle özellikle yüksek etki değerine sahip dergileri bünyesinde barındıran bir veri tabanı olan WoS’ta ağırlama ve turizm yazınında şarap turizmi araştırmalarının nasıl gelişim gösterdiğini ve yeni bir çalışma alanı olarak hangi konuları içerdiğini keşfeden bir çalışmanın yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda mevcut çalışmada (i) 2002-2023 yılları arasında turizm yazınında yer alan şarap turizmi araştırmalarının gözden geçirilmesi, (ii) şarap turizmi araştırmalarına en fazla katkı sağlayan yazar, dergi, kurum ve ülkelerin belirlenmesi ve (iii) söz konusu alan için araştırma durumunun anahtar kelime ağı üzerinden keşfedilmesi amaçlanmaktadır. Böylece hem şarap turizmi yazınındaki boşlukları doldurabileceği ve katkı sağlayabileceği hem de konuya ilgi duyan araştırmacılara yol gösterebileceği düşünülmektedir.

## Kavramsal Çerçeve

Ana akım yazında şarap ve turizm arasındaki ilişki bağ turizmi (Erhan, 2021), üzüm tarımı turizmi (Çavuşoğlu, 2012) gibi farklı biçimlerde ifade edilse de ağırlıklı olarak şarap turizmi şeklinde kavramsallaştırılmaktadır. Şarap turizminin kavramsallaştırmasına benzer biçimde tanımlanması da farklılık gösterebilmektedir. Erken dönemde yapılan tanımlamalarda (Getz, 2000; Hall vd. 2000) şarap turizmi etkinlikler ve faaliyetler çerçevesinde ele alınmakta ve şarap fabrikaları ya da şaraphaneleri ziyaret etme, şarap festivallerine katılma ve şarap tadımı gibi etkinlikleri içeren bir turizm çeşidi olarak açıklanmaktadır. Öte yandan son yıllarda deneyimin turizm ve gastronomi alanında

yoğunlaşmasıyla birlikte şarap turizmi tanımlamasında deneyim olgusu öne çıkmaktadır. Bu görüşe (Yılmaz & Şahin, 2023) göre şarap turizmi, turistlerin şarap destinasyonlarını ziyaretleri esnasında şarap turizmi ürünlerine yönelik yaşadıkları deneyim sürecini (öncesi, esnası ve sonrası) içermektedir.

Araştırmacıların şarap turizmine yönelik giderek artan ilgisi, hem arz hem de talep açısından bu konuya yönelik gerçekleştirilen çalışmaların çeşitlilik göstermesine yol açmaktadır. Arz odaklı çalışmalarda şarap turizminin markalaşması (Scorrano, Fait, Maizza & Vrontis, 2019) veya pazarlama süreçleri (Canovi & Pucciarelli, 2019), işletmecilerin şarap ya da bağ rotalarına ilişkin görüşleri (Ergüven, 2015; Duran, Eryücel & Özcan, 2018; Festa, Shams, Metallo & Cuomo, 2020), paydaşların şarap turizmine ilişkin bakış açıları, (Xu, Barbieri, Anderson, Leung & Rozier-Rich, 2016; Vukovic, Maiti, Vujko ve Shams, 2020), yerel halkın şarap turizmine ilişkin görüşleri (Soydaş & Gürler, 2019) veya girişimcilik faaliyetleri (Güzel, Ehtiyar & Ryan, 2021) gibi konular incelenmektedir. Aynı zamanda Bozcaada (Çavuşoğlu, 2012), Giresun (Karakayalı & Kanca, 2021), Kapadokya (Kılıçhan & Birdir, 2014; Katlav, Yönet Eren & Tuna, 2019), Manisa (Arslan Ayazlar & Öngider, 2018), Şirince (Var, Kaplan & Yurt, 2006), Tekirdağ (Eren, 2021) gibi belirli bir destinasyonun ya da Türkiye'nin (Türker ve Alaeddinoğlu, 2016) şarap turizmi potansiyelinin nasıl geliştirilebileceği sorusuna cevap aranmaktadır. Son olarak şarap turizmi ile gastronomi turizmi (Macionis & Cambourne, 2002), özel ilgi turizmi (Yılmaz & Akay, 2020), tarım turizmi (Türkben, Gül & Uzar, 2012; Erdoğan, 2021) veya sürdürülebilir turizm (Zamarreño-Aramendia, Cruz-Ruiz & de la Cruz, 2021; Süer & Keskin, 2023) arasındaki ilişkiye değinilmektedir.

Talep odaklı çalışmalarda ise şarap turistlerinin algılamaları ve tutumları (Charters & Ali Knight, 2002; Doğan, Güney & Göller, 2016), tercihleri (Sırıklı, Laçın & Özkanlı, 2022), motivasyonları (Alant & Bruwer, 2004), deneyimleri (Akdağ, 2015; Saayman & van der Merwe, 2015; Madeira vd., 2019; Santos, Ramos, Almeida & Santos, 2019; Gu, Qui, King, & Huang, 2020; Brochado, Stoleriu & Lupu, 2021; Carvalho, Kastenholz & Carneiro, 2021; Soylu, 2022), memnuniyet (Oyan & Akdağ, 2020) ve destinasyonu ziyaret etme, tavsiye etme ya da yerel şarapları satın alma gibi davranışsal niyetleri (Santos, Caldeira, Santos, Oliveira & Ramos, 2019; Pelegrín-Borondo, Olarte-Pascua & Oruezabala, 2020; Wu & Liang, 2020; Wen & Leung, 2021; Leri & Theodoridis, 2021) ölçülmektedir. Öte yandan şarap turistlerinin sınıflandırılması (Nella ve Christou, 2021) veya profilinin belirlenmesine (Demirkol, Salha & Cinnioğlu, 2016; Gu & Huang, 2019) dair girişimlerde de bulunmaktadır.

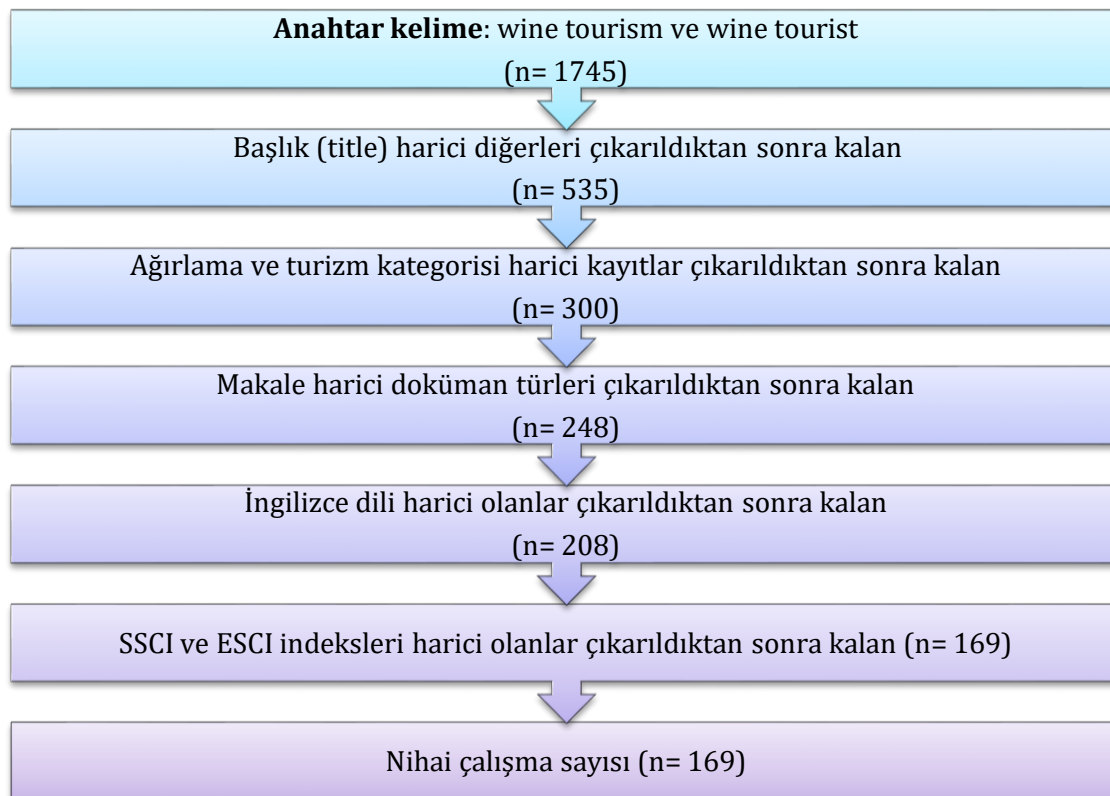
Belirli bir alan veya konu ile ilgili bilimsel çalışmaların nitelik ve nicelik açısından değerlendirilmesi ve söz konusu alanın gelişiminin ortaya koyulması için bibliyometri araştırmaları, sistematik derleme ya da meta sentez çalışmaları sıklıkla gerçekleştirilmektedir (Kozak, 2001; Yılmaz, 2017; Okumus, Koseoglu & Ma, 2018; Şahin & Yılmaz, 2022). Bu tür çalışmalar dergi, kitap, makale, bildiri gibi çeşitli bilimsel yayınlara ilişkin belirli özelliklerin analiz edilmesi esasına dayanmaktadır (Hall, 2011; Koseoglu, Mehraliyev & Xiao, 2019). Bu bilgiler ışığında şarap turizmi olgusunu daha kapsamlı anlayabilmek ve bütüncül bir bakış açısı geliştirebilmek için ana akım yazında gerçekleştirilen çalışmaların nicelik ve nitelik açısından incelenmesi ve değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Böylece araştırmacılar gerek söz konusu alanın ya da konunun gelişim sürecini görebilmekte gerekse gelecek araştırmalar için çıkarımlar yapabilmektedir.

## Yöntem

Turizm alanyazınında 2002-2023 yılları arasında şarap turizminin gelişim sürecini ortaya koymak amacıyla hazırlanan bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımından yararlanılmaktadır. Veriler doküman incelemesi tekniğiyle

toplanmakta ve elde edilen dokümanlar VOSviewer programı aracılığıyla analiz edilmektedir. Scopus ve PubMed gibi diğer veri tabanlarıyla karşılaştırıldığında WoS veri tabanının birtakım üstün yönleri bulunmaktadır. WoS hakemli dergi yayınlarına ve bibliyografik bilgilere erişim sağlayan (Fang, Yin & Wu, 2018), sertifikalı bilgi üreten bir değerlendirme süreci olan (Ramos-Rodriguez & Ruiz-Navarro, 2004) ve yaklaşık 21 binin üzerinde yüksek etki düzeyine sahip dergiyi bünyesinde barındıran (López-Bonilla & López-Bonilla, 2021) kapsamlı bir veri tabanı olma özelliği taşımaktadır. Gastronomi ve şarap ile ilgili gerçekleştirilen bibliyografya çalışmalarında (Okumus, Koseoglu & Ma, 2018; Gómez vd., 2019; Nave, do Paço & Duarte, 2021; Şahin & Yılmaz, 2022) sıklıkla WoS veri tabanı kullanıldığı için bu çalışmada da veri kaynağı olarak WoS tercih edilmektedir.

Araştırmacılar, incelenen konuya dair belirli bir çerçeve çizmek amacıyla çeşitli dâhil etme ve hariç tutma kriterleri belirleyebilmektedir (Aladag, Koseoglu, King & Mehraliyev, 2020). Bu çalışmada da söz konusu yayınlara erişim sağlamak amacıyla birtakım parametrelerden yararlanılmaktadır: (i) “wine tourism (şarap turizmi)” veya “wine tourist (şarap turisti)” anahtar kelimeleri seçilmiş ve sadece başlıklar kısmında arama yapılmıştır. (ii) WoS veri tabanında bulunan kategoriler bölümünde sadece ağırlama, boş zaman, spor ve turizm alanı işaretlenmiştir. (iii) doküman türü olarak sınırlı katkı sunması nedeniyle konferans bildirileri, kitap bölümleri, editör notları, kitap incelemeleri gibi kaynaklar hariç tutulurken (Jang & Park, 2011); yalnızca makaleler dâhil edilmiştir. (iv) dil olarak İngilizce tercih edilmiştir. (v) Son aşamada Social Sciences Citation Index (SSCI) ile bu indeksin önemli bir tamamlayıcısı olarak kabul edilen (Somoza-Fernandez, Rodriguez-Gairin & Urbano, 2018), bölgesel olarak gelişen dergileri içeren ve geniş araştırma alanı sunan (Huang, Zhu, Lv, Porter, Robinson & Wang, 2017) Emerging Sources Citation Index (ESCI) indekslerinden faydalanılmıştır.



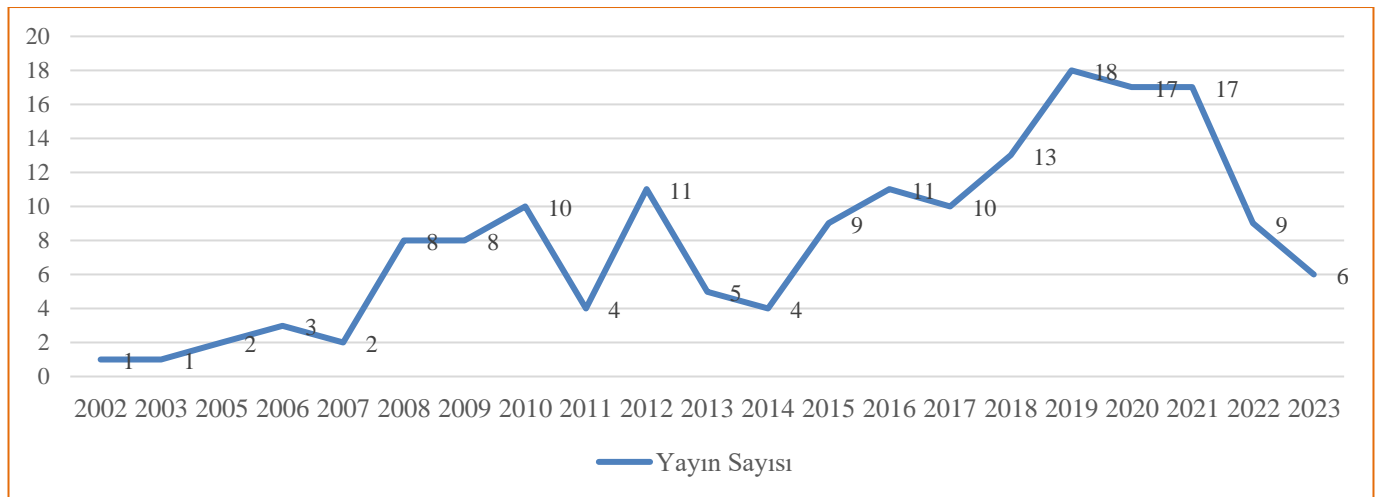
**Şekil 1.** Veri Toplama Süreci

Tüm bu bilgiler ışığında veriler, 10-17 Nisan 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. İlk aşamada şarap turizmi ve şarap turisti anahtar kelimelerine bağlı olarak 1745 makale tespit edilmiş; sadece başlıklarda arama yapıldıktan sonra 535 makaleye ulaşılmış; ağırlama, boş zaman, spor ve turizm alanı kategorisinin seçilmesiyle 300 makaleye erişim sağlanmış ve doküman türü olarak makale işaretlenince 248 çalışmaya indirilmiştir. Aynı zamanda İngilizce dilinin tercih edilmesiyle 208 ve son olarak SSCI ve ESCI indekslerinin dâhil edilmesiyle analizlere 169 makale ile devam edilmiştir.

Bibliyometrik verileri değerlendirmek, analiz etmek, haritalamak veya görselleştirmek için BibExcel (Persson et al., 2009), R Studio (Çırak, 2022; Yılmaz & Çırak, 2022), CiteSpace (Chen, 2004) ya da VOSviewer (van Eck ve Waltman, 2010) gibi çeşitli programlar kullanılmaktadır. Diğer bibliyometrik analiz programına kıyasla VOSviewer hem verilerin hızlı bir şekilde incelenmesine hem de görsel olarak haritalandırılmasına olanak sağlamaktadır. Bu çalışmada da turizm yazınındaki şarap turizmi araştırmalarının analizini gerçekleştirmek amacıyla VOSviewer programı benimsenmektedir.

## Bulgular

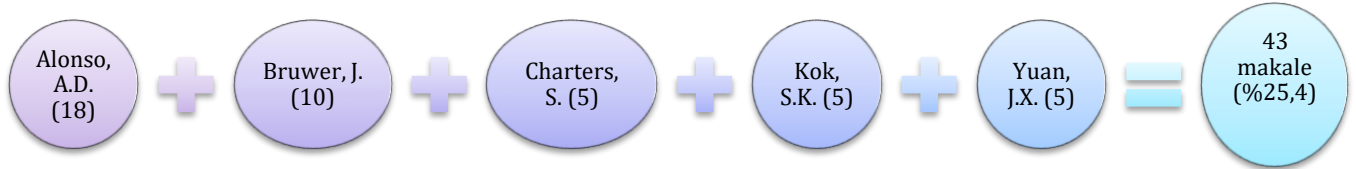
Turizm yazınında 2002-2023 yılları arasında şarap turizmi ile ilgili 169 makalenin yayınlandığı göze çarpmaktadır. Charters ve Ali-Knight (2002) tarafından kaleme alınan ve Tourism Management dergisinde yayınlanan konuyla ilgili ilk çalışmada Avustralya'da şaraphaneleri ziyaret eden turistlerin sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu çalışmada şaraba olan ilgilerine göre turistler şarap severler (wine lover), şarap uzmanları (the connoisseur), şarap ile ilgili olanlar (wine interested) ve şarap acemileri (wine novice) şeklinde dört gruba ayrılmaktadır. Söz konusu çalışmayı takiben aynı dergide Bruwer (2003) tarafından Güney Afrika'da şarap rotaları ile şarap turizmi ilişkisini araştırmak ve bu şarap rotalarında sunulan şarap turizmi ürünlerini tespit etmek amacıyla hazırlanan çalışma yayınlanmaktadır. Şarap turizmine ilişkin 2002 ile 2023 yılları arasında yayınlanan makalelerin gelişimi Şekil 2'de yansıtılmaktadır.



Şekil 2. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı (2002-2023)

Şarap turizmi çalışmalarını erken dönem (2002-2014) ve gelişme dönemi (2015-2023) olmak üzere iki dönemde incelemek mümkündür. Toplam makalelerin yaklaşık % 35'ini oluşturan erken dönem çalışmalarda ağırlıklı olarak şarap turizminin talep yönü ele alınmakta ve şarap turistlerinin tipolojileri (Houghton, 2008; Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2009), algılamaları (Cohen ve Ben-Nun, 2009), motivasyonları (George, 2006), deneyimleri (Getz

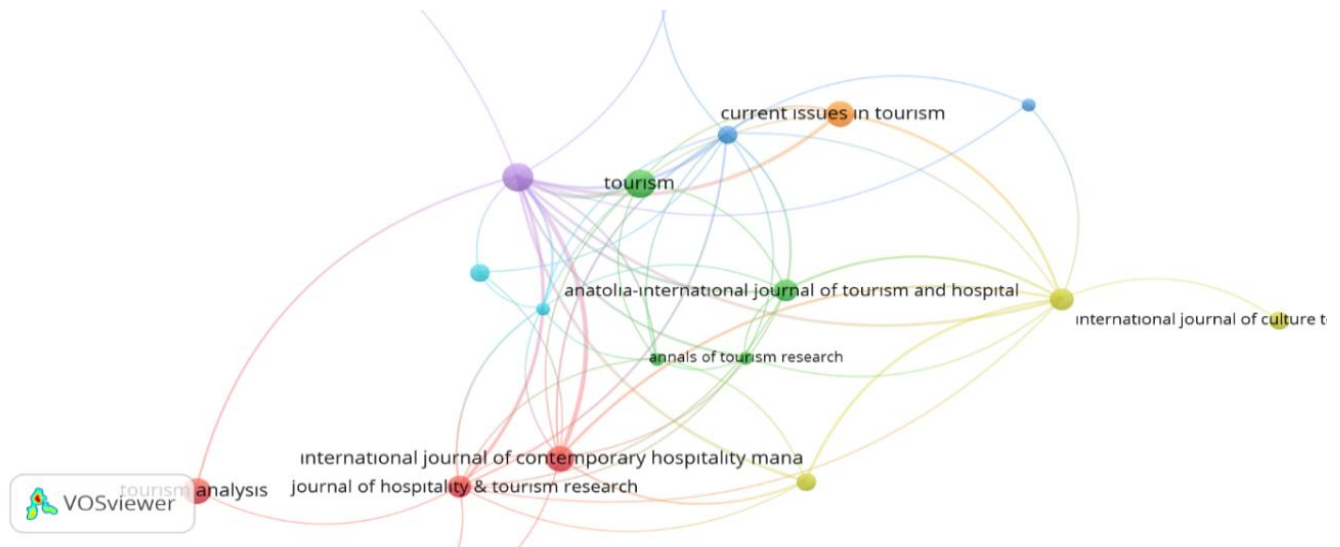
& Carlsen, 2008; Pikkemaat, Peters, Boksberger & Secco, 2009), memnuniyet ve davranışsal niyetleri (Sparks, 2007; Yuan, Morrison, Cai & Linton, 2008; Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2009) gibi konular araştırılmaktadır. Öte yandan 2015 yılı itibariyle şarap turizmi çalışmalarının ivme kazandığı ve son yıllarda giderek artış gösterdiği dikkat çekmektedir. Son yıllarda gerçekleştirilen çalışmalarda ise şarap turizmi ve sürdürülebilirlik ilişkisi (Robinson, 2021; Sun & Drakeman, 2022), birlikte yaratma deneyimi (co-creation) (Carvalho, Kastenholz & Carneiro, 2021; Rachão, Breda, Fernandes & Joukes, 2021) ya da Covid-19 pandemisinin şarap turizmine etkileri (Kastenholz, Cunha, Cunha, Barroco, Pereira, Carneiro & Lane, 2022; Guedes, Niklas, Back & Rebelo, 2023) gibi konulara değinilmektedir.



Şekil 3. Yazarlara Göre Yayın Sayılarının Dağılımı

Not: Yayın sayısı beş ve üzeri olan yazarlar dikkate alınmıştır.

Elde edilen bulgulara göre yayınlanan makalelere 343 yazarın katkı sağladığı dikkat çekmektedir. Başka bir anlatımla yazar sayısının fazla olması, şarap turizminin farklı bakış açıları çerçevesinde ele alındığını göstermektedir. Şarap turizmi konusunda en üretken yazarlar olarak Alonso, A.D. (18 çalışma) ve Bruwer, J. (10 makale) ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda Alonso'nun çalışmalarında şarap turizmi hem arz hem de talep yönüyle değerlendirilmektedir. Söz gelimi, arz açısından şaraphane işletmecilerinin şarap turizmi ile ilgililikleri (Alonso & Liu, 2010) veya şarap turizmi destinasyonun pazarlanması (Alonso, Kok, Vu & O'Brien, 2022) gibi konular araştırılmaktadır. Diğer taraftan talep bağlamında ise ziyaretçilerin yerel şarap tercihleri ve deneyimleri (Alonso, 2009; Alonso & Kok, 2020) ya da şarap turizmi ile ilgililik düzeyi (Alonso, 2019) gibi çalışmalara odaklanılmaktadır. Bu yazarları beşer makale ile Charters, S., Kok, S.K. ve Yuan, J.X. takip etmektedir. Hal böyle olunca söz konusu yazarlar toplam makalelerin % 25,4'üne katkı sağlamaktadır. Son olarak Bressan, A., Getz, D., Gomez, M., Gu, Q.S., Huang, S.S., Mitchell, R., Molina, A. ve Ramos, P. gibi yazarlar dörder makaleyle öne çıkmaktadır.



Şekil 4. Dergilere Göre Yayın Sayılarının Dağılımı

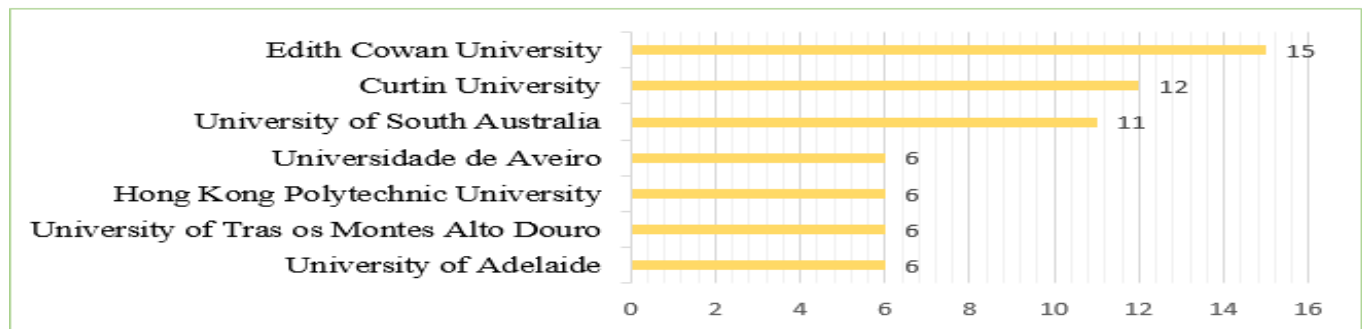
Hem destinasyonlar hem de turistler ve ziyaretçiler tarafından şarap turizmine olan ilginin artmasıyla birlikte turizm yazınında da araştırmacıların kaleme aldığı yayınlar dergiler tarafından oldukça rağbet görmektedir. Şarap turizmi ile ilgili 169 makalenin 46 farklı dergide yayınlandığı göze çarpmaktadır. Bu çerçevede söz konusu alanda en verimli dergiler sıralamasında Tourism Analysis (% 7,1), International Journal of Tourism Research ve Tourism Management (% 6,5) ilk sıralarda yer almaktadır. Bu dergileri 9 makale ile Current Issues in Tourism ve Tourism: An International Interdisciplinary Journal izlemektedir. Şarap turizmine ilişkin beş ve üzeri makale yayınlayan dergiler Tablo 1’de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Dergilere Göre Yayın Sayıları ve Yüzdeleri

Dergi	Yayın Sayısı	Yayın Yüzdesi
Tourism Analysis	12	7,10
International Journal of Tourism Research	11	6,50
Tourism Management	11	6,50
Current Issues in Tourism	9	5,32
Tourism: An International Interdisciplinary Journal	9	5,32
Journal of Travel & Tourism Marketing	7	4,14
International Journal of Contemporary Hospitality Management	6	3,55
Journal of Destination Marketing & Management	6	3,55
Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural	6	3,55
Tourism and Hospitality Research	6	3,55
Tourism Recreation Research	6	3,55
Tourism Review International	6	3,55

Not: Yayın sayısı altı ve üzeri olan dergiler dikkate alınmıştır.

Bulgular, şarap turizmine ilişkin yayınlanan makalelere 223 farklı üniversiteden araştırmacının katkı sağladığını işaret etmektedir. En fazla katkı sağlayan üniversiteler sıralamasında Edith Cowan University (% 8,8), Curtin University (% 7) ve University of South Australia (% 6,5) ilk üç basamakta yer almaktadır. Bu üniversiteleri % 3,5 yayın oranına sahip Royal Melbourne Institute of Technology takip etmektedir. Başka bir anlatımla söz konusu çalışmaların neredeyse dörtte biri Avustralya’da eğitim-öğretim faaliyetlerine devam eden üniversiteler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu durum önemli bir şarap turizmi destinasyonu olan Avustralya’da uygulamacılar ve pazarlamacıların yanı sıra araştırmacıların da bu konuya destek verdiğini gözler önüne sermektedir.



**Şekil 5.** Kurumlara Göre Yayın Sayılarının Dağılımı

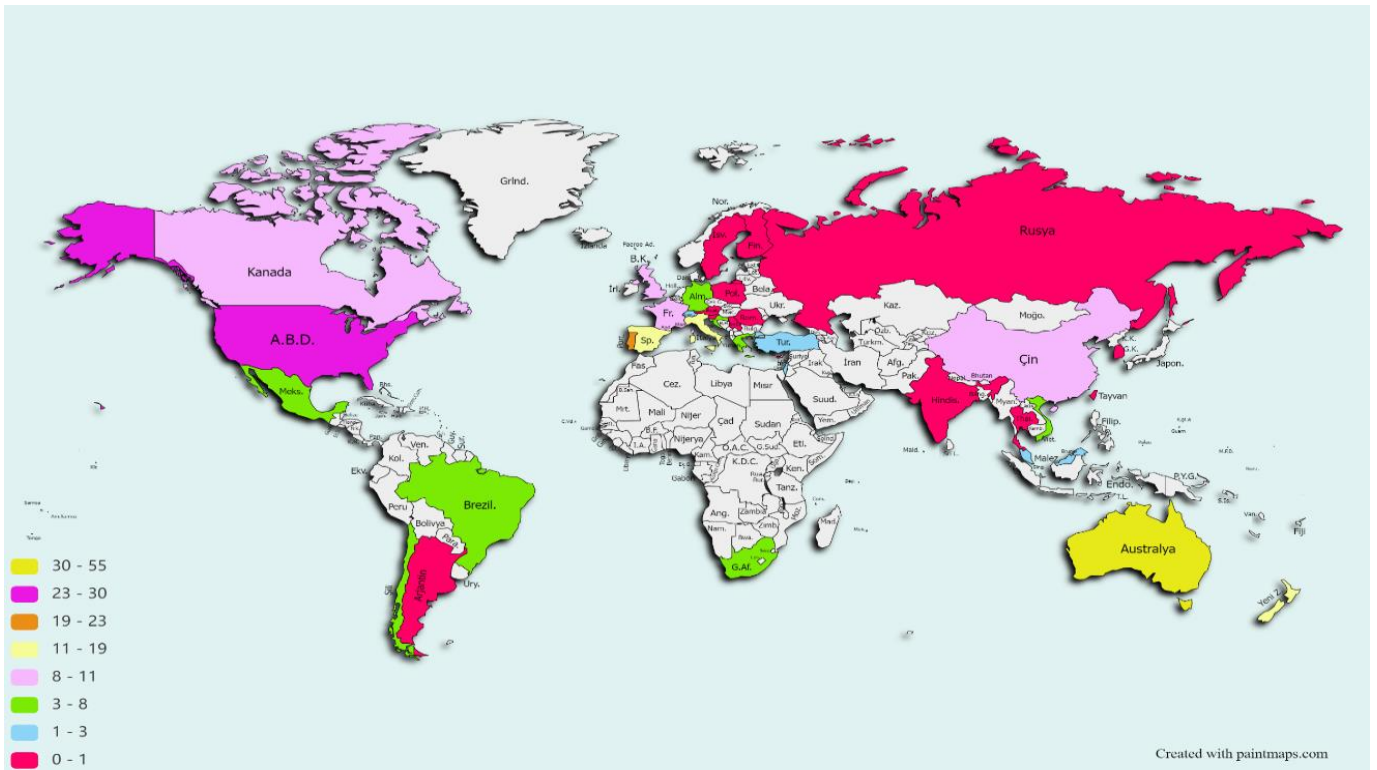


Not: Yayın sayısı altı ve üzeri olan kurumlar dikkate alınmıştır.



Şekil 6. Yayın Sayısına Göre En Verimli Üniversiteler

Ülkelere göre yayın analizi, şarap turizmi alanındaki etkili ülkelerin dağılımını göstermektedir. Şarap turizmi ile ilgili en fazla katkıda bulunan ülkelerin görselleştirilmesinde Paintmaps.com uygulaması kullanılmakta ve ülke dağılımları Şekil 7’de gösterilmektedir. Şarap turizmi ile ilgili makalelere 37 farklı ülkeden destek verilmektedir. Bu bağlamda ilgili konuya ilişkin en yüksek yayına sahip ülke olarak Avustralya ( $f= 55$ ) ön plana çıkmaktadır. Bu ülkeyi Amerika Birleşik Devletleri ( $f= 30$ ), Portekiz ( $f= 23$ ), İspanya ( $f= 19$ ) ile İtalya ve Yeni Zelanda ( $f= 12$ ) takip etmektedir. Söz gelimi, şaraphaneleri ziyaret eden Çinli turistlerin şarapla ilgililik düzeyleri (Gu, Zhang, King ve Huang, 2018), Çinli şarap turistlerinin profilinin belirlenmesi (Gu ve Huang, 2019) ve şarap turistlerinin davranışsal niyetlerinin tespit edilmesi (Sparks, 2007) gibi bazı çalışmalar şarap turizmi destinasyonu olan Avustralya’da gerçekleştirilmektedir. Özetlemek gerekirse şarap turizmi ile ilgili yayınların dünya genelinde şarap turizmi destinasyonu olarak bilinen ülkelerde daha sık incelendiğini söylemek mümkündür. Böylece elde edilen bulgular da destinasyon pazarlama örgütleri tarafından Avustralya, Amerika, Portekiz gibi ülkelerin şarap turizmi destinasyonu olarak tanıtılması ve pazarlanmasına önemli bir dayanak teşkil etmektedir.

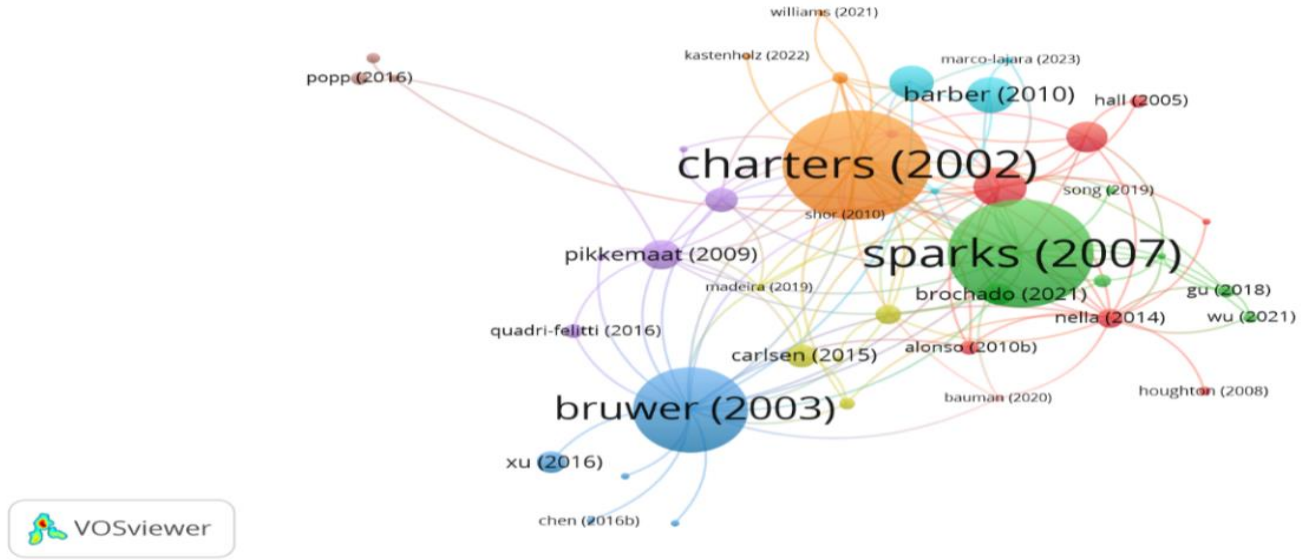


Şekil 7. Ülkelere Göre Yayın Sayılarının Dağılımı

Şarap turizmine ilişkin en çok atıf alan yayınların belirlenmesinde düğüm boyutları esas alınmaktadır. Asgari atıf sayısı 100 ve üzeri olan dokuz adet makalenin olduğu tespit edilmiştir. Tablo 2’den anlaşılabacağı üzere en fazla atıf alan ilk üç yayın sıralamasında Getz ve Brown (2006) ( $f= 404$ ), Charters & Ali-Knight (2002) ( $f= 336$ ) ile Sparks



(2007) (f= 330) yer almaktadır. Söz konusu üç çalışmanın atıflarda üst sıralarda olmasının nedeninin erken dönem gerçekleştirilen çalışmalar arasında yer almasına bağlı olduğu düşünülmektedir. Benzer biçimde yıllık ortalama atıf sayısı incelendiğinde Getz ve Brown (2006) tarafından Kanada’da ziyaretçilerin şarap turizmine olan taleplerini araştıran çalışmanın ilk sırada yer aldığı dikkat çekmektedir. Bu makaleyi takiben Avustralya’da şarap turistlerinin davranışsal niyetlerini planlı davranış kuramı çerçevesinde ele alan Sparks (2007) ile yiyecek ve şarap festivaline katılan ziyaretçilerin duyguları, memnuniyeti ve davranışsal niyetlerini test eden Mason ve Paggiaro (2012) gelmektedir.



Şekil 8. Yayınlar Göre Atıf Sayılarının Dağılımı

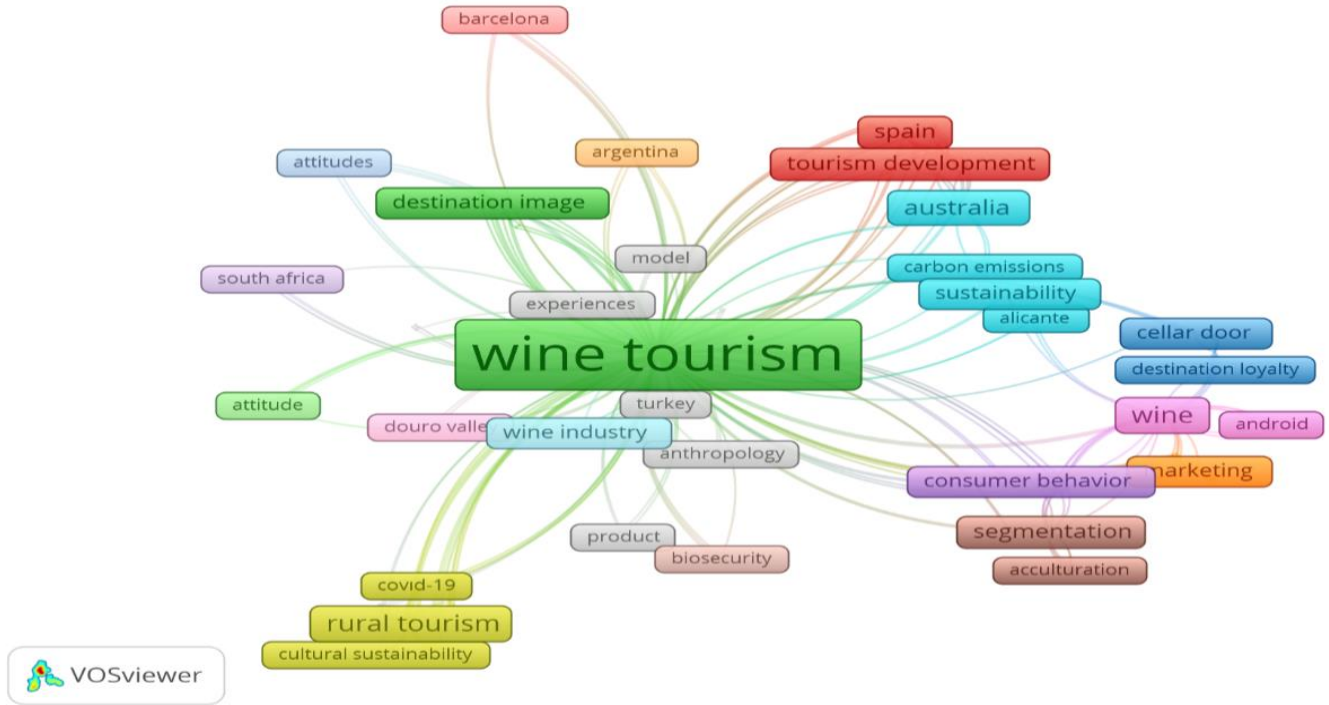
Tablo 2. Yayınlar Göre Toplam ve Yıllık Ortalama Atıf Sayılarının Dağılımı

Yayın	Toplam Atıf Sayısı	Yıllık Ortalama Atıf Sayısı
Getz ve Brown (2006). Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis	404	22,44
Charters ve Ali-Knight (2002). Who is the wine tourist?	336	15,27
Sparks (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions	330	19,41
Bruwer (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product	256	12,19
Mason ve Paggiaro (2012). Investigating the role of festivalscape in culinary tourism: The case of food and wine events	232	19,33
Galloway ve diğerleri (2008). Sensation seeking and the prediction of attitudes and behaviours of wine tourists	140	8,75
Quadri-Felitti ve Fiore (2013). Destination loyalty: Effects of wine tourists' experiences, memories, and satisfaction on intentions	125	11,36
Byrd ve arkadaşları (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services	110	13,75
Mitchell ve Hall (2006). Wine tourism research: The state of play	109	6,06

Not: Atıf sayısı 100 ve üzeri olan yayınlar dikkate alınmıştır.

Anahtar kelimeler, çalışmanın içeriği hakkında bilgi sağlama hususunda önemli bir rol oynamaktadır (Karagöz ve Şeref, 2019). Şarap turizmi ile ilgili yayınlanan makalelerde kullanılan anahtar kelimelerin analiz edilmesi de

mevcut araştırma eğilimleri hakkında bilgi verebilmektedir (Garfield, 1990). Bu bağlamda ilgili çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler şarap turizmi ( $f=37$ ), şarap ( $f=5$ ) ve kırsal turizm ( $f=5$ ) sözcükleridir. Araştırmacılar özellikle şarap turizmi ile öne çıkan destinasyonları da anahtar kelimelerde kullanabilmektedir. Söz gelimi, Avustralya ( $f=4$ ) ve İspanya ( $f=3$ ) anahtar kelimeleri şarap turizmi çalışmalarında tercih edilmektedir. Son zamanlarda tüketici ya da turist davranışlarına ilişkin gerçekleştirilen çalışmaların sayısının artması, deneyim, tutum, algılamalar, görüşler, davranışsal niyet gibi anahtar kelimeleri de beraberinde getirmektedir (Şekil 9).



Şekil 9. Anahtar Kelime Analizi

## Tartışma ve Sonuç

Gastronomi ve şarap ile ilgili ana akım yazında bibliyometrik çalışmaların (Okumus vd., 2018; Gómez vd., 2019; Nave vd., 2021; Şahin & Yılmaz, 2022) sayısı giderek artış göstermektedir. Bu çalışmada da turizm yazınında şarap turizmine ilişkin yayınlanan makalelerin çeşitli ölçütler çerçevesinde incelenmesi ve alanyazına dair bütüncül bir bakış açısı kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda nitel araştırma yaklaşımından faydalanılmakta ve bibliyometrik analiz ile sistematik literatür derlemesi bir arada tercih edilmektedir. Böylece Web of Science veri tabanı üzerinden erişim sağlanan 169 makalenin her biri doküman olarak ele alınmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre turizm yazınında şarap turizmi ile ilgili ilk makalenin 2002 yılında yayınlandığı ve 2015 yılına kadar olan süreçte çalışmaların dalgalanmalar gösterdiği tespit edilmiştir. Bu dönemde gerçekleştirilen çalışmalarda ağırlıklı olarak şarap turistlerinin tipolojileri (Houghton, 2008; Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2009), algılamaları (Cohen & Ben-Nun, 2009), motivasyonları (George, 2006), deneyimleri (Getz & Carlsen, 2008; Pikkemaat vd., 2009), memnuniyet ve davranışsal niyetleri (Sparks, 2007; Yuan vd. 2008; Marzo-Navarro & Pedraja-Iglesias, 2009) gibi talep odaklı konular yer almaktadır. Aksine son beş yıllık süreçte hem arz hem de talep bakış açısıyla şarap turizminin hızlı bir ivme kazandığı da bilinen bir gerçektir. Küresel bir sorun olan Covid-19 pandemisi ile sürdürülebilirlik olgusu son dönem yapılan şarap turizmi çalışmalarını ciddi bir şekilde etkilemektedir. Söz gelimi, şarap turizminde sürdürülebilirliğin nasıl bir rol oynadığı (Robinson, 2021; Sun & Drakeman, 2022) veya Covid-19

pandemisinin şarap turizmini nasıl etkilediği (Kastenholz vd., 2022; Guedes vd., 2023) sorusuna yanıt aranmaktadır. Dolayısıyla bu durum turizm yazınında şarap turizmine ilgi duyan araştırmacıların tüketici veya turistlerin hassasiyetleri ve duyarlılıklarını göz ardı etmediğini ortaya koymaktadır. Ancak son iki yıllık süreçte turizm yazınında şarap turizmi ile ilgili çalışmaların sayısında düşüş yaşandığı da bilinmektedir (Kotur, 2023). Bu durumun nedeni olarak şarap olgusunun çok disiplinli bir yapıya sahip olması ve farklı araştırma alanları (yönetim, gıda güvenliği gibi) çerçevesinde ele alınması gibi hususlardan kaynaklanabilmektedir.

En verimli yazarlar incelendiğinde toplam makale sayısının neredeyse iki katı kadar yazarın katkı sağladığı göze çarpmaktadır. Her ne kadar turizm yazınında gerçekleştirilen çalışmalar ele alınsa da yazarların çeşitli disiplinler ve çalışma alanlarından olması araştırılan konuların çeşitlilik göstermesine yol açmaktadır. Daha açık bir anlatımla yazar sayısının fazlalığı (Durán-Sánchez vd., 2017; Amarando vd., 2019) şarap turizmi yazınının farklı görüşler doğrultusunda şekillenmesini de beraberinde getirmektedir. Söz gelimi, verimlilik açısından ilk iki sırada yer alan Alonso, A.D. ile Bruwer, J. işletme ve yönetim alanlarında çalışmalarını yürütmektedir. Bu durum da farklı alandan araştırmacıların bakış açısıyla şarap ve turizmin bütünleştirilmesine imkân sağlamaktadır.

En üretken dergiler göz önüne alındığında 46 farklı derginin olması şarap turizminin oldukça popüler bir konu olduğunu ve editörler tarafından rağbet gördüğünü gözler önüne sermektedir. Hatta söz konusu çalışmaların neredeyse yarısının etki değeri yüksek olan dergilerde yayınlanması konunun ne kadar özgün ve yeni olduğuna da işaret etmektedir. Çok yazarlılığa benzer biçimde en fazla katkı sağlayan üniversitelerin de çeşitlilik göstermesi şarap turizmi konusuna farklı coğrafyalardan ilgi olduğunu yansıtmaktadır. Bu üniversitelerin şarap turizmi destinasyonu olarak bilinen bölgelerde (Avustralya gibi) konumlanması da dikkate değer bir bulgu olarak göze çarpmaktadır. Benzer biçimde (Durán-Sánchez vd., 2017; Amarando vd., 2019; Gómez vd., 2019) şarap turizmine konu olan ülkeler sıralamasında da Avustralya, Amerika ve Portekiz ön plana çıkmaktadır. Anahtar kelime analizlerine bakıldığında ise erken dönem çalışmalarda ağırlıklı olarak şarap ve şarap turizmi gibi sözcükler kullanılırken (Triantafyllou vd., 2021); son dönemlerde ise turist veya ziyaretçilerin şarap turizmine ilişkin deneyimleri, tutumları, algılamaları, görüşleri ve davranışsal niyetleri anahtar kelime (Kotur, 2023) olarak sıklıkla tercih edilmektedir.

Çalışmanın teorik ve pratik çıkarımlarından da bahsetmek gerekmektedir. Ulusal yazın göz önüne alındığında bağcılık turizmi (Karabulut & Akyürek, 2022) veya şarap turizmi (Kasaroğlu vd., 2021) gibi bibliyometrik çalışmaların gerçekleştirildiği; ancak söz konusu çalışmalarda Türkçe dilinde hazırlanan makale, tez, bildiri, kitap bölümü gibi yayınların belirli kıstaslar dahilinde incelendiği göze çarpmaktadır. Her ne kadar bu tür çalışmalar gerçekleştirilmiş olsa da WoS veri tabanında yer alan ve sertifikalı bilgi üretme sürecine tabi olan makalelere ilişkin bibliyometrik ve sistematik temelli bir araştırmanın yok denecek kadar az olduğu bilinmektedir. Hem bu araştırma boşluğunu doldurmak hem de araştırmacılara yol göstermek amacıyla WoS veri tabanında turizm alanında yer alan şarap turizmi çalışmalarının incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Böylece bu çalışmanın turizm yazınında şarap turizmini ele alan ilk araştırmalardan biri olma özelliği taşıdığı düşünülmektedir.

İkinci olarak şarap turizmine ilişkin bütüncül bir çerçeve çizilmesini amaçlayan bu çalışma ile ortaya çıkan araştırma temaları ve olası çalışma konularının alanyazına katkı sağlayabileceği öngörülmektedir. Aynı zamanda çalışmada en verimli yazarlar, en üretken dergiler, en fazla katkıda bulunan kurumlar ve ülkeler ile anahtar kelimelerin belirlenmesi teorik bir katkı olarak değerlendirilebilmekte ve gelecek araştırmacılar için yol gösterebilmektedir. Son yıllarda şarap turizminin sürdürülebilirlik ve deneyim odaklı ele alındığı ve etki değeri

yüksek dergiler tarafından bu konuların yayınlandığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda talep açısından özellikle şarap turistlerinin yaşadıkları deneyimleri anlamaya yönelik çalışmalara ihtiyaç olduğu bilinen bir gerçektir. Benzer biçimde arz açısından da şarap destinasyonlarının hem sürdürülebilirliği hem de rekabetçiliğinin altında yatan unsurları belirlemeye yönelik keşfedici çalışmaların gerçekleştirilmesi gerekliliği ön plana çıkmaktadır.

Öte yandan Avustralya, Amerika, Portekiz, İspanya ve Fransa gibi yerel şarapları ile kendilerine özgü bir gastronomik kimlik yaratarak rakiplerinden farklılaşma çabası içerisine giren ülkelerde şarap turizminin bilimsel açıdan da ele alınması şarap turizmi destinasyonu olduklarına ilişkin güçlü bir dayanak teşkil etmektedir. Hatta dünyanın en büyük beşinci şarap üreticisi olan Avustralya'yı yıllık sekiz milyon civarında turistlerin seyahat ettiği vurgulanmaktadır (Marco-Lajara vd., 2023). Daha açık bir anlatımla destinasyon pazarlama ve yönetim ofisleri tarafından destinasyonun pazarlanması ve tanıtılmasında kullanılabilecek olası şarap turizmi ürünleri bilim insanları tarafından öncelikle araştırmalara konu olmakta ve bu sürecin ardından turistler veya tüketiciler için cazibe unsuru haline getirilmektedir. Hal böyle olunca şarap turizmi destinasyonu olma yolunda ilerleyen ülkelerde söz konusu alan ile ilgili araştırmaların yapılması ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla hem destinasyonlar araştırmacıları bu konuda teşvik edebilir hem de bilim insanlarının çalışmalarını gerçekleştirebilmeleri adına kaynak sağlanabilir.

Bu araştırmanın birtakım kısıtları ve sınırlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak bu çalışmada sadece turizm alanında yayınlanan şarap turizmi makaleleri incelenmektedir ve bu nedenle yönetim, işletme, ekonomi, sosyoloji, çevre gibi farklı disiplinlerle gerçekleştirilen çalışmalar da göz önüne alınarak daha kapsamlı bir araştırma yapılabilir. Benzer biçimde yalnızca Web of Science veri tabanı üzerinden erişim sağlanan makaleler dikkate alınırken ileriki araştırmalarda Scopus gibi diğer veri tabanları da dâhil edilerek çalışmanın kapsamı genişletilebilir. Böylece daha geniş bir makale ağı üzerinden şarap turizmi yazını değerlendirilebilir.

## Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

## KAYNAKÇA

- Akdağ, G. (2015). Trakya bağ rotasını takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 3-11.
- Aladag, O. F., Koseoglu, M. A., King, B. & Mehraliyev, F. (2020). Strategy implementation research in hospitality and tourism: current status and future potential. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102556.
- Alant, K. & Bruwer, J. (2004). Wine tourism behavior in the context of a motivational framework for wine regions and cellar doors. *Journal of Wine Research*, 15(1), 27-37.
- Alonso, A. D. (2009). Wine, tourism and experience in the Canary Islands' context. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 57(1), 7-22.
- Alonso, A. D. & Liu, Y. (2010). Wine tourism development in emerging Western Australian regions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 245-262.

- Alonso, A. D. & Kok, S. K. (2020). Identifying key wine product and wine tourism attributes in an ultra-peripheral wine region: implications for wine consumers and wine tourism. *Tourism Recreation Research*, 45(4), 469-484.
- Alonso, A. D., Kok, S., Vu, O. T. K. & O'Brien, S. (2022). Reconfiguring an established wine tourism destination: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/15256480.2022.2055691>
- Alonso, A.D. (2019), Are travellers interested in wine tourism in New Zealand?. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3(1), 13-24.
- Amarando, M., Assenov, I. & Visuthismajarn, P. (2019). A systematic review of sustainable wine tourism research in Asia 2000-2018. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-24.
- Arslan Ayazlar, R. A. & Öngider, M. U., (2018). Manisa'nın şarap turizmi ile markalaşmasında üzüm üreticilerinin tutumu. *Gastroia: Journal of Tourism and Travel Research*, 2(2), 104-118.
- Brochado A., Stoleriu O. & Lupu C. (2021). Wine tourism: A multisensory experience, *Current Issues in Tourism*, 24(5), 597-615.
- Bruwer, J. (2003). South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product. *Tourism Management*, 24(4), 423-435.
- Canovi, M. & Pucciarelli, F. (2019). Social media marketing in wine tourism: winery owners' perceptions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(6): 653-664.
- Carvalho, M.; Kastenholz, E. & Carneiro, M.J. (2021). Interaction as a central element of co-creative wine tourism experiences - Evidence from Bairrada, a Portuguese wine-producing region. *Sustainability*, 13, 9374
- Charters, S. & Ali-Knight J. (2002). Who is the wine tourist? *Tourism Management* 23, 311-319.
- Cohen, E. & Ben-Nun, L. (2009). The important dimensions of wine tourism experience from potential visitors' perception. *Tourism and Hospitality Research*, 9(1), 20-31.
- Çavuşoğlu, M. (2012). Bozcaada üzüm tarımı turizmi ve elektronik tatil tasarım site uygulaması. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 49-54.
- Çırak, K. (2022). *Slow food (yavaş yemek hareketi) alanındaki çalışmaların bibliyometrik analizi*. İçinde Arman, A. & Erdem, Ö. (Eds.), *Gastronomide Bibliyometrik Çalışmalar* (ss. 94-107). Eğitim Yayınevi.
- Demirkol, C., Salha, H. & Cinnioğlu, H. (2016). Trakya bağ rotasına gelen turistlerin profilinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4): 109-120.
- Doğan, H., Güney, D. & Göller, V., (2016). Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğenilerine yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 137-153.
- Durán-Sánchez, A., Rama, M.C.D.R. & García, J.A. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8-15.
- Duran, E., Eryücel, Ö., & Özcan, Z., (2018). Şarap üretimi ve tüketiminin Türkiye turizmindeki yeri: kadim Anadolu bağ rotası başlangıç noktası olarak Çanakkale örneği. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*, 8(1), 70-83.

- Erdoğan, D. (2021). Agri turizm kapsamında gastronomi festivallerinin bağ ve şarap turizmine etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 57-71.
- Ergüven, M. H. (2015). Gastronomy and wine tourism as a variety of special interest tourism: Thracian vineyard route. *Turkish Studies*, 10(10), 449-464.
- Erhan, K. (2021). Tekirdağ ilinde bağcılık ve bağ turizmi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 26(45), 125-138.
- Fang, Y., Yin, J. & Wu, B. (2018). Climate change and tourism: A scientometric analysis using CiteSpace. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(1), 108-126.
- Festa, G., Shams, S. R., Metallo, G. & Cuomo, M. T. (2020). Opportunities and challenges in the contribution of wine routes to wine tourism in Italy - A stakeholders' perspective of development. *Tourism Management Perspectives*, 33, 100585.
- Garfield, E. (1990). Keywords plus-ISIS breakthrough retrieval method. 1. Expanding your searching power on current-contents on diskette. *Current Contents*, 32, 5-9.
- George, B.P. (2006). Wine tourist motivation and the perceived importance of servicescape: A study conducted in Goa, India. *Tourism Review*, 61(3), 15-19.
- Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development & Destinations*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. & Brown, G. (2006). Critical success factors for wine tourism regions: A demand analysis. *Tourism Management*, 27(1), 146-158.
- Getz, D. & Carlsen, J. (2008). Wine tourism among Generations X and Y. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 56(3), 257-269.
- Gu, Q. & Huang, S.S. (2019). Profiling Chinese wine tourists by wine tourism constraints: A comparison of Chinese Australians and long-haul Chinese tourists in Australia. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 206-220.
- Gu, Q., Qiu Zhang, H., King, B. & Huang, S. (2018). Wine tourism involvement: A segmentation of Chinese tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(5), 633-648.
- Gu, Q., Qiu, H., King, B. E. & Huang, S. (2020). Understanding the wine tourism experience: The roles of facilitators, constraints, and involvement. *Journal of Vacation Marketing*, 26(2), 211-229.
- Guedes, A., Niklas, B., Back, R.M. & Rebelo, J. (2023). Implications of an exogenous shock (COVID-19) on wine tourism business: A Portuguese winery perspective. *Tourism and Hospitality Research*, 23(1), 113-120.
- Güzel, Ö., Ehtiyar, R. & Ryan, C. (2021). The success factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey. *Journal of Rural Studies*, 84, 230-239.
- Hall, C. M. (2011). Publish or perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assesment of research quality in tourism. *Tourism Management*, 32(1): 16-27.



- Hall, C. M., Johnson, G., Cambourne, B., Macionis, N., Mitchell, R. & Sharples, L. (2000). *Wine tourism: An introduction*. İçinde C.M. Hall, L. Sharples, B. Cambourne ve N. Macionis (Eds.), *Wine Tourism Around The World: Development, Management And Markets* (ss. 1-23). Oxford: Elsevier.
- Houghton, M. (2008). Classifying wine festival customers: Comparing an inductive typology with Hall's wine tourist classification. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 2(1), 67-76.
- Huang, Y., Zhu, D., Lv, Q., Porter, A.L., Robinson, D.K.R. & Wang, X. (2017). Early insights on the emerging sources citation index (ESCI): an overlay map-based bibliometric study. *Scientometrics*, 111(3), 2041-2057.
- Jang, S.S. & Park, K. (2011), Hospitality finance research during recent two decades: subjects, methodologies, and citations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(4), 479-497.
- Karabulut, B. & Akyürek, S. (2022). Bağcılık ve turizm kapsamında yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2): 490-504.
- Karakayalı, Z. & Kanca, B. (2021). Giresun'da şarap turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1339-1355.
- Kasaroğlu, K., Akdeniz, A., Toktaş, Y., Eris, T. & Kömürcü Sarıbaş, S. (2021). Ulusal alanyazında şarap turizminin değerlendirilmesi ve Türkiye şarap turizminde yeni bir ürün olarak bağ rotaları: Urla bağ yolu örnek olay inceleme. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(12), 172-194.
- Kılıçhan, R. & Birdir, K., (2014). Lezzetin peşinde şarap turizmi: Kapadokya'nın eko-gastronomik potansiyeli. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 111-130.
- Koseoglu, M. A., Mehraliyev, F. & Xiao, H. (2019). Intellectual connections in tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 79, 102760.
- Kotur, A. S. (2023). A bibliometric review of research in wine tourism experiences: Insights and future research directions. *International Journal of Wine Business Research*, 35(2), 278-297.
- Kozak, N. (2001). Türkiye'de turizm pazarlaması literatürünün gelişim süreci: 1972-1999 yılları arasında hazırlanmış lisansüstü tez çalışmaları üzerine biyo-bibliyografik bir inceleme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 26-33.
- Leri, I. & Theodoridis, P. (2021). How do personality traits affect visitor's experience, emotional stimulation and behaviour? The case of wine tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1013-1049.
- López-Bonilla, J. M. & López-Bonilla, L.M. (2021) Leading disciplines in tourism and hospitality research: A bibliometric analysis in Spain. *Current Issues in Tourism*, 24(13), 1880-1896.
- Macionis, N. & Cambourne, B. (2002). Wine and food tourism in the Australian capital territory: Exploring the links. *International Journal of Wine Marketing*, 10(3), 5- 22.
- Madeira, A., Correia, A. & Filipe (2019). Modelling wine tourism experiences. *Anatolia*, 30(4), 513-529.
- Marco-Lajara, B., Martínez-Falcó, J., Millan-Tudela, L. A. & Sánchez-García, E. (2023). Analysis of the structure of scientific knowledge on wine tourism: A bibliometric analysis. *Heliyon*, 9(2), e13363.

- Marzo-Navarro, M. & Pedraja-Iglesias, M. (2009). Wine tourism development from the perspective of the potential tourist in Spain. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(7), 816-835.
- Marzo-Navarro, M. & Pedraja-Iglesias, M. (2009). Profile of a wine tourist and the correspondence between destination and preferred wine: A study in Aragon, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(7), 670-687.
- Nave, A., do Paço, A. & Duarte, P. (2021). A systematic literature review on sustainability in the wine tourism industry: Insights and perspectives. *International Journal of Wine Business Research*, 33(4), 457-480.
- Nella, A. & Christou, E. (2021). Market segmentation for wine tourism: Identifying sub-groups of winery visitors. *European Journal of Tourism Research*, 29, 1-16.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A. & Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64–74.
- Oyan, S. & Akdağ, G. (2020). Farklı şarap destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin mukayesesi: Portekiz ve Türkiye şarap rotaları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2785-2801.
- Pelegrín-Borondo, J., Olarte-Pascual, C. & Oruezabala, G. (2020). Wine tourism and purchase intention: A measure of emotions according to the PANAS scale. *Journal of Wine Research*, 31(2), 101-123.
- Rachão, S.A.S., Breda, Z., Fernandes, C. & Joukes, V. (2021). Food-and-wine experiences towards co-creation in tourism. *Tourism Review*, 76(5), 1050-1066.
- Robinson, D. (2021). Rural wine and food tourism for cultural sustainability. *Tourism Analysis*, 26(2-3), 121-133.
- Saayman, M. & van der Merwe, A. (2015). Factors determining visitors' memorable wine-tasting experience at wineries. *Anatolia*, 26(3), 372-383.
- Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N. & Santos-Pavón, E. (2019), Wine and wine tourism experience: A theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 718-730.
- Santos, V., Caldeira, A. Santos, E., Oliveira, S. & Ramos, P. (2019). Wine tourism experience in the Tejo Region: The influence of sensory impressions on post-visit behaviour intentions. *International Journal of Marketing, Communication and New Media*, 5, 54-75.
- Scorrano, P., Fait, M., Maizza, A. & Vrontis, D. (2019). Online branding strategy for wine tourism competitiveness. *International Journal of Wine Business Research*, 31(2), 130-150.
- Sırıklı, İ. K., Laçin, S. & Özkanlı, O. (2022). Göreme ve Uçhisar'da bulunan restoranları ziyaret eden turistlerin yöresel şarap beğenilerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 321-334.
- Somoza-Fernandez, M., Rodriguez-Gairin, J.M. & Urbano, C. (2018). Journal coverage of the Emerging Sources Citation Index. *Learned Publishing*, 31, 199-204.
- Soydaş, M. E. & Gürler, M., (2019). Şarap turizmine yerel halkın bakış açısı: Hatay örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3) 2274-2293.

- Soylu, Y. (2022). Şarap turizmi destinasyonlarındaki yiyecek içecek işletmelerine yönelik Tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Sinop Üniversitesi Boyabat İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergisi*, 2(1), 81-101.
- Sparks, B. (2007). Planning a wine tourism vacation? Factors that help to predict tourist behavioural intentions. *Tourism Management*, 28(5), 1180-1192.
- Statista (2023). Number of visitors to wineries and wine museums in Spain from 2008 to 2021. <https://www.statista.com/statistics/772444/number-of-visitors-to-the-wineries-and-museums-of-the-wine-routes-in-spain/> (Erişim tarihi: 25.04.2023).
- Süer, S. & Keskin, N. (2023). Sürdürülebilir bağ ve şarap turizmi uygulamaları. *Bahçe*, 52(Özel Sayı 1), 258-268.
- Şahin, A. & Yılmaz, G. (2022). Local food research: A bibliometric review using Citespace II (1970-2020). *Library Hi Tech*, 40(3), 848-870.
- Triantafyllou, G., Toanoglou, M., Eirini, S. & Kaurav, R. P. S. (2020). How Web of Science is shaping the researches on publications on wine tourism: Bibliometric analysis approach. *Journal of Tourism Quarterly*, 2(3-4), 67-78.
- Türkben, C., Gül, F. & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de bağcılığın tarım turizmi (agro-turizm) içinde yeri ve önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 47-50.
- Türker, N. & Alaeddinoğlu, F. (2016). From wine production to wine tourism experience: The case of Anatolia, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 25-37.
- Var, T., Kaplan, M. D. & Yurt, O., (2006). Challenges and opportunities of developing wine tourism in a small community in Turkey. *E-Review of Tourism Research*, 4(1), 9-18.
- Vukovic, D. B., Maiti, M., Vujko, A. & Shams, R. (2020). Residents' perceptions of wine tourism on the rural destinations development, *British Food Journal*, 122(8), 2739-2753.
- Wen, H. & Leung, X. Y. (2021). Virtual wine tours and wine tasting: The influence of offline and online embodiment integration on wine purchase decisions. *Tourism Management*, 83, 104250.
- Wu, G. & Liang, L. (2020). Examining the effect of potential tourists' wine product involvement on wine tourism destination image and travel intention. *Current Issues in Tourism*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1828310>
- Xu, S., Barbieri, C., Anderson, D., Leung, Y. F. & Rozier-Rich, S. (2016). Residents' perceptions of wine tourism development. *Tourism Management*, 55, 276-286.
- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda Bahşiş ile ilgili yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.
- Yılmaz, G. & Çırak, K. (2022). A research agenda for food waste in social sciences. E. Cihangir, A.S. Can ve E. Devidze (Eds.), 6th International West Asia Congress of Tourism Research Proceedings (pp.168-179), Van Yüzüncü Yıl University Press, *Tbilisi, Georgia*, 16-18 June 2022.
- Yılmaz, G. & Şahin, A. (2023). *Antecedents, elements, and outcomes of the wine tourism experience at the destination*. S. K. Dixit (Ed.), Routledge Handbook of Wine Tourism (pp. 460-473), Londra: Routledge.

- Yılmaz, İ. & Akay, E. (2020). Özel ilgi turizminde şarap turizmi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 13(2), 83-94.
- Yuan, J., Morrison, A. M., Cai, L. A. & Linton, S. (2008). A model of wine tourist behaviour: A festival approach. *International Journal of Tourism Research*, 10(3), 207-219.
- Zamarreño-Aramendia, G., Cruz-Ruiz, E. & Ruiz-Romero de la Cruz, E. (2021). Sustainable economy and development of the rural territory: Proposal of wine tourism itineraries in La Axarquía of Malaga (Spain). *Economies*, 9(1), 29.

**A Holistic View of Wine Tourism Research: Mapping with Network Analysis****Gökhan YILMAZ**

Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Isparta/Türkiye

**Ayşe ŞAHİN YILMAZ**

Isparta University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Isparta/Türkiye

**Extended Summary**

It is noteworthy that there are almost no bibliometric studies on wine tourism in both national and international literature. In studies (Kasaroğlu, Akdeniz, Toktaş, Eris & Kömürcü Sarıbaş, 2021; Karabulut & Akyürek, 2022) of national origin, studies such as articles, theses, papers, and book chapters on viticulture or wine tourism are mainly handled within quantitative parameters (publication years, types, numbers, etc.). On the other hand, in international studies, either a specific region (Amarando, Assenov & Visuthismajarn, 2019), a specific time period (Gómez, Pratt, & Molina, 2019) or wine tourism articles published in a specific database such as Scopus (Durán-Sánchez, Rama, & García, 2017) or Web of Science (hereinafter WoS) (Triantafyllou, Toanoglou, Eirini & Kaurav, 2020) are evaluated in general terms. However, it is striking that these studies go beyond being bibliometric studies and are generally carried out within the scope of systematic review studies. From this point of view, the necessity of conducting a study that explores how wine tourism research develops in the hospitality and tourism literature and which topics it includes as a new field of study in WoS, which is a database that includes especially high-impact journals, emerges. In this context, in the present study (i) reviewing the wine tourism researches in the tourism literature between 2002-2023, (ii) determining the authors, journals, institutions and countries that contributed the most to wine tourism research, and (iii) the research status for the field in question. It is intended to be discovered through the keyword network.

A qualitative research approach is used in this study, which was prepared to reveal the development process of wine tourism between 2002-2023 in the tourism literature. The data is collected by document analysis technique and the obtained documents are analyzed through the VOSviewer program. Researchers can determine various inclusion and exclusion criteria in order to draw a specific framework for the subject under investigation (Aladag, Koseoglu, King, & Mehraliyev, 2020). In this study, some parameters are used to access the mentioned publications. To this end, the data were collected between 10-17 April 2023 and 169 articles were accessed for analysis.

In the mainstream literature on gastronomy and wine, the number of bibliometric studies (Okumus et al., 2018; Gómez et al., 2019; Nave et al., 2021; Şahin and Yılmaz, 2022) is gradually increasing. In this study, it is aimed to examine the articles published on wine tourism in the tourism literature within the framework of various criteria and to gain a holistic perspective on the literature. For this purpose, a qualitative research approach is used and bibliometric analysis and systematic literature review are preferred together. Thus, 169 articles accessed through the Web of Science database is handled as a document and analyzed descriptively. According to the findings, it was determined that the first article about wine tourism in the tourism literature was published in 2002 and the studies showed fluctuations in the process until 2015. When the most productive authors are examined, it is striking that the authors contributed almost twice as much as the total number of articles. For example, in the top two in terms of efficiency, Alonso, A.D. and Bruwer, J. are working in the fields of business and management. Considering the most productive journal, the existence of 46 different journals (Durán-Sánchez et al., 2017; Amarando et al., 2019; Gómez

et al., 2019) reveals that wine tourism is a very popular topic and is sought after by editors. The theoretical and practical implications of the study should also be mentioned. It is foreseen that the research themes and possible study topics that emerged with this study, which aims to draw a holistic framework for wine tourism, can contribute to the literature.