



Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Bağ Rotaları: Urla Bağ Yolu Rotasındaki Şarap Evlerine Yönelik Çevrimiçi Yorumların Değerlendirmesi (Vineyard Routes as a Destination Attraction Element: Evaluation of Online Comments about the Wine Houses on the Urla Vineyard Road Route)

* Davut UYSAL^a , Mehmet Sedat İPAR^b 

^a İzmir Katip Çelebi University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, İzmir/Türkiye

^b Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.03.2024

Kabul Tarihi: 29.06.2024

Anahtar Kelimeler

Destinasyon çekiciliği

Şarap rotası

Bağ rotası

Urla

Şarap turizmi

Öz

Şarap rotaları, bağ rotaları ve bu rotalar üzerindeki bağ evleri gibi şarap üretim işletmeleri, bir turizm destinasyonu için rekabet avantajı sağlayan önemli çekicilik unsurlarıdır. Öyle ki bu rota ve işletmelerin varlığı tatil kararı verme aşamasında ziyaretçileri önemli şekilde etkileyebilmektedir. Özellikle gastronomi turizmi çerçevesinde deneyim kazanmak veya var olan deneyimlerini üst boyuta taşımak isteyen ziyaretçiler için bu rotalar ve işletmelerin yeri pozitif olarak ayrılmaktadır. İzmir sahip olduğu turizm çekicilikleri açısından Türkiye'nin en önde gelen turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Önemli bir ilçesi olan Urla'da ise, 2013 yılında oluşturulan "Urla Bağ Yolu Rotası" ve rota üzerinde bulunan şarap evleri, İzmir'in turizm çekiciliğine ekstra bir değer kazandırmıştır. Bu kapsamda bu bağ rotası ve şarap evlerinin destinasyon çekiciliği olarak turistler üzerinde bıraktığı etkinin araştırılması Urla destinasyonu için önemlidir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin internet tabanlı farklı platformları kullanarak, deneyimlerine yönelik olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini ve yorumlarını paylaşmaktadır. Bu çalışmanın amacı Urla ilçesinde ki Urla Bağ Yolu Rotası üzerinde bulunan şarap evlerini ziyaret edenlerin bir seyahat sitesi olan TripAdvisor üzerinden paylaştıkları yorumları inceleyerek, rota üzerinde ön plana çıkan çekicilik unsurlarının özelliklerini belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve rota üzerinde bulunan şarap evlerine yönelik yorumlar içerik analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonuçlarına göre yorumların odaklandığı ortak temalar Urla Bağ Yolu Rotasına yönelik bilgi, tesise yönelik bilgi, tesisin iç ve dış özellikleri, tesise yönelik tavsiye durumu, Urla destinasyonuna yönelik bilgi, ziyaretçi deneyimi ve şikâyet olarak belirlenmiştir. Bu bulgulara göre ilgili alana yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Keywords

Destination attraction

Wine route

Vineyard route

Urla

Wine tourism

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Wine routes, vineyard routes, vineyard houses and wine production businesses on these routes are important attraction elements that provide a competitive advantage for a tourism destination. Therefore, the existence of these routes and businesses can significantly affect visitors when making a holiday decision. These routes and businesses have a positive effect, especially on visitors who want to gain experience within the framework of gastronomy tourism or take their existing experiences to the next level. İzmir is among the leading tourist destinations in Turkey in terms of its tourism attractions. In Urla, an important district of İzmir, the "Urla Vineyard Road Route" was created in 2013 and the wine houses on the route have added extra value to the tourism attractiveness of İzmir. In this context, the Urla destination needs to examine the impact of this vineyard route and wine houses on tourists as a destination attraction. Visitors to the region share their positive or negative evaluations and comments about their experiences using different internet-based platforms. The purpose of this study is to determine the characteristics of the prominent attractions on the route by examining the comments shared by those who visit the wineries on the Urla Vineyard Route on TripAdvisor. Qualitative research method was used in the research and comments about the wine houses on the route were subjected to content analysis. According to the analysis results, the common themes on which the comments focused were determined as information about the Urla Vineyard Road Route, information about the facility, internal and external features of the facility, and recommendation status for the facility, information about Urla destination, visitor experience and complaints. Based on these findings, relevant conclusions have been drawn for the field.

* Sorumlu Yazar

E-posta: davut.uyisal@ikc.edu.tr (D. Uysal)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1443