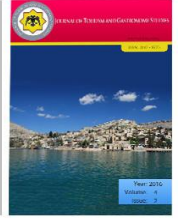




Journal of Tourism and Gastronomy Studies

Journal homepage: www.jotags.org



Turistlerin Douro Vadisi'ne İlişkin Algı ve Beğenilerine Yönelik Bir Araştırma (A Research for Tourist Perceptions and Satisfaction about the Douro Valley)

*Hulusi DOĞAN^a, Derya GÜNEY^a, Vedat GÖLLER^a

^a Muğla Sıtkı Koçman University, Faculty of Tourism, 48000, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:03.01.2016

Kabul Tarihi:30.05.2016

Anahtar Kelimeler

Douro Vadisi

Turist

Memnuniyet

Keywords

Douro Valley

Tourist

Satisfaction

Öz

Bu çalışmanın ana amacı turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeylerini belirlemektir. Bu çerçevede 2015 yılı Nisan ve Mayıs aylarında Douro Vadisi'ni ziyaret eden turistlere yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 267 turistin katıldığı araştırma 2015 yılı Mayıs ayında tamamlanmıştır. Araştırma sonuçları (t-test ve Anova analizleri) turistlerin Douro Vadisi'yle ilişkili 4 adet faktör grubuna yönelik algı ve beğeni düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymuştur.

Abstract

This study aims to measure the perceptions and satisfaction of tourists about the Douro Valley. Tourists, visiting the Douro Valley between April and May in 2015, were included in the research. At the end of the survey completed in May 2015, a total of 267 completed questionnaires were returned. Research results (t-test and a Anova tests) do indicate that there are statistical differences between the perceptions and satisfaction levels of tourists with 4 research factor groups.

* Sorumlu Yazar.

hulusidogan@mu.edu.tr (H. Doğan)

GİRİŞ

Portekiz'in kuzeyine düşen ve Porto şehrinde ülkenin doğu sınırlarına kadar uzanan Douro Vadisi "Güneşin dokunduğu vadi" anlamına gelmektedir. Vadi ismini İspanya'dan doğan ve Porto'dan Atlas Okyanusu'na dökülen Douro Nehri'nden almaktadır. Toplam uzunluğu 897 kilometre olan nehrin 572 kilometresi İspanya, 213 kilometresi de Portekiz topraklarında yer almaktadır. Portekiz'in ünlü Douro Bölgesi de, nehrin Barca d'Alva ve Barqueiros arasında kalan 100 kilometrelik bölümünü çevreleyen yaklaşık 250 bin hektarlık alandan oluşmaktadır. 2001 yılında UNESCO kültür mirası listesine giren bölge yüzlerce yıllık şarap geleneği ve mirasına sahiptir (Stewart, 2015; Le Breton, 2015; Roberts, 2012).

Douro nehri büyüleyici güzelliğiyle kıvrıla kıvrıla akarken, batı yönündeki dağlar nemli havayı, kuzeydeki dağlar da soğuğu keserek üzüm yetiştiriciliği için adeta ideal bir iklim oluşturmaktadır. Nehre doğru dik olarak inen taşlı toprak yapısı muhteşem bir manzarayla birlikte en iyi cins üzümlere de ev sahipliği yapmaktadır (Resim 1). Yaklaşık 25 bin hektarlık bu alan üzüm bağları ile kaplıdır. 500'den fazla üzüm cinsinin kaydedildiği bölgede bağcılık yüzlerce yıl öncesine dayanmaktadır. Romalılar dönemine kadar uzanan bağcılık 1100'lü yıllarda Portekiz Hıristiyan Kilisesi'nin teşviki ile bölgede iyice yayılmıştır. Kaliteli şarapların üretimi ise 1600'lü yılların ortalarını bulmaktadır. Dünyaca ünlü Porto Şarabının (Port Wine) üretimi de bölgeye özgü üzümler ve şarabın mayalanmasında konyak kullanılmasıyla 17. yüzyılda gerçekleşmiştir. Bölge bugün Porto Şarabı başta olmak üzere Taylor's, Dow's, Graham's ve Fonseca gibi dünya çapında bilinen markalarla anılmaktadır (Carvalho, 2015).



Resim 1: Douro Vadisi'nden Bir Görünüm

Kırmızı şaraba hayat veren Touriga Nacional, Tinta Roriz ve Touriga Francesa bölgede ağırlıklı üretilen üzümler olarak dikkat çekerken, Viasinho, Rabigato, Gouveio ve Codega ise beyaz ve rose şaraplık olarak kısıtlı alanlarda özel olarak yetiştirilmektedir. Bölgede şato usulü şarap üreten Quinta

das Carvalhas, Quinta da Roedea, Quinta da Vargellas, Quinta da Leda, Quinte da Foz, Quinta da Pacheca, Quinta do Bom Retiro gibi çok sayıda şarap evi bulunmaktadır. Şarap evleri sundukları değişik tür ve kalitedeki şarapların tadımı ve mahzen gezileriyle turistler için birer çekim merkezi oluşturmaktadır. Quinta do Portal, Quinta do Panascal, Quinta da Roeda gibi çok sayıdaki şarap evi mahzen gezisi ve şarap tadımının yanı sıra ziyaretçilere bağbozumu, tekne turları ve okçuluk gibi farklı etkinlik olanakları da sunmaktadır. Ayrıca ziyaretçiler bağlar içine doğayla uyumlu muhteşem manzaraya sahip tesislerde konaklayabilmekte ve restoranlarda bölgeye özgü Cod balığı, kuzu rosto, Pasteis de Nata, Bola ve ayva peyniri gibi farklı lezzetleri tadabilmektedir (Dinçer, 2013; Bruni, 2010).

Ayrıca 2008 yılında açılan ve şarap tarihi ve geleneklerine ait unsurlar ile yöresel el işi ürünlerinin sergilendiği Douro Müzesi, Douro şarap geleneğinin mavi renkli çinilerle resmedildiği Pinhao Tren İstasyonu ile Palacio de Mateus Sarayı ve Armamar Kilisesi gibi daha çok sayıda tarihi mekân da ziyaretçilerin yoğun ilgisini çekmektedir (Roberts, 2012; Le Breton, 2015).

LİTERATÜR TARAMASI

Arkeolojik bulgular Douro Vadisi'nde üzüm yetiştiriciliğinin Romalılar Dönemine dayandığını göstermektedir. Ayrıca 1756 yılından bu yana Douro, "sınırlandırılmış bölge" olarak üzüm yetiştiriciliğine ev sahipliği yapmaktadır. Bu yönüyle de Douro, Dünya'nın ilk "sınırlandırılmış bölgesi" niteliğine sahiptir. 250.000 hektar alana yayılan bölgenin % 18'i üzüm bağlarıyla kaplıdır. Bölgede 39.000'den fazla üzüm yetiştiricisi bulunmaktadır. Bölgenin yıllık ortalama şarap üretimi 1.562.687 hektolitredir ve bunun % 55'i porto şarabıdır. (Rebelo ve Caldas, 2013; Feio ve Guedes, 2013; Andresen, Aguiar ve Curado, 2004). Bölgede yaşayan insan sayısı 2011 yılı itibariyle 236.786'dır ve bunun % 22.7'si 65 yaşın üzerindedir. Oldukça yaşlı bir nüfusa sahip olan bölge, 2001-2011 yılları arasında nüfusunun yaklaşık % 7.9'unu kaybetmiştir. 2013 yılı itibariyle bölgede bulunan konaklama alanındaki işletme sayısı 36'dır. Bölgeye gelen yıllık ortalama turist sayısı 150.000'dir ve bunun % 85'i yerli turistir. Yabancı turistlerin büyük çoğunluğunu (% 77) Fransa, İngiltere, Almanya, İspanya, Hollanda ve İtalya başta olmak üzere Avrupa ülkelerinden gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. 19 belediye yerleşim biriminin yer aldığı bölgede turistlerin ortalama konaklama süresi 3 gün, kişi başı günlük ortalama harcaması da 69 Euro'dur (Gomez, Pinto ve Rebelo, 2015; Pessoa 2008). Bölgede 400'e yakın restoran 1100'den fazla da bar ve cafe türünde işletme bulunmaktadır. Bu tesislerde istihdam edilen işgören sayısı 3000'e yaklaşmaktadır (Gomez, Pinto ve Rebelo, 2015; Rebelo ve Caldas, 2013; Santos vd., 2013; Gouveia vd., 2011; Pessoa, 2008; Douro Valley: Executive Report, 2008).

Rebelo ve Caldas (2013) Douro Bölgesi'yle ilgili yaptıkları araştırmada 1990'lı yıllara kadar dünya şarap üretim ve ihracatında "Eski Dünya" olarak ifade edilen ve başlarında Fransa, İtalya, İspanya ve Portekiz'in geldiği Güney Avrupa Ülkeleri'nin baskın rol oynadıklarına, ancak son 30 yılda bu

durumun biraz değiştiğine dikkat çekmektedir. “Yeni Dünya” olarak isimlendirilen Avustralya, Amerika, şili, Arjantin, Güney Afrika ve Yeni Zelanda gibi ülkelerin şarap üretim ve ihracatında “Eski Dünya” ülkelerini ciddi şekilde tehdit eder konuma geldiği belirtilmektedir. Üretici sayısı, işletme büyüklüğü ve kamu düzenlemelerinin gözden geçirilerek Douro Bölgesi’nde rekabet gücünün artırılması için organize bir kümelenme yapısından öte, yenilikçi bir kümelenme (yığışım) yapısına geçmenin gerekliliğine vurgu yapılmaktadır.

Pessoa (2008) da yaptığı çalışmada bölgedeki yaşlı nüfus ve dışa çok göç vermesi ile inovasyon ve girişimcilik eksikliği noktalarına vurgu yapmaktadır. Bu çerçevede sadece turizme odaklanmanın yeterli olamayacağı, dolayısıyla rekabet avantajı yaratabilmek için bölgenin bir bütün olarak ele alınması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Gomez, Pinto ve Rebelo (2015) da Douro Bölgesi turistlerinin tercihleriyle ilgili yaptıkları araştırmada, arazinin mozaik yapısının ve üzüm bağlarının yamaç (taraça) duvarlarla korunması noktasında çok duyarlı olduklarını belirlemişlerdir. 249 turistin katıldığı araştırmada, manzara ve kültürel mirası görmek arzusunun turistlerin bölgeyi ziyaret tercihlerinde ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmada gelir ve eğitim düzeyi yüksek, bölge kültürüyle ilgili daha fazla bilgiye sahip olan turistlerin bölgeye ait kültürel mirasın korunmasına yönelik faaliyetlerde yer almaya daha istekli oldukları belirlenmiştir.

Douro Bölgesi’ne yönelik yapılan bir FÜTZ (SWOT) analizi çalışmasında da bölgenin üstünlükleri olarak eşsiz bir doğa (manzara), büyük bir tarihi ve arkeolojik miras, ulaşıma elverişli bir nehir, çeşitlendirilmiş bir turizm potansiyeline (Eko turizm, kırsal turizm, şarap ve gastronomi, kültür turizmi, tarihi buharlı tren vb) sahip olma bölgenin stratejik üstünlükleri olarak sıralanmaktadır. Zayıflıklar ise bölgedeki yaşlı nüfus ve ülke ortalamasına oranla daha düşük eğitim düzeyi, bölgedeki çoraklaşma, turistlerin bölgede konaklama oranının düşük olması ile acentalar arasındaki koordinasyon ve söylem birliği eksikliği olarak belirlenmiştir. Bölge turizm arzının pazar ve turizm motivasyon trendleriyle uyumluluk göstermesi, bölgeyi geliştirmeye yönelik siyasi bir irade ve hareketliliğinin var olması, özel turizm yatırımlarının varlığı, ile modern havaalanı ve düşük maliyetli havayolu şirketleri sayısının artışı bölgenin sahip olduğu fırsatlar olarak tespit edilmiştir. Çoraklaşma (çölleşme) sürecinin devam etmesi, yatırım projelerinin onayındaki karmaşık ve ağır süreç ile genel ekonomik kriz bölgeyi tehdit eden unsurlar olarak sıralanmıştır (Douro Valley: Executive Report, 2008; Fazenda, 2012).

ARAşTIRMA

Araştırmanın amaç, yöntem ve kapsam itibariyle taşıdığı genel ve teknik nitelikler şunlardır:

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve memnuniyet düzeylerini belirlemektir. Turistlerin yaş, cinsiyet ve eğitim düzeyleri gibi demografik özellikleri ile Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve memnuniyet düzeyleri arasında bilimsel açıdan bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi çalışmanın ana hedefleri arasında yer almaktadır. Bu bağlamda araştırmada test edilecek ana ve alt hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır:

H₁: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H_{1a}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1c}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1d}: Turistlerin Douro Vadisi'nde yaşadıkları eğlence düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H_{1e}: Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

H₂: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{2a}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları arasında yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları arasında yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{2c}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları arasında yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{2d}: Turistlerin Douro Vadisi'nde yaşadıkları eğlence düzeyleri arasında yaşa göre farklılık göstermektedir.

H_{2e}: Turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri arasında yaşa göre farklılık göstermektedir.

H₃: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3a}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3c}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3d}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin eğlence algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

H_{3e}: Turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Önemi

Araştırma, 2001 yılında UNESCO Dünya Kültürel Miras Listesi'ne giren ve yüzlerce yıllık bir tarih, kültür ve geleneği geçmişinde barındıran Douro Vadisi'ne ilişkin turistlerin algı ve beğeni düzeylerini konu edinmesi anlamıyla önem taşımaktadır. Özellikle şaraplarıyla Dünya'da marka olan bölgenin son yıllarda doğal güzellikleri, gastronomi zenginliği ve modern butik otelleriyle dünya turizminde kendinden sıkça söz ettirdiği gözlerden kaçmamaktadır. Ayrıca doğanın korunarak tüm sadeliği ve güzelliğiyle modern çağın insanına sunulabiliyor olması eko-turizm, kırsal turizm ya da doğa turizmi gibi farklı yaklaşımlar açısından da bölgeyi irdelenmeye değer kılmaktadır. Özellikle bölgeyle ilgili literatürde çok sınırlı sayıda çalışmanın olması ve turist memnuniyetine yönelik bir içerik taşıması araştırmanın önemini artırmaktadır.

Araştırmanın Kapsamı

Douro Vadisi'ni ziyaret eden yabancı turistler araştırma kapsamına alınmıştır. Bir başka ifadeyle bölgeyi ziyaret eden yabancı turistler araştırmanın ana kütlelerini oluşturmaktadır. Douro Vadisi'ne gelen yabancı turistlere ziyaretleri dönüşünde "Douro Vadisi'ne ilişkin Algı ve Beğenilerini" belirlemeye yönelik anketleri doldurmaları talep edilmiş ve ankete katılımın gönüllülük esasına dayandığı belirtilmiştir. 2015 yılı Nisan-Mayıs aylarında gerçekleştirilen araştırmaya toplam 267 turist katılmıştır. Bu sayı sözü edilen tarihlerde bölgeye gelen yabancı turist sayısının yaklaşık % 10'unu oluşturmaktadır. Elde edilen 267 anketten 264'ü irdelenmeye (analize) değer bulunmuş, 3 anket araştırma dışında bırakılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Yabancı turistlerin “Douro Vadisi’ne ilişkin algı ve memnuniyetlerini belirlemeye yönelik anketlerde Oh, Fiore ve Jeoung (2007) ile Quadri’den (2012) alınan ölçekler kullanılmıştır. Araştırmada orijinal haliyle (ingilizce olarak) kullanılan anketlerin ilk bölümünde yabancı turistlerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanan 6 adet soru yer almaktadır.

İkinci bölüm yabancı turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin algı ve memnuniyet (beğeni) düzeylerini belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Toplam 20 sorunun yer aldığı bu bölümde 7’li Likert (“kesinlikle katılmıyorum” ifadesi için 1, “kesinlikle katılıyorum ifadesi için 7 rakamı) ölçeği kullanılmıştır. Bu bölüm toplam 5 faktör grubundan oluşmaktadır.

Turistlerin yaptıkları ziyaretin kendilerine ne derece deneyim/bilgi kazandırdığına ilişkin değerlendirmelerini ölçmeye yönelik ilk bölümde 4 değişken bulunmaktadır. “Deneyim kazandırma/bilgilendirme” başlığı altındaki bu faktör grubunun güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0.889’dur.

Douro Vadisi’nin turistleri ne derece büyülediği ve gerçek hayattan bir an koparıp hayal alemine taşıdığına yönelik etkisi de 4 değişkenle ölçümlenmektedir. “Hayal Kurma/Gerçekten Kaçış” olarak isimlendirilen bu faktör grubunun güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0.859’dur.

Turistlerin Douro Vadisi’nin güzellik ve estetiğine ilişkin algıları da araştırmada 3 değişken ile ölçümlenmektedir. “Doğal Güzellik ve Estetik” başlığı altındaki bu faktör grubunun güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri 0.760’dır.

Turistlerin Douro ziyaretini ne derece eğlenceli buldukları ise 4 değişkenle araştırmada ölçümlenmektedir. “Eğlence” başlıklı bu faktör grubunda 4 değişken yer almakta ve bu grubun güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri de 0.868’dır.

Turistlerin Douro Vadisi ziyaretini başkalarına önerme ve tekrar ziyarette bulunma arzularını ölçümleme yönelik olarak da son grupta 5 değişken bulunmaktadır. “Başkalarına Önerme ve Tekrar Ziyaret İsteği” başlıklı bu faktör grubuna ait güvenilirlik (Cronbach alfa katsayısı) değeri de 0.855’dir.

Anket formları ile elde edilen verilerin analizinde SPSS 20.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Turistlerin Douro Vadisi ziyaretlerine ilişkin algı ve beğeni farklılıkları t-test ve Anova analizleri ile test edilmiştir. Erkek ve kadın turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin algı farklılıklarının analizinde t-test kullanılmıştır. Araştırmada turistler beş farklı yaş grubuna ayrılmış ve turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin algılarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğinin analizinde de Anova analizi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM

Bireysel Bulgular

Tablo 1’de görüleceği üzere turistlerin % 49.7’si kadın, % 50.3’ü erkektir. Turistlerin % 18.9’u İngiliz, % 13.4’ü Alman’dır. Bunları % 13.4’ ile İtalyan, % 4.9 ile Fransız ve aynı oranla (% 4.9) Hollandalı turistler izlemektedir. Diğer Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin oranı % 23.8’dir. Douro Vadisi’ne Avrupa Kıtası dışından gelen turistlerin oranı da % 20.7’dir. Araştırma sonuçları Douro Vadisi’ne gelen turistlerin çok büyük bir bölümünü (yaklaşık % 80) Avrupa Ülkesi vatandaşlarının oluşturduğunu göstermektedir. Yaş dağılımı itibariyle bakıldığında turistlerin yarıdan fazlasını (% 51.2) 18-29 yaş diliminde olan gençlerin oluşturduğu görülmektedir. Bunu % 22 oranıyla 30-39 yaş grubunda olan turistler izlemektedir. 40-49 yaş diliminde olanların oranı % 11, 50-59 yaş diliminde olanların oranı % 7.3, 60 yaş ve üzerinde olanları oranı da % 8.5’dir. Araştırma Douro’ya gelen turistlerin % 73.2 gibi büyük bir bölümünün 40 yaşın altında olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Turistlere Ait Bireysel Bulgular

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	<i>Ülkesi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Kadın	131	49.7	İngiltere	46	18.9
Erkek	133	50.3	Almanya	36	13.4
			İtalya	36	13.4
<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	Fransa	14	4.9
Lise altı	8	3.0	Hollanda	14	4.9
			Diğer Avrupa Ülkeleri	63	23.8
Lise	53	20.1	Avrupa Dışı Ülkeler	55	20.7
			<i>Yaş</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
Üniversite	106	40.3	18-29	135	51.2
Yüksek Lisans	77	29.3	30-39	58	22.0
Doktora	19	7.3	40-49	30	11.0
			50-59	19	7.3
<i>Gelir Düzeyi (Yıllık)</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>	60 ve üzeri	22	8.5
0-30000 Euro	120	45.5	<i>Douro Vadisi’ne Kaçmıcı Gelişi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzde</i>
30.001-45.000 Euro	53	20.1	İlk	88	33.3
45.001-60.000 Euro	24	9.1	2. kez	72	27.3
60.001-75.000 Euro	14	5.2	3. kez	30	11.5
75.001-90.000 Euro	10	3.9	4. kez	11	4.2
90.001-105.000 Euro	19	7.1	5.kez ve üzeri	62	23.6
105.001Euro ve Üzeri	24	9.1			

Turistlerin % 40.3'ü üniversite mezunu iken, % 20.1'i lise mezunu konumundadır. Liseye kadar (lise altı) eğitim görmüş olanların oranı ise oldukça düşüktür (% 3.0). Yüksek lisans mezunu olanların oranı % 29.3, doktora eğitimi almış olanların oranı da % 7.3'dür.

Turistlerin % 33.3'ü Douro Vadisi'ne ilk kez gelirken, bölgeyi 5 kez ve daha fazla ziyaret edenlerin oranı (% 23.6) da azımsanmayacak düzeydedir. Vadiyi 2 kez ziyaret edenlerin oranı % 27.3, 3 kez ziyaret edenlerin oranı % 11.5 ve 4. kez ziyaret edenlerin oranı da % 4.2'dir.

Yıllık gelir düzeyi itibariyle bakıldığında turistlerin yarıya yakınının (% 45.5) 'inin 0-30.000 Euro gelir diliminde olduğu görülmektedir. 30.001-45.000 Euro yıllık gelir diliminde olanların oranı % 20.1'dir. 45.001-60.000 Euro yıllık gelir diliminde olanların oranı % 9.1 iken 60.001-75.000 Euro diliminde olanların oranı da % 5.2'dir. Daha üst gelir diliminde olanların oranı da küçümsenmeyecek düzeydedir. 90.001-105.000 Euro yıllık gelir diliminde olanların oranı % 7.1, yılda 105.000 Euro'dan daha fazla kazananların oranı da % 9.1'dir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tablo 2'de yer alan araştırma sonuçlarına bakıldığında, “Deneyim Kazandırma/Bilgilendirme” faktör grubu itibariyle turistlerin Douro Vadisi'ne yaptıkları ziyaretin kendilerini oldukça bilgilendirdiği, kendilerine önemli bir deneyim kazandırdığı (ort=5.847, s.sapma=1.036) görüşüne sahip oldukları belirlenmiştir. “Hayal Kurma/Gerçekten Kaçış” faktör grubu için çok yüksek düzeyde olmasa da turistlerin Douro Vadisi'nde kendilerini farklı bir dünyada, farklı bir hayal aleminde oldukları hissine kapıldıkları belirlenmiştir (ort=4.967, s.sap=1.505).

Turistler Douro Vadisi'ni “Doğal Güzellik ve Estetik” açısından oldukça cezbedici bulmuşlardır (ort=5.860, s.sap=0.971). “Eğlence” faktör grubu itibariyle de turistlerin genel memnuniyet düzeyi yüksektir (ort=5.487, s.sap=1.043). Ayrıca turistlerin Douro Vadisi'ni “Başkalarına Önerme ve Tekrar Ziyaret Etme” konusunda oldukça istekli oldukları (ort=6.157, s.sap=0.821) belirlenmiştir.

Tablo 2. Turistlerin Douro Vadisine İlişkin Algı ve Beğenileri: Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

FAKTÖR GRUPLARI	Min.	Max.	Ort.	Std. Sap.
DENEYİM KAZANDIRMA/BİLGİLENDİRME	2.0	7.0	5.847	1.036
1.Douro Vadisi'ne yapmış olduğum gezi beni oldukça bilgilendirdi.	2.0	7.0	6.000	1.068
2.Bu gezide çok şey öğrendim.	1.0	7.0	5.779	1.266
3.Douro Vadisi'ne yaptığım gezi yeni şeyler öğrenmeye yönelik ilgi ve merakımı artırdı.	1.0	7.0	5.887	1.179
4.Douro Vadisi'ne yaptığım gezi gerçek bir öğrenme deneyimiydi	1.0	7.0	5.689	1.256

HAYAL KURMA/GERÇEKTEN KAÇIŞ	1.0	7.0	4.967	1.505
5.Burada farklı bir karakteri yansıttığımı hissettim.	1.0	7.0	4.742	1.834
6.Farklı bir zamanda ve farklı bir yerde yaşadığımı hissettim.	1.0	7.0	5.323	1.551
7.Douro Vadisi'nde olmak başka biri olduğum hayalini (hissini) bana yaşattı.	1.0	7.0	4.821	1.904
8.Gerçek alemden tamamen uzaklaştım.	1.0	7.0	4.981	1.900
DOĞAL GÜZELLİK VE ESTETİK	2.67	7.0	5.869	0.971
9.Bir uyum-ahenk hissettim.	1.0	7.0	5.681	1.225
10.Douro Vadisi'nde olmak çok keyifliydi.	3.0	7.0	5.956	1.088
11.Douro Vadisi çok cezbedici bir yer.	1.0	7.0	5.963	1.240
EĞLENCE	2.0	7.0	5.487	1.043
12.Douro Vadisi'ndeki insanların faaliyetlerini izlemek eğlenceliydi.	2.0	7.0	5.434	1.213
13.Douro Vadisi'ndeki insanları izlemek heyecan vericiydi.	2.0	7.0	5.401	1.176
14.Douro Vadisi'ndeki insanların ne yaptığını izlemekten gerçekten zevk aldım.	1.0	7.0	5.496	1.294
15. Douro Vadisi'ndeki insanlar izlemeye değer zevkтейdi.	2.0	7.0	5.567	1.230
BAŞKALARINA ÖNERME VE TEKRAR ZİYARET İSTEĞİ	3.4	7.0	6.157	0.821
16.Douro Vadisi'ni başkalarına tavsiye ederim.	2.0	7.0	6.323	0.905
17.Arkadaş/tanıdıklarımı Douro Vadisi'ni ziyaret etmeleri için teşvik ederim.	2.0	7.0	6.171	0.972
18.Bu deneyimim hakkında başkalarına anlatabilecek çok şeyim var.	2.0	7.0	6.128	1.054
19.Douro Vadisi'ni tekrar ziyaret etmek isterim.	2.0	7.0	6.128	1.122
20.Bu destinasyona kesinlikle tekrar geri gelmeyi düşünüyorum.	2.0	7.0	6.128	1.182

Yapılan t-testi analizi sonucunda H_1 hipotezi reddedilmiş, kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir (Tablo 3). Buna göre " H_{1a} : Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları arasında fark bulunmaktadır" hipotezi reddedilmiştir ($p=0.244>0.05$). Aynı şekilde yapılan t-testi analizleri sonucunda " H_{1b} : Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algıları arasında fark bulunmaktadır" ($p=0.464<0.05$), " H_{1c} : Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin

doğal güzellik ve estetik algılamaları arasında fark bulunmaktadır” ($p=0.587>0.05$), “ H_{1d} : Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin eğlence algılamaları arasında fark bulunmaktadır” ($p=0.464>0.05$) ve “ H_{1e} : Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi’ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri arasında fark bulunmaktadır” ($p=0.096>0.05$) hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 3. Kadın ve Erkek Turistlerin Douro Vadisi’ne İlişkin Algı ve Beğenileri: T-Test Analizi Sonuçları

HİPOTEZLER	Erkek Turistler (N=82)		Kadın Turistler (N=83)		T-Test	
	Ort.	Std. Sap.	Ort.	Std. Sap.	P	Hipotez Sonucu
H_{1a} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	5.918	0.980	5.768	1.090	0.244	Red
H_{1b} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algıları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	5.165	1.441	4.787	1.553	0.464	Red
H_{1c} : Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	5.820	1.011	5.917	0.933	0.587	Red
H_{1d} : Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin eğlence algılamaları cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	5.572	1.021	5.401	1.065	0.464	Red
H_{1e} : Turistlerin Douro Vadisi’ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.	6.085	0.878	6.230	0.758	0.096	Red

$p<0.05$

Tablo 4’te görüleceği üzere yapılan Anova (Oneway-Tukey) analizi sonuçlarına göre turistlerin Douro Vadisi’ne yönelik algı ve beğenilerinin yaşa göre farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Anova analizi sonuçları “ H_{2a} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir” ($p=0.002<0.05$), “ H_{2b} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir” ($p=0.001<0.05$) ve “ H_{2d} : Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin eğlence algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir” ($p=0.000<0.05$) alt hipotezlerinin kabul edildiğini ortaya koymaktadır. Diğer yandan Anova analizleri

sonucunda “H_{2c}: Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir” (p=0.494>0.05) ve “H_{2e}: Turistlerin Douro Vadisi’ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri yaşa göre farklılık göstermektedir” (p=0.058>0.05) alt hipotezleri reddedilmiştir.

Tablo 4. Turistlerin Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Douro Vadisi Algı ve Beğeni Farklılıkları: Anova (Oneway) Analizi Sonuçları-II

HİPOTEZLER	Sum of Squares	Mean Square	F	P	Hipotez Sonucu
H _{2a} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	18.030 153.281 171.311	4.507 0.989	4.558	0.002*	Kabul
H _{2b} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	42.848 315.416 358.264	10.712 2.048	5.230	0.001*	Kabul
H _{2c} : Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	3.237 147.052 150.288	0.809 0.949	0.853	0.494	Red
H _{2d} : Turistlerin Douro Vadisi’ne ilişkin eğlence algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	28.512 142.518 171.030	7.128 0.938	7.602	0.000*	Kabul
H _{2e} : Turistlerin Douro Vadisi’ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri yaşa göre farklılık göstermektedir.	7.897 98.620 106.517	1.974 0.640	3.083	0.058	Red

*p<0.05

Tablo 5’te Post Hoc Test sonuçları görülmektedir. 18-29 yaş grubundaki turistlerin “Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamalarının”, 30-39 (ort. farkı=-0.654; p<0.05) ve 50-59 yaş diliminde yer alan turistlere göre (ort. farkı=-0.906; p<0.05) daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bir başka ifadeyle 30 yaş altındaki turistler, 30-39 ve 50-59 yaş grubundaki turistlere oranla Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine daha az bilgi ve deneyim kazandırdığını düşünmektedirler.

Tablo 5. Turistlerin Yaş Değişkenine Bağlı Olarak Douro Vadisi'ne İlişkin Algı ve Beğeni Farklılıkları: Post Hoc Test (Oneway-Tukey) Analizi Sonuçları-II

HİPOTEZLER	(I) Age	(J) Age	Mean difference	Std. Error	Sig.	Hipotez Sonucu
H _{2a} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	1	2 3 4 5	-0,654* -0,358 -0,906* -0,665	0,216 0,259 0,307 0,287	0,012 0,640 0,030 0,146	Kabul
H _{2b} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	1	2 3 4 5	-0,854* -0,787 -1,571* -0,973	0,292 0,379 0,442 0,414	0,032 0,221 0,005 0,135	Kabul
H _{2c} : Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	1	2 3 4 5	0,167 0,367 -0,160 -0,077	0,198 0,253 0,301 0,281	0,916 0,597 0,984 0,999	Red
H _{2d} : Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin eğlence algılamaları yaşa göre farklılık göstermektedir.	1	2 3 4 5	-0,905* -0,363 -0,967* -0,887*	0,198 0,252 0,300 0,280	0,000 0,605 0,013 0,016	Kabul
H _{2e} : Turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri yaşa göre farklılık göstermektedir.	1	2 3 4 5	-0,411 0,004 -0,417 -0,574	0,163 0,208 0,247 0,231	0,092 1,000 0,446 0,101	Red

*p<0.05

Tablo 5'teki Post Hoc Test sonuçları 18-29 yaş grubundaki turistlerin "Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamalarının, 30-39 (ort. farkı=-0.854; p<0.05) ve 50-59 yaş diliminde yer alan turistlere göre (ort. farkı=-1.571; p<0.05) daha düşük olduğunu göstermiştir. Diğer bir ifadeyle 30 yaş altındaki turistler, 30-39 ve 50-59 yaş grubundaki turistlere oranla Douro Vadisi'nin kendilerini daha az bir hayal/farklı aleme çektiğini düşünmektedirler. Test sonuçları 18-29 yaş grubundaki turistlerin 30-39 (ort. farkı:-0.905; p<0.05), 50-59 (ort. farkı=-0.967; p<0.05) ve 60 yaş üzerindeki (ort. farkı=-0.887; p<0.05) turistlere oranla Douro Vadisi'nde yaşadıkları eğlence düzeyinin daha düşük olduğunu göstermektedir. 30 yaş altındaki genç turistlerin genel olarak diğer yaş gruplarına oranla Douro Vadisi'nde daha az eğlenme ortamı bulduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. Turistlerin Eğitim Düzeyi Değişkenine Bağlı Olarak Douro Vadisi'ne İlişkin Algı ve Beğeni Farklılıkları: Anova Analizi Sonuçları

HİPOTEZLER	Sum of Squares	Mean Square	F	P	Hipotez Sonucu
H _{3a} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	3.913 167.006 170.918	0.783 1.084	0.722	0.608	Red
H _{3b} : Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	16.702 342.266 358.968	3.340 2.237	1.493	0.195	Red
H _{3c} : Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	6.324 144.387 150.711	1.265 0.938	1.349	0.247	Red
H _{3d} : Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin eğlence algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	6.052 164.783 170.835	1.210 1.091	1.109	0.358	Red
H _{3e} : Turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.	1.581 105.453 107.034	0.316 0.689	0.459	0.806	Red

p<0.05

Yapılan Anova (Oneway-Tukey) analizleri sonucunda turistlerin Douro Vadisi algı ve beğenilerinin eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir (Tablo 6). Anova (Oneway-Tukey) analizleri doğrultusunda “H_{3a}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerine kazandırdığı bilgi ve deneyim düzeyi algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” (p=0.608<0.05), “H_{3b}: Turistlerin Douro Vadisi ziyaretinin kendilerini farklı bir hayal aleminde hissettirdiğine ilişkin algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” (p=0.195>0.05), “H_{3c}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin doğal güzellik ve estetik algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” (p=0.247>0.05), “H_{3d}: Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin eğlence algılamaları eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” (p=0.358>0.05) ve “H_{3e}: Turistlerin Douro Vadisi'ni başkalarına önerme ve tekrar ziyaret etme istekleri eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir” (p=0.806>0.05) alt hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmadan çıkarılacak sonuçları şu şekilde sıralamak olanaklıdır;

- Douro Vadisi'ne gelen turistlerin çok büyük bir bölümünü (% 80) Avrupa ülkesi vatandaşlarının oluşturduğu,
- İngiliz, Alman ve İtalyan turistlerin Douro Vadisi'ni tercih edenler arasında ilk sıralarda yer aldığı,
- Turist kitlesi içerisinde 40 yaş altında olan gençlerin ağırlıkta olduğu,
- Oldukça eğitim düzeyi yüksek bir turist kitlesinin Douro Vadisi'ni ziyaret için tercih ettiği,
- Douro Vadisi'nin ziyaret için tekrar tercih edenlerin oranının azımsanmayacak düzeyde olduğu,
- Douro Vadisi'ni gelen turistlerin yarıya yakınının yıllık gelir düzeyinin 30.000 Euro'nun altında olduğu,
- Ancak % 16'sının da yıllık gelir düzeyinin 90.000 Euro'nun üzerinde olduğu ve bu anlamda gelir düzeyi yüksek turistlerce de tercih edildiği,
- Turistlerin Douro Vadisi'ne yaptıkları ziyaretin kendilerini oldukça bilgilendirdiğini düşündükleri,
- Turistlerin Douro Vadisi'ni "Doğal Güzellik ve Estetik" açısından oldukça cezbedici buldukları,
- Turistlerin Douro Vadisi'ni tekrar ziyaret etme arzusunda oldukları ve
- Başkalarına da Douro Vadisi'ni ziyaret etmelerini önerecekleri,
- Kadın ve erkek turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğeni düzeyleri arasında bir farklılık olmadığı,
- Ancak turistlerin Douro Vadisi'ne yönelik algı ve beğenilerinin yaşa göre farklılıklar gösterdiği,
- 30 yaş altındaki genç turistlerin diğerlerine oranla Douro Vadisi'nde daha az eğlenme ortamı buldukları,
- Benzer şekilde genç turistlerin diğerlerine oranla Douro Vadisi'nin kendilerine daha az bilgi ve deneyim kazandırdığını düşündükleri,
- Ayrıca turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğenilerinin eğitim düzeylerine göre farklılık göstermediğidir.

Turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğenilerinin farklılık göstermesinde, özellikle genç turistlerin arzu ettikleri eğlence ortamlarını bulamamalarının belirleyici olduğu düşünülebilir. Yaşlı turistler doğa ve sakin bir ortamı arzularken, genç turistlere yönelik eğlence mekanlarının doğayla uyumlu şekilde artırılması, genel turist memnuniyetini de önemli oranda yükseltecek bir girişim olduğu gözlerden kaçırılmamalıdır.

Araştırmadan çıkarılabilecek öneriler ise;

- Douro Vadisi'nin Avrupa Ülkesi vatandaşları tarafından genel olarak tercih edildiği ve bu çerçevede bölgenin daha etkin bir tanıtım ve pazarlama stratejisine ihtiyaç duyduğu,
- Bölgeyi ziyaret eden genç turistlerin düşük "eğlence" algılarının altında yatan nedenlerin araştırılarak, bölgedeki eğlence faaliyetlerinin gözden geçirilmesi ve daha yüksek bir tatmin için etkin çözüm yollarının geliştirilmesi,
- Genç turistlere yönelik bölge hakkında özendirici ve bilgilendirici bir rehberlik faaliyeti ve koordinasyonun geliştirilmesi,
- Özellikle gelir düzeyi yüksek turistlerin bölgedeki konaklama sürelerinin artırımına yönelik cezbedici faaliyetlerin artırılması,
- Geliştirilen ve hayata geçirilen politikaların etkinliğini belirlemeye yönelik olarak turistlerin Douro Vadisi'ne ilişkin algı ve beğenilerini ölçümleme amaçlı benzer araştırmaların aralıklarla tekrarlanması şeklinde sıralanabilir.

KAYNAKÇA

- Andresen, T., Aguiar, B.F. and Curado, J.M. (2004), "The Alto Douro Wine Region greenway", *Landscape and Urban Planning*, 68: 289-303.
- Bruni, F. (2010), "Portugal Old, New and Undiscovered", http://www.nytimes.com/2010/05/30/travel/30Douro.html?_r=0. Erişim Tarihi: 19.12.2015.
- Carvalho, N. (2015), "Douro Valley-Wine Travel Guide", <http://nelsoncarvalho.com/douro-valley-wine-travel-guide>. Erişim Tarihi: 19.12.2015.
- Dinçer, A. (2013), "Douro Lezzetleri", <http://www.dunyagida.com.tr/yazar.php?id=22&nid=3294>. Erişim Tarihi: 18.12.2015.
- Douro Valley: North Portugal (2008), Executive Report of the System for Measuring Excellence in Destination, pp.1-119.
- Fazenda, N. (2012), "Regional Development: The Case of Douro Valley Portugal", University Course: Tourism and International Cooperation for Development, The George Washington University, pp. 1-102.
- Feio, A. and Guedes, C.M. (2013), "Architecture, tourism and sustainable development for the Douro region", *Renewable Energy*, 49: 72-76.
- Gomez, L. L., Pinto M.C. L. and Rebelo J. (2015), "Wine and cultural heritage: The experience of The Alto Douro Wine Region", *Wine Economics and Policy*, pp.1-10.
- Gouveia, C., Liberato, M.L.R., DaCamara, C.C., Trigo, R.M. and Ramos, A.M. (2011), "Modelling past and future wine production in the Portuguese Douro Valley", *Climate Research*, 48: 349-362.
- Le Breton, G. (2015), "Douro river cruise: to the heart of Portugal", <http://www.telegraph.co.uk/travel/cruises/riversandcanals/10628791/Douro-river-cruise-to-the-heart-of-Portugal.html>. Erişim Tarihi: 19.12.2015.

- Oh, H., Fiore, A.M. and Jeoung, M. (2007), "Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications", *Journal of Travel Research*, Vol. 46: 119-132.
- Pessoa, A. (2008), "Tourism and Regional Competitiveness: The Case of The Portuguese Douro Valley", <http://www.researchgatenet/publication/263182193>. Erişim Tarihi: 26.12.2015.
- Quadri, L. D. (2012), *An experience economy analysis of tourism development along the Chautauqua-Lake Erie Wine Trail*, Iowa State University, Ames, Iowa.
- Rebelo, J. and Caldas, J. (2013), "The Douro wine region: a cluster approach", *Journal of Wine Research*, 24 (1): 19-37.
- Roberts, A. (2012), "The Changing Landscape of the Douro River Valley", <http://www.bbc.com/travel/story/20120111-the-changing-landscape-of-the-douro-river-valley>. Erişim Tarihi: 19.12.2015.
- Santos, J.A., Gratsch, S. D., Karneman, M.K., Jones, G.U. and Pinto, J.G. (2013), "Ensemble projections for wine production in the Douro Valley of Portugal", *Climatic Change*, 117: 211-225.
- Stewart, S. (2015), "Douro Holidays: Journey to the heart of Portugal", <http://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/europe/portugal/11807788/Douro-holidays-Journey-to-the-heart-of-Portugal.html>. Erişim Tarihi: 19.12.2015.
- https://tr.wikipedia.org/wiki/Douro_Nehri. Erişim Tarihi: 19.12.2015