



## Çay Turizmi: Doğu Karadeniz Bölgesinde Uygulanabilirliği Üzerine Değerlendirme (Tea Tourism: Evaluation on Applicability in the Eastern Black Sea Region)

\*Ali İSKENDER <sup>a</sup> 

<sup>a</sup> Atatürk University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Guidance, Erzurum/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:19.07.2020

Kabul Tarihi:03.09.2020

### Anahtar Kelimeler

Çay

Kültür

Turizm

### Öz

Turistler gittikleri destinasyonda tarihi, doğal güzellikleri ziyaret etmenin yanı sıra kültürel değerleri içeren yerel lezzetleri de deneyimlemek ve bu yerel lezzetlerin hikâyesini öğrenmek istemektedir. Turistler için ziyaret ettikleri bölgenin gastronomik lezzetleri ve mutfak kültürleri ile bu ürünlerin hikâyesi de birer çekim yeri unsurlarındandır. Çekim yeri unsurları içerisinde sosyokültürel özellikler taşıyan Türk çay kültürü ve çayı bir turistik ürün olarak pazarlanabilir. Çay ülkemizde yalnızca tarımsal ve ekonomik bir ürün olmakla kalmayıp bir kültür göstergesi konumundadır. Çayın bir turistik ürün olarak kullanılması Türk çayının dünyada tanıtılması açısından etkili olmasının yanı sıra yeni bir turistik akım yaratarak çay yetiştirilen bölgelerde ekonomik açıdan da canlanma sağlayacaktır. Çay turizmi alternatif turizm türlerinden kırsal turizm ve gastronomi turizmi çerçevesinde ele alınan bir konudur. Bu çalışma Türkiye'nin çay turizmi potansiyelini ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nde uygulanabilirliğini araştırmayı amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle Türkiye'nin çay turizmi ile ilgili hedefleri incelenmiş, atılması planlanan adımlar ve dünyadaki örnekler karşılaştırılmıştır. Daha sonrasında ise Türkiye'de çay turizmi ile ilgili mevcut ve geçmişteki örnekler değerlendirilmiştir.

### Keywords

Tea

Culture

Tourism

### Abstract

Tourists want to visit the historical, natural beauties in the destination they visit as well as experience local tastes with historical and cultural values and to learn the story of these local tastes. Gastronomic flavors and culinary cultures of the region for tourists are also elements of destination attractions. Turkish tea culture and consumption, which possess sociocultural features, can be marketed as a tourist product. Tea is not only an agricultural and economic product in our country, but also a cultural indicator. Using tea as a touristic product will be effective in terms of introducing Turkish tea in the world, as well as creating a new touristic trend and will provide an economic recovery in the regions where tea is grown. Tea tourism is a subject that is handled within the framework of rural and gastronomy tourism in alternative tourism types. In this study, the potential of Turkey in tea tourism will be discussed. Document review method was used in this research

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: ali.iskender@atauni.edu.tr (A. İskender)

DOI: 10.21325/jotags.2020.643