

## Elazığ Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Bölgesel Turizm Bakımından SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

### *The Evaluation of Elazığ Geographical Indication Products in Terms of Regional Tourism with SWOT Analysis*

Halil Can ORHAN<sup>1</sup>, Fatih ÖZDEMİR<sup>2</sup>

**Öz:** Türkiye, bulunduğu konum, kırsal alanlarının zenginliği ve hemen hemen her yörenin kendisine özgü yöresel ürününün bulunması ile ön planda olan bir ülkedir. Bu nedenle yöresel ürünlerin tanıtım ve pazarlamasının yapılarak turistik bir değer olarak bölge ekonomisine katkı sağlayabilmesi ve gelecek nesillere aktarılması açısından coğrafi işaretlerle korunması oldukça önemlidir. Çalışma kapsamında Elazığ ilinin zengin bir mutfak kültürüne sahip olması, coğrafi işaretli ürünlerinin varlığı ve bu potansiyele sahip daha birçok ürününün bulunması Elazığ'ın bu konuda detaylı olarak incelenmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Çalışmada Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin detaylı bir şekilde incelenerek bölgesel turizm açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Elazığ coğrafi işaretli ürünlerinin doğrudan gıda ürünlerinden oluşması nedeni ile çalışmada gastronomi turizmi açısından da değerlendirmeler yapılmıştır. Bu bağlamda çalışmada ikincil kaynaklardan yararlanılarak (bilimsel makale, katalog, dergi, web siteleri, broşür) SWOT analizi ile konunun güçlü yönleri ve fırsatları, zayıf yönleri ve tehditleri değerlendirilip sonuç kısmında Elazığ'da bulunan coğrafi işaretli ürünlerin turistik bir çekim unsuru olarak kullanılması ve bölge ekonomisinin kalkınmasında daha etkin rol oynaması adına önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Coğrafi işaretler, bölgesel turizm, SWOT analizi, Elazığ

**Abstract:** Turkey is a country that is at the forefront with its location, richness of its countryside and the presence of its own regional product of almost every region. Therefore, it is very important to protect local products with geographical signs in order to contribute to the regional economy as a touristic value by promoting and marketing them and passing them on to future generations. Within the scope of the study, the fact that Elazığ province has a rich culinary culture, the presence of geographically marked products and the presence of many other products with this potential reveals the need for Elazığ to be examined in detail in this regard. In the study, it was aimed to examine the geographically marked products of Elazığ province in detail and evaluate them in terms of regional tourism. In addition, due to the fact that Elazığ geographically marked products consist directly of food products, evaluations were made in terms of gastronomy tourism in the study. In this context, by using secondary sources (scientific articles, catalogs, journals, websites, brochures) SWOT analysis, the strengths and opportunities, weaknesses and threats of the subject are evaluated and in the conclusion section, recommendations were made for the use of geographically marked products in Elazığ as a tourist attraction and to play a more effective role in the development of the regional economy.

**Key Words:** Geographical indications, regional tourism, SWOT analysis, Elazığ

<sup>1</sup> İlgili yazar/Corresponding author: Yüksek Lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü, [halilcanorhan@gmail.com](mailto:halilcanorhan@gmail.com). ORCID No: 0000-0003-1820-8339

<sup>2</sup> Dr. Öğr. Üyesi, İskenderun Teknik Üniversitesi,, Turizm Rehberliği Bölümü, [fatih.ozdemir@iste.edu.tr](mailto:fatih.ozdemir@iste.edu.tr). ORCID No: 0000-0002-9087-6211

Geliş Tarihi/Received Date: 22.12.2021

Kabul Tarihi/Accepted Date: 28.12.2021

Yayımlanma Tarihi / Published Date: 31.12.2021

## 1. Giriş

Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler son yıllarda insanların ekoturizm, kırsal turizm, gastronomi turizmi gibi alternatif turizm türlerine yönelmesine ve farklı yöreleri ziyaret ederek o bölgenin yerel değerleriyle tanışma fırsatı bulmalarına olanak tanımaktadır (Mercan ve Üzülmez, 2014). Dünya genelinde yerel değerlere artan ilgi, bu değerlerin toplumlar tarafından korunması ve gelecek nesillere aktarılması için önemli gelişmelere neden olmuştur. Bu gelişmeler, toplumların kendi yörelerine ait ürünleri kültürel miras olarak değerlendirmesini ve coğrafi işaret adı altında korunmasını sağlayarak yasal düzenlemeler getirilmesini sağlamıştır. (Süslü, Eryılmaz ve Demir, 2020). Coğrafi işaretler, yerel değerleri turizm açısından çekici hale getirerek bölge ekonomisini canlandıran (Deviren ve Yıldız, 2017), yöresel ürünlerin korunmasını sağlayarak taktitlerine karşı yasal haklar elde edilmesine imkân tanıyan (Üzülmez, 2020: s. 188), ülke bölge ya da yörenin, yöresel ürünle olan bağlantısını açıklayarak ürünün sürdürülebilirliğini sağlayan sembollerdir (Dayısoylu, Yörükoğlu ve Ançel, 2017). Coğrafi işaret kavramı, kırsal alanlarının bol olması, doğal ve kültürel değerlerin zenginliği ve yerel değerlerin önemli ölçüde fazla olduğu Türkiye için oldukça önemli bir unsurdur. Ayrıca Türkiye’de bulunan bütün bölgelerin iklim ve konum özellikleri itibarıyla kendilerine özgü yöresel ürünleri bulunmakta ve bu bölgeler yetiştirdikleri ya da ürettikleri ürünlerle özdeşleşmiş durumdadırlar (Eren ve Sezgin, 2021).

Coğrafi işaret tescili almış ürünlerin üretim ve pazarlama açısından buldukları bölge ile aralarında oluşan sıkı ilişki ve bölgeye sağladığı katkılar göz önünde bulundurulduğunda, bu ürünlerin temel fonksiyonları bölgede kazandıkları kalite ve ünü korumaktır (Oraman, 2015). Ayrıca bir ürünün coğrafi işaretli olarak nitelendirilebilmesi için, bulunduğu bölgenin karakteristik özelliklerini yansıtması gereklidir (Arslaner, 2019). Bu bağlamda, bulunduğu bölge özellikleri itibarıyla zengin ve köklü bir mutfak kültürüne ve coğrafi işaretli birçok ürüne sahip olan Elazığ ilinin, yöresel ürünlerin bölge ekonomisine sağladığı katkılar da göz önüne alındığında, bu konu çerçevesinde araştırılması ve detaylı bir biçimde incelenmesi gerekmektedir.

Alanyazın taraması yapıldığında konu ile alakalı olarak Elazığ ilinin alternatif turizm potansiyelini ve yerel halkın alternatif turizme bakış açısını inceleyen, Elazığ’ın sofrada adabını, yemek kültürünü ve gastronomik anlamda coğrafi işaret almış yalnızca bir ürünü ele alan çalışmalar olduğu saptanmıştır (Şimşek ve Güleç, 2020; Güllü ve Yaşar, 2019; Şenocak, 2014). Ancak genel olarak Elazığ ilinin coğrafi işaretli ürünlerinin ve bu ürünlerin bölge turizmine ve Elazığ gastronomisine sağladığı katkılarının detaylı olarak incelenmediği görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın literatürde belirtilen eksikliği giderecek olması ve daha sonra yapılacak çalışmalara fikir verecek olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca Elazığ’ın coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm ve gastronomi turizmi açısından detaylı bir biçimde incelenerek araştırılan konunun SWOT analizi tekniği ile güçlü ve zayıf yönlerinin belirlenmesi, fırsat ve tehditlerinin saptanarak sonuç kısmında önerilerde bulunulması çalışmanın asıl amacını ortaya koymaktadır. Son olarak çalışma sonunda elde edilen verilerden yola çıkarak konu hakkında fikir sahibi olmak isteyen kişi ve kurumların çalışmadan yararlanabilecek olması açısından bu çalışmanın alanyazına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### Coğrafi İşaretler

Geçmiş Avrupa’da 19. yüzyıllara dayanan ve Fransa ve İtalya’nın tescilleme konusunda en gelişmiş ülkeler olduğu bilinen coğrafi işaretler (Suna ve Uçuk, 2018), ilk olarak 20. yüzyıl başlarında Fransa tarafından uygulanmaya başlanmıştır (Suratno, 2004: s. 89). Tarihsel süreçte ise coğrafi işaretlerin fikri mülkiyet hakkı olarak korunmasındaki en gerekli temel, yöre ile coğrafi işaretli ürün arasında oluşan ilişkilerin bölgesel bağlantıları üzerine dayandırılmaktadır (Calboli, 2015: s. 761). Türkiye’de coğrafi işaretler ilk olarak 1995 yılında 555 sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile Türk Patent Enstitüsü (TPE) tarafından korunmaya başlamış (Çalışkan ve Koç, 2012: s. 198), ve ‘‘10.01.2017 tarihinde yürürlüğe giren 6769 sayılı Sınai Mülkiyet

*Kanunun ikinci kitabıyla güçlendirilmiş bir yasal zemine kavuşmuştur. Bu tarih aynı zamanda, Coğrafi İşaretler Dairesinin de kuruluş tarihi olmuştur” (Ilıcalı, 2019: s. 104).*

Coğrafi işaretler, benzerlerinden farklı olan özellikleriyle ön plana çıkarak buldukları ülke, bölge, yöre ile bütünleşen ürünlere verilen bir sembol (Saatcı, 2019), bir bölgeyi ünü ve kalitesi ile temsil eden sınai mülkiyet hakkı (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012) ve bir ürünün ön plana çıkan özelliğinin bölgeye atfedilecek bir etiket ya da işaretle tescillenmesi süreçlerinin tamamıdır (Şahin, 2013). Türk Patent ve Marka Kurumu'nun (2021) tanımına göre ise coğrafi işaret, tüketicilere ürünün kökeni, karakteristik yapısı, kalitesi hakkında bilgi veren ve ürünün üretildiği bölge ile arasında bağ kurarak bu bağı garanti eden işarettir.

Coğrafi işaretlerin en temel amacı, yerel üretim ve bölgesel kalkınmayı destekleyerek, yerel değerleri koruma ve bölgeyi turizm faaliyetleri açısından daha hareketli hale getirme (Oraman, 2015), ürünün bağlı olduğu bölgeye özgü olmasının dışında bir marka haline gelerek, gelecek nesillere aktarılması ve kalitesini koruyarak bölgeye ve üreticiye destek olmasıdır (Yalçın, 2019).

Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmaktadır. **Menşe adı**, buldukları bölge ile aralarında kuvvetli bir bağ olan, üretildiği bölgede üretim ve işleme gibi işlemlerin yapılmasının zorunlu olduğu, tüm nitelikleri bağlı bulunduğu coğrafi alanın doğal-beşeri unsurlarından oluşan coğrafi işaretlere denilmektedir. **Mahreç işareti**, üretim ya da işleme aşamalarından en az birinin bağlı olduğu bölgede yapılması gereken ürünlerin konu olduğu coğrafi işaretlere denilmektedir. Ayrıca mahreç işareti alan ürünlerin belirtilen aşamalardan birinin bağlı olduğu bölgede yapılması halinde diğer aşamaları yöre dışında da yapılabilmektedir (TPMK, 2021). Menşe adı ve mahreç işareti kapsamına girmeyen **geleneksel ürün adı ise**, herhangi bir ürünü tanıtmak için geleneksel koşullarla en az 30 yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanmış olan, geleneksel yöntemlerle üretilen, hammadde ve malzemeleri tamamen bölgeye ait olan ürünlere verilen adlardır (TPE, 2021). Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili almış olan ürünlerin, tüketiciler tarafından tanınması, ürünün benzerlik gösterdiği diğer ürünlerden farklı olan özelliklerinin açık bir şekilde ortaya konulması ve ürünün tescil işareti aldığı anlaşılabilmesi açısından coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı amblemlerinin kullanılması oldukça önemli bir durumdur. Şekil 1’de gösterilmiş olan amblemlerin 10 Ocak 2018 tarihinden itibaren coğrafi işaret tescilli ürünlerle kullanılması zorunlu hale getirilmiştir (Arslaner, 2019).



Şekil 1. Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı Amblemleri (TPMK, 2021).

### Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizme Sağladığı Katkıları

Coğrafi işaretler, ekonomisi büyük oranda tarıma dayalı ülke ya da bölgelerde, sanayileşme bakımından daha ileride olan ülkelere nazaran daha önemli durumdadır. Çünkü bu bölgelerde yerel değerler ve üretilen yöresel ürünler geleneksel teknikler yoğun olarak kullanıldığı için ekonominin temel yapısını oluşturmaktadır (Tuncay, 2009). Günümüzde de hızla değişen turizm faaliyetleri turistlerin seyahat algısını, yerel değerleri ile

ön planda olan ve ekonomisini yöresel ürünlerle kalkanıran bölgelere yönlendirmesine neden olmuştur. Bu durum ise turizm sektörü ve bölgesel kalkınma açısından, yerel değerlerin daha önemli bir hal almasını ve bu ürünleri üreten bölgelerin, değerlerini koruması gerekliliğini ortaya çıkarmış ve turistik çekim aracı olarak önemli bir yere sahip olan ve bölge ekonomisine önemli katkılar sağlayan bu yöresel değerlere coğrafi işaretleme yapılmaya başlanmıştır (Mercan vd., 2014).

Turizm bölgeleri genel olarak kendilerine has özellikleri ile ziyaretçilerin ihtiyaçlarına cevap verebilmeyi, diğer bölgelerle olan benzerliklerden ziyade farklı çekicilikleriyle ön plana çıkmayı ve bölgeyi daha fazla ziyaretçinin deneyimlemesine imkan tanıyacak faaliyetler gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır (Ray ve Demirtaş, 2020). Kırsal ya da az gelişmiş bölgelerde turizm sektörünün büyümesi ve gelişmesi, bu bölgelerde farklı iş imkanları ve istihdam oluşturarak bölge ekonomisinin her alandaki gelirlerine olumlu yönde etki etmektedir. Ayrıca aynı bölgelerin gelişmiş bölgelerle arasında oluşan ekonomik farklılıkları da azaltmaktadır (Bahar, 2011). Türkiye açısından bakıldığında çeşitli turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi ve her yörenin kendine özgü geleneksel el sanatları, yöresel gıda ürünleri, kendilerine özgü gelenek ve görenekleri, yaşam tarzları ve yöresel sembollerinin varlığı yerli ve yabancı turistleri Türkiye'nin farklı bölgelerine çekmeye başlamıştır. Böylece bölge turizmi açısından farklı geliştirme politikalarının faaliyete sokulması ve yerel paydaşların bu konudaki girişimleri oldukça önemli hale gelmiştir (Çağlı, 2012).

Bölgesel turizm açısından coğrafi işaretlerin önemli bir yere sahip olmasının nedenlerinden biri, coğrafi işaretlerin bölgeye özgü yaşam tarzlarını, geleneksel üretim yapılmasına yönlendirmesi ve teşvik etmesi, yerel değerlerin ünü ve kalitesini koruması, ürünün tanıtımına imkan sağlayarak turist çekme adına önemli rol oynamasıdır (Özkaya, Sünnetçioğlu ve Can, 2013). Coğrafi işaretli ürünler destinasyonun imajına, markalaşmasına ve bölgesel turizm açısından gelişerek güçlenmesine olanak tanımaktadır. Bu koşulların sağlanmasıyla tüketiciler açısından sağlanan güven, turistik çekim unsuru olarak kullanılmaktadır. Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin ünü ve kalitesinin korunması bu ürünlerin bölgesel turizm, kırsal turizm, gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınma açısından ne derece önemli olduğunu göstermektedir. Buna bağlı olarak coğrafi işaretler bölgesel turizmi destekler nitelikte olan ve ekonomik açıdan birçok avantaj sağlayan bir unsur olarak değerlendirilmektedir (Kan vd., 2012).

### **Coğrafi İşaretlerin Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi**

Alanyazında birçok tanımı bulunan gastronomi turizmi, alternatif turizm arayışlarının bir sonucu olarak ortaya çıkan ve turistlerin ziyaret ettiği bölgeye özgü yöresel ürünleri deneyimleyerek bu ürünlerin üretim aşamasını görme imkanı bulunduğu faaliyetler olarak tanımlanabilmektedir (Işkın, 2021). Gastronomi turizmi, seyahat etme algısı alternatif turizm türlerine yönelik olan, gelir seviyesi yüksek ve farklı arayışlar içinde olan insanların tercih ettiği bir turizm türüdür (Işın ve Yalçın, 2020). Son zamanlarda gastronomi turizmine duyulan merak artmaya başlamış ve turistlerin seyahat algıları farklı yörelerin yiyecek-içecek kültürlerini tanımaya yönelik olmuştur. Böylece ziyaret edilen bölgenin kültürleri, kendilerine has yaşam tarzları, yöresel ürünleri bir çekim merkezi haline dönüşerek, bölge ekonomisine önemli katkılar sağlamaya başlamıştır (Küçükkömürler, Şirvan ve Zengin, 2018; Sormaz, Madenci ve Yılmaz, 2020).

Gastronomi turizmi kapsamında coğrafi işaretler, yerel değerleri ve kültürel mirası koruma amacını güden, tescilli bölgenin tanıtımını sağlayan ve tüketicilerin yaptığı harcamalarla bölgenin gelir seviyesini arttıran bir sistem olarak değerlendirilebilir (Denk ve Bilici, 2021). Ayrıca coğrafi işaret tescilli bulunan bölgelerin imajı, gastronomi turizmini tercih eden ziyaretçiler açısından oldukça önemli bir durumdur. Bu nedenle yerel değerlere ve yöresel yiyeceklere ilgi duyan ziyaretçilerin, ziyaret ettikleri bölgeden memnun ayrılmaları ve coğrafi işaretli ürünlerin endüstriyel alanlarda üretilerek tüketiciye kolaylıkla ulaşabilmesi gastronomi turizminin gelişimi açısından önemlidir (Işın vd., 2020).

Coğrafi işaretleri gastronomi turizmi açısından önemli kılan etkenler, yöresel değerlerin korunarak, bu değerlerin bölge kalkınmasında ekonomik anlamda büyük faydalar sağlaması, gastronomi turizmi kapsamında yer alan ürünlerin ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımının yapılarak bölgeye turist çekilmesi (Hazarhun ve

Tepeci, 2018), coğrafi işaret alan ürünlerin bölge için gastronomik bir kimlik oluşturması ve ürünlere değer katmasıdır (Babcock ve Clemens, 2004; akt. Özkaya vd., 2013). Son olarak coğrafi işaret alan ürünlerin, bölgeye özgü geleneksel yöntemlerle üretimine teşvik edilmesi, ürünün korunma altına alınarak tüketicilere güvenle sunulması ve gelecek nesillere aktarılmasının garanti altına alınması, üreticilere istihdam sağlayarak yörede farklı gelir kaynaklarının elde edilmesi ile coğrafi işaretlerin gastronomi turizmi ile yakın ilişki içinde olduğu gözlemlenmektedir (Kan vd., 2012; Süslü vd., 2020).

### ***Alanyazın Taraması***

Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizme, gastronomi turizmine, kırsal kalkınmaya ve ekonomik kalkınmaya olan etkileri ile ilgili literatürde birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan birkaçı detaylı bir biçimde takip eden kısımda incelenmiştir.

Uygun, Demiral ve Uslu (2021), Antalya'nın coğrafi işaret almış gastronomik ürünlerini değerlendirmişlerdir. Turizm potansiyeli yüksek olan Antalya ilinin gastronomik ürünlerinin de turizm açısından önemli bir yere sahip olduğunu belirttikleri çalışmalarında yazarlar, birçok kültürel değere sahip olan Antalya'nın coğrafi işaretli ürünler konusunda diğer bölgelere göre daha yavaş ilerlediğini belirtmişlerdir. Sonuç kısmında ise bölgenin oldukça yüksek olan turizm potansiyeli kullanılarak gerekli çalışmalar yapıldığı takdirde Antalya'nın coğrafi işaretli ürünlerinin ön plana çıkarılacağı ve ziyaretçilerin bölgeyi gastronomik unsurlarıyla da tanımaya imkan sağlanacağı vurgulanmıştır.

Tanrikulu ve Doğandor (2021), amacı kültürel madencilik olan çalışmalarında Bolu ilinin coğrafi işaretli ürünlerini ve bu konudaki potansiyelini ele almışlardır. Genel olarak Bolu ili ve coğrafi işaretli ürünleri hakkında bilgiler veren yazarlar, bölgenin konum itibarıyla ziyaretçi bakımından yüksek potansiyele sahip olduğunu belirtmişlerdir. Kırsal kalkınmada hayati rol oynayan coğrafi işaretleme göz önünde bulundurulduğunda, bölgede var olan coğrafi işaretli ürünlerin yanı sıra, Türk Patent ve Marka kurumu veritabanına dahil edilmesi gereken ürünleri de saptanmıştır. Ayrıca bölgenin gastronomik değerleri adına kayıtların güncellenmesi, çoğaltılması, tanıtım konusunda daha yoğun çalışmalar yapılması, gıda ürünleri dışında diğer kategorilerdeki ürünlerinde tescil alabilmesi adına gerekli projelerin hayata sokulması gibi öneriler sonuç kısmında detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Savaşkan ve Kınır (2020), Sakarya'nın gastronomik unsurlarını coğrafi işaret kapsamında değerlendirmişlerdir. Çalışmada doküman analizi ve kişisel görüş teknikleriyle veri toplanarak, Sakarya ilinin yöresel ürünlerinin farkındalık oluşturması adına öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Araştırmada Sakarya ilinin mutfak kültürüne, gastronomik unsurlarına ve coğrafi işaretli ürünlerine detaylı olarak yer verilmiştir. Çalışmanın sonunda ise bölgenin coğrafi işaret alma potansiyeline sahip ürünlerinin, tescil başvurusu yapılarak koruma altına alınmasının gastronomik anlamda ili ön plana çıkaracağı vurgulanmıştır. Ayrıca yöresel ürün hizmeti sağlayan işletmelerin açılması, tanıtım için medya ve kamu kuruluşlarından faydalanılması ve bölge kalkınması açısından farklı alternatif turizm türlerinin de faaliyete geçirilmesinin önemli olacağı konularında öneriler sunulmuştur.

Korkmaz (2020), Konya Ovası Projesi (KOP) kapsamında toplam 8 ilin (Aksaray, Karaman, Kırıkkale, Kırşehir, Konya, Niğde, Nevşehir, Yozgat) coğrafi işaretli ürünlerini ele alarak bu ürünlerin tanıtımı ve geliştirilmesi adına incelemeler yapmıştır. KOP bölgesinde şimdiye kadar 23 mahreç, 21 menşe adı olmak üzere toplam 44 başvuru yapıldığı saptanmıştır. Bölge kapsamında adı geçen 8 ilin coğrafi işaretli ürünleri detaylı bir biçimde yazar tarafından incelenmiştir. Sonuç kısmında ise yazar, konu kapsamında KOP bölgesi illeri tek tek incelendiği zaman rekabet ortamı oluşturacağı için bölgesel bilinçle hareket ederek tüm illerin ürünlerini sınıflandırmanın tanıtım, markalaşma, tüketici ve üretici açısından farkındalık oluşturabileceğini belirtmiş ve ilgili kurumların web sitelerine konu ile alakalı gerekli bilgilere detaylı olarak yer verilmesinin ve gastronomi turları düzenlenmesinin bölge kalkınması açısından faydalı olabileceği gibi önemli önerilerde bulunmuştur.

Boyras (2019), Afyonkarahisar'ın coğrafi işaretli ürünlerini ve coğrafi işaret alma potansiyeline sahip ürünlerini kırsal kalkınma ve turizm açısından ele alarak değerlendirmelerde bulunmuştur. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi ile yorumlanarak, çalışma sonunda coğrafi işaretli ürünlerin turistik talebi arttırmasında yönelik öneriler yapılmıştır. Çalışma sonunda ise toplamda 7 adet coğrafi işaret tescilli ürünü bulunan Afyonkarahisar ilinin turistik açıdan bir marka haline gelebilmesi adına, envanter çalışmaları ve veri havuzu oluşturulması, tescil almış ürünlerin ilk olarak bölge halkı tarafından benimsenmesi için çalışmalar yapılması ve coğrafi işaret tescilli alma potansiyeline sahip ürünlerin sınıflandırılarak başvuru sürecinin takip edilmesi gibi öneriler geliştirilmiştir.

Suna ve Uçuk (2018), çalışmalarında coğrafi işaret tesciline sahip ürünlerin destinasyon pazarlamasına etkilerini incelemiştir. Araştırmada coğrafi işaretlerin destinasyon pazarlamasındaki rolü ve önemi, mutfak eğitimi gören öğrencilerin bakış açısıyla ele alınmıştır. Araştırma sonunda ise Gaziantep ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin gastronomik kimlik oluşturmada önemli rol oynadığı vurgulanarak, coğrafi işaretlerle elde edilen gastronomik kimliğin destinasyon pazarlamasındaki olumlu etkileri ortaya konulmuştur.

Üzümcü, Alyakut ve Akpulat (2017), coğrafi işaret kapsamında Kocaeli ilinin gastronomik unsurlarını değerlendirmişlerdir. Çalışmada Kocaeli ili, gastronomik unsurları, coğrafi işaretli ürünleri detaylı olarak incelenerek, ilin bu konuda sahip olduğu potansiyeli gastronomi turizmi, kırsal turizm ve kent turizmi açısından ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışma sonunda ise Kocaeli'nin zengin mutfak kültürünün avantajlarından yararlanılması, coğrafi işaret alma potansiyeline sahip ürünlerin başvuru sürecine sokulması, ulusal ve uluslararası tanıtımlar yapılması adına projeler geliştirilmesi gibi öneriler geliştirilmiştir.

Deviren ve Yıldız (2017), çalışmalarında Muğla ilinin coğrafi işaretli ürünlerini bölgesel turizm açısından ele alarak, bölgenin bu konu çerçevesinde mevcut potansiyelini ortaya koymayı amaçlamışlardır. İlk olarak coğrafi işaret kavramını turizm yönünden inceleyen yazarlar, takip eden kısımda bölgesel kalkınmadaki rolünü ve Muğla'nın mevcut durumunu saptamışlardır. Konu ile alakalı kurumlarla yapılan görüşmeler ve SWOT analizi ile değerlendirilen veriler ışığında Muğla El Halısı, Bodrum Mandarini, Milas Zeytinyağının uluslararası alanda tescillenerek marka değeri oluşturma adına çalışmalar yapılması, coğrafi işaret tescilli ürünlerin üretim, denetleme, pazarlama imkanlarının geliştirilmesi, tescilli ürünlere özgü pazarlar kurarak tüketicilerin bu alanlara yönlendirilmesi ve ürünlerin katma değerinin arttırılması, bölgesel turizme katkı sağlaması adına tescilli ürünlerin internet, uluslararası sempozyum ve festivallerle tanıtılması gibi öneriler sunulmuştur.

### **Elazığ İlinin Sahip Olduğu Coğrafi İşaretli Ürünler**

Elazığ'ın, yöreye özgü karakteristik özellikler taşıyan ve kendine has isimlerle anılan yerel değerlerinin varlığı bölgeyi kültürel açıdan ve turizm çekiciliği açısından ilgi duyulan bir merkez haline dönüştürmektedir (Torun, 2015). Ayrıca bölgeye özgü yerel değerlerin koruma altına alınarak, bölgeyle olan bağlantısının gelenekselliği kaybetmemesi adına coğrafi işaretlerle tescillenmesi bölge tanıtımı ve ürünlerin gelecek nesillere aktarılabilmesi açısından oldukça önemli bir yere sahiptir. Çalışmada coğrafi işaretli ürünlerin bölge kalkınmasına sağladığı faydalara, gastronomik açıdan sunduğu imkanlara, ürünün kalitesinin koruma altına alınarak gelecek nesillere aktarılmasını sağlamasına ve ürünü tüketicilere kolaylıkla sunma imkanı sağlayarak güven oluşturmaya, ulusal ve uluslararası platformlarda bölgenin tanıtımı imkanı sağlamaya gibi amaçlarına değinilmiştir.

Tüm bu avantajlar göz önünde bulundurularak Elazığ'ın sahip olduğu 5 adet coğrafi işaret tescilli ürünün (Elazığ Orciği, Ağın Leblebisi, Elazığ Öküzgözü Üzümü, Elazığ Boğazkere Üzümü, Elazığ Menceki Buğdayı) adı, türü, durumu, ürün grubu, başvuru yapan ve tescil ettiren kurumlar ve tescil tarihleri Tablo 1 ve Tablo 2'de belirtilerek, bu ürünler takip eden kısımda detaylı olarak incelenmiştir.

**Tablo 1.** Elazığ Coğrafi İşaretli Ürünleri

<i>Coğrafi İşaret Adı</i>	<i>Türü</i>	<i>Durumu</i>
Elazığ Orciği	Menşe Adı	Tescilli
Ağın Leblebisi	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Öküzgözü Üzümü	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Boğazkere Üzümü	Menşe Adı	Tescilli
Elazığ Menceki Buğdayı	Menşe Adı	Tescilli

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021

Tablo 1’de Elazığ coğrafi işaretli ürünlerinin adı, türü ve durumu belirtilmiştir. Tablo 2’de ise bu ürünlerin grubu, tescil tarihleri ve başvuru yapan kurum ve kuruluşların adlarına yer verilmiştir. Ayrıca Tablo 1 ve Tablo 2, Uygun, Demiral ve Uslu’nun (2021) Antalya İlinin Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi çalışmalarından esinlenerek yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

**Tablo 2.** Elazığ İli Coğrafi İşaretli Ürünlerin Grupları, Ürünlere Başvuru Yapan Kurumlar ve Coğrafi İşaret Tescil Başvuru ve Tescil Tarihleri

<i>Ürün Grubu</i>	<i>Başvuru Yapan/Tescil Ettiren Kurum</i>	<i>Coğrafi İşaret Adı/Tescil Tarihi</i>
Çikolata, Şekerleme ve Türevi Ürünler	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Fırat Kalkınma Ajansı, Fırat Üniversitesi, Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası, Elazığ Üzüm Üreticileri Birliği	Elazığ Orciği (2016-2018)
İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar	Ağın Kaymakamlığı Köylere Hizmet Götürme Birliği	Ağın Leblebisi (2015-2017)
İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü	Elazığ Öküzgözü Üzümü (2007-2009)
İşlenmiş ve İşlenmemiş Meyve ve Sebzeler ile Mantarlar	Fırat Kalkınma Ajansı	Elazığ Boğazkere Üzümü (2017-2019)
Diğer Ürünler	Elazığ İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası, SS Elazığ Pancar Ekici Kooperatifi	Elazığ Menceki Buğdayı (2021-2021)

Kaynak: Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021

### **Elazığ Orciği**

Elazığ ili ile özdeşleşmiş olan orcik, cevizli sucuk çeşitlerinden biridir. Yapım tekniği olarak yeni hasat edilen cevizler ince iğneyle ipe dizilerek yaklaşık bir metre boyuna ulaşınca kurutulmaya bırakılır. Daha sonra hasat edilen üzümlerin suyu preslenerek ya da çignenerek suyu çıkartılır ve kazanlarda kaynatılma işlemi başlar. Şıra haline getirilen üzüm suyunun pamuklu bezlere alınarak tortu ve çekirdeklerinden ayrıldığı süzme işlemi



uygulanır. Süzülen şıranın bir kısmı ham bulamaç için ayrılır, bir kısmı ise kazana tekrar koyularak ısıtılır. Ham bulamaç için ayrılan şıraya ölçülen miktara göre un ilave edilir ve karıştırılır. Un ilave edilen bu karışım süzme işlemi uygulanarak yavaş yavaş kazandaki şıraya ilave edilir. Bu noktadan itibaren kazanın altındaki ateş attırılır ve karıştırma hızlı bir şekilde yapılır. Kaynayan bulamaç 5 dakika daha karıştırılarak ateş söndürülür. Son olarak önceden ipe dizilen cevizler hazırlanan bulamaç içerisine batırılır ve kurumaya bırakılır. Birkaç defa tekrar eden bu işlemden sonra havanın sıcaklığına göre 1 ya da 2 gün kurutulan orcik, 15-20 cm boyutlarında kesilerek tüketime hazır hale getirilir. Elazığ orciğinin ayırt edici özelliği ise yapım aşamasında kullanılan üzümün yöreye has olması ve cevizlerin yeni hasat edilmiş olmasıdır (TPMK, 2018).



Resim 1. Elazığ Orciği

Kaynak: (<https://elazig.ktb.gov.tr>).

**Tablo 3.** Elazığ Orciği Ürün Değerleri

<i><b>Kriter</b></i>	<i><b>Limitler</b></i>
Nem (% , en çok)	23
Kül (% , en çok)	2,2
%10 HCl'de çözünmeyen kül (% , en çok)	0,3
pH	5,0-5,7
Titrasyon asitliği(tartarik asit cinsinden)(% , en çok)	0,05
Ceviz oranı (% , en az)	30

Kaynak: (<https://ci.turkpatent.gov.tr>)

### ***Elazığ Ağın Leblebisi***

Elazığ Ağın Leblebisi, Elazığ'ın Ağın ilçesinde yetişen tüylü nohutların yine Ağın ilçesi Bademli köyünden çıkarılan kum ve meşe külü ile birlikte su kullanılarak yöreye özgü üretim metodu ile elde edilir. El yapımı ve makine yapımı olarak iki çeşit üretim metodu bulunan leblebinin, her iki şekilde de aynı kalitede ürün elde edilir. İlk olarak yapıma uygun büyüklükte olan nohutlar taş ve toprak parçalarından ayrılarak çuvarlarda saklanır. Daha sonra 15 litre suyun içine 1 kg meşe külü konulup birkaç saat dinlendirilir. Kül,



dinlenme sonunda suyun altına çöker ve üstteki temiz su kullanılır. Bu aşamadan sonra elle yapım kullanılacaksa, 2 adet sac kurulur ve birine 2 litre meşe küllü su, diğerine kum koyularak ısıtılmaya başlanır. Kaynayan meşe küllü suya 200 gr tuz, 6 kg nohut eklenerek karıştırılır. Haşlanan nohutlar suyunu çektikten sonra 3 kg nohut diğer sacda bulunan kumun içine koyulur. Haşlanmış nohutlar kızgın kumda 4-5 dakika karıştırılır. Bu noktada en önemli kısım ateşin ayarlanması ve karıştırma işlemidir. Son olarak kumda kavrulan nohutlar eleğe alınarak kumlarından ve kabuklarından ayrılarak çuvallarda ağzı kapalı şekilde muhafaza edilir (TPMK, 2017).



Resim 2. Elazığ Ağın Leblebisi

Kaynak: (<https://elazig.ktb.gov.tr>).

**Tablo 4.** Elazığ Ağın Leblebisi Kimyasal Özellikleri

<i>1000 gr leblebi üzerinde yapılan analiz sonuçlarına göre</i>	
Protein Miktarı	%15-22
Selüloz Miktarı	%1-9
Gıda Katkı Maddesi Olan Renklendiriciler	Yok
Doğal Gıda Katkı Maddesi Olan Renklendiriciler	Yok

Kaynak: (<https://ci.turkpatent.gov.tr>)

### **Elazığ Öküzgözü Üzümü**

Öküzgözü üzümü 2007 yılında TPE tarafından menşe adı olarak tescillenmiştir. Üzümün en önemli ayırt edici özelliği orta kalın kabuk ve bol şıralı olmasıdır. Elazığ toprak yapısı ve Fırat Nehri ile birleşen dere ve çayların oluşturduğu mikro klima etkisi üzümün oluşması için en uygun şartları oluşturmaktadır. İsmi büyüklüğünden alan üzüm etli ve iri tanelidir. Elazığ ekolojisi ile özdeşleşen bu ürün diğer bölgelerde yetiştirilse bile aynı tat ve özellikleri sunmamaktadır. Ayrıca Öküzgözü üzümü yöre halkı tarafından sofralık ve kurutmalık olarak satılmaktadır (Elazığ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2021).



Resim 3. Elazığ Öküzgözü Üzümü  
Kaynak: (<https://elazig.ktb.gov.tr>).

### ***Elazığ Boğazkere Üzümü***

2019 yılında TPE tarafından menşe adı olarak tescillenen Boğazkere üzümü, tüketildiği zaman ağızda yanık bir tat bırakan otsu bir aromaya sahiptir. Şıralık ve şarap üretiminde kullanılan üzüm özellikle şarap yapımında aromasını yoğun olarak hissettirdiği için bu konuda daha fazla değeri kazanmaya başlanmıştır. Karakteristik özellikleri bakımından Elazığ'ın kendine özgü toprak yapısı ve denizden yaklaşık 1000 metre yükseklikte alanlarda yetişmesi ile ön plana çıkmaktadır. Yetiştirilmesi için uygun şartların oluşması ise yüksek dağlarda derelerin oluşturduğu vadilerden akan suların meydana getirdiği mikro klima özelliğidir.



Resim 4. Elazığ Boğazkere Üzümü  
Kaynak: (<https://elazig.ktb.gov.tr>)

### ***Elazığ Menceki Buğdayı***

“Elazığ Menceki Buğdayı, Poaceae (buğdaygiller) familyası *Triticum* (buğday) cinsi *Triticum durum* (makarnalık buğday) türü ve *Triticum durum ssp. compactum* (makarnalık topbaş buğday) alt türünden elde edilir. Elazığ Menceki Buğdayı doğada kendiliğinden oluşan genetiğini korumuş 28 kromozomlu yabani Gernik'in bir varyetesi olup makarnalık buğdaydır. Kendi tohumundan üretilerek ekolojik istekleri bakımından

coğrafi sınıra bağımlıdır. Elazığ Menceki Buğdayının killi-tınlı toprak yapısında yetişmiş olması nedeniyle dane camsılık oranının yüksek olması dolayısıyla buğdayın dane sertliği yüksektir. Elazığ Menceki Buğdayı yörede yapılan yemeklerde ve çorbalarda da sıkça kullanılır. Coğrafi sınır karasal iklim etkisinde olsa da Fırat Nehriyle birleşen dere ve çayların, Keban Barajı, Kalecik Barajı, Cip Barajı ve Karakaya Barajının yarattığı mikro klima sonucunda bölgesel iklim yumuşayarak, Elazığ Menceki Buğdayının ayırt edici özelliklerini kazandırır. Elazığ'ın mikro klima özellikleri; fenolojik bakımdan Elazığ Menceki Buğdayının ilk dönemlerinde kök gelişiminin hızlı olmasını ve kök tacı oluşturabilmesi için de buğdayın soğuk ve kurağa karşı dayanıklı olmasını sağlar. Ayrıca çimlenme-kardeşlenme dönemi için gereken 8- 10 °C sıcaklık, % 60'ın üzerinde bağıl nem; kardeşlenme-sapa kalkma için 10-15 °C sıcaklık, % 65 nem, az ışıklı ve yarı kapalı hava koşullarını oluşturur'' (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2021).



Resim 5. Elazığ Menceki Buğdayı  
Kaynak: (<https://elazig.ktb.gov.tr>).

**Tablo 5.** Elazığ Menceki Buğdayının Fiziksel ve Kimyasal Özellikleri

Özellikler	Değerler
Tane rengi (1-3 ıskasıyla 1:Beyaz 2;Kehribar sarı 3:Kırmızı 4:Çakır 5:Siyah)	2 ve 3
Camsılık (%)	% 70-100
Bin tane ağırlığı (g)	26 - 58
Hektolitre ağırlığı (kg)	80 - 100
Tane protein oranı (%)	10 - 15
Tane sertlik SKC indeks	70 - 100

Kaynak: (<https://ci.turkpatent.gov.tr>)

### 3. Yöntem

Çalışmada Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerini bölgesel turizm kapsamında değerlendirerek, konu ile alakalı öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında çalışmada nitel araştırma tekniği benimsenmiştir. Nitel araştırma tekniği, ele alınan konunun daha derin bir algıyla incelenme gayreti, problemlerin kendi bağlamında yorumlayıcı bir yaklaşımla ele alınabilmesi ve olaylar arasındaki bağlantıların keskin bir şekilde idrak edilebilmesi nedenlerinden dolayı tercih edilmiştir. Ayrıca nitel araştırmaların büyük ölçüde öznel olması, araştırmacıların kendi görüşlerine de yer verebilmesine olanak tanımaktadır (Baltacı, 2019).

Araştırmada, doküman analizi tekniği kullanılarak ikincil kaynaklardan (dergi, bilimsel makale, web siteleri, broşür) yararlanılmıştır. Doküman analizi, konu ile alakalı bilgiler sunan yazılı kaynakların detaylı bir biçimde sistematik olarak incelenip, bu kaynaklardan bütüncül bir yaklaşım geliştirilmesidir (Wach, 2013). Araştırmada kaynak tasarrufu, olayların önem sırasının oluşturabilmesi ve verilerin tasnifi için doküman analizi tekniği kullanılmıştır. İkincil kaynaklardan elde edilen verilerin doküman analizi 5.10.2021-9.12.2021 tarihleri arasında yapılmıştır (Elazığ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Elazığ Valiliği, Türk Patent ve Marka Enstitüsü, Türkiye Cumhuriyeti Ağın Kaymakamlığı). Son olarak SWOT analizi İngilizce bir terim olan ve baş harfleri güçlü yönler (Strengths), zayıf yönler (Weakness), fırsatlar (Opportunities), tehditler'den (Threats) oluşan bir kısaltmadır. SWOT analizi araştırılan konunun güçlü-zayıf yönlerini ve fırsat ve tehditlerini belirlemek amacıyla tercih edilen, olumsuzlukları en aza indirmenin ve üstünlükleri daha fazla arttırmanın yollarını belirleyen bir analiz türüdür (Acar, 2019). Bu nedenler elde edilen verilerin değerlendirilebilmesi ve Elazığ ilinin çalışılan konu kapsamında güçlü-zayıf yönlerinin belirlenebilmesi, fırsat ve tehditlerinin ortaya konulabilmesi için SWOT analizi tekniği kullanılmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilebilmesi için aşağıda bulunan 4 araştırma sorusundan yola çıkmıştır.

- Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm açısından güçlü yönleri nelerdir?
- Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm açısından zayıf yönleri nelerdir?
- Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm açısından fırsatları nelerdir?
- Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm açısından tehditleri nelerdir?

#### 4. Bulgular

Araştırmada Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin ikincil kaynaklardan elde edilen verilerle değerlendirmeleri yapılmıştır. Buna ek olarak elde edilen veriler bölgesel turizm, gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınma açısından ele alınarak SWOT analizi ile Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6'da sunulan SWOT analizine göre Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin genel olarak güçlü yönleri ve fırsatları ön plana çıkmaktadır. Elazığ'ın zengin mutfak kültürü, coğrafi işaretli ürünlerinin ayırt edici özelliklerinin ön planda oluşu, coğrafi işaret tescili alma potansiyeline sahip birçok ürünün varlığı, yerel halk ve yerel paydaşların coğrafi işaretli ürünleri tanıtımı konusunda son zamanlarda daha aktif faaliyetler göstermesi, özellikle tanıtım ve pazarlama konusunda genç nüfusu teşvik ederek sosyal medyanın gücünden yararlanılması, ürünlerin yöre halkı tarafından hala yoğun olarak tüketilmesi ve bu ürünlerin üretiminin hala geleneksel yöntemlerle yapılması güçlü yönler ve fırsatlar açısından karşımıza çıkan en önemli faktörlerdir. Zayıf yönler ve tehditler değerlendirildiğinde ise tanıtım ve pazarlama eksikliği başta olmak üzere coğrafi işaretli ürünlerin bölge kalkınmasına etkilerinin bölgede benimsenmemiş olması, ürün üretici firmaların rekabet ortamı yaratarak ürünün geleceğine kalıcı zararlar vermesi, başka illerin Elazığ orciğini benimseyerek farklı şekillerde üretimini yapması, orciğin orijinalliğine ve ait olduğu yöreye zarar vermesi gibi unsurlar tabloda dikkate alınması gereken zayıf yönler ve tehditler olarak değerlendirilmiştir.

**Tablo 6 .** Elazığ İli Coğrafi İşaretli Ürünlerinin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi

<i>Güçlü Yönler</i>	<i>Zayıf Yönler</i>
<p>Doğal ve kültürel kaynakların zenginliği Alternatif turizm türlerine uygunluğu Geleneksel açıdan köklü bir mutfak kültürüne sahip olması Yöresel ürün çeşidi bakımından birçok ürünün varlığı Yöresel unsurların ziyaretçiler tarafından beğenilmesi Coğrafi işaret alma potansiyeline sahip birçok ürünün bulunması Yöresel ürünlerin yerel halk tarafından yoğun olarak kullanılması Coğrafi işaretli ürünlerin lezzet ve üretim metodu bakımından oldukça ayırt edici özelliklere sahip olması Özellikle Elazığ orçığının üretimi ve pazarlanmasının son yıllarda artarak bölgede yoğun talep görmesi</p>	<p>Bölgeye özgü yöresel değerlerin tanıtım, reklam ve pazarlamasının yeterince yapılmaması Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi ve bölgesel kalkınmaya olan olumlu etkilerinin yerel halk tarafından bilinmemesi Coğrafi işaret tesciline sahip olsa da ürünlerin hala geniş pazarlarda yer alamaması Yöresel ürünlerin tüketilmesi için hizmet sunacak ve tanıtım konusunda büyük destek sağlayabilecek işletmelerin bulunmaması Bulunduğu konum ve yaşanan terör olaylarının ziyaretçiler üzerinde ön yargı oluşturmaması Turizm sektörünün sağladığı katkılar ve istihdam olanaklarının, bölgede yeterince bilinmemesi Alternatif turizm türlerine uygun alanların tanıtılmaması</p>
<i>Fırsatlar</i>	<i>Tehditler</i>
<p>Coğrafi işaretli ürünlerin bölgeye özgü geleneksel yöntemlerle üretilmesinin, bölgeye turist çekme ve ürün tanıtımı açısından kullanılabilir olması Coğrafi işaret potansiyeline sahip ürünler için gerekli çalışmalar yapılarak tescillenmesi için başvuru sürecine sokulması Coğrafi işaretli yöresel ürünlerin, bölge kalkınması ve tanıtımı konusunda sahip olduğu gücün yerel paydaşlar ve yerel halk tarafından anlaşılmasına başlanması Coğrafi işaretli ürünlerin sayısını arttırarak, Elazığ ilinin sahip olduğu gastronomi turizmi potansiyelini ön plana çıkarmak Coğrafi işaretlerin ihracatı için gerekli adımların yerel paydaşlar ve üreticiler tarafından atılması Coğrafi işaretlerin ve gelenekselliğin önemi konusunda, özellikle genç nüfus dikkate alınarak gerekli eğitimlerin verilmesi</p>	<p>Elazığ ili ile özdeşleşmiş olan ve geçmişi eskilere dayanan Elazığ orçığının, diğer iller tarafından üretilerek benimsenmesinin tüketiciler açısından orçığın nereye ait olduğu konusunda karışıklık yaratması Bölgede coğrafi işaretli ürünleri üreten kişi ya da firmaların, birlikte çalışmalar geliştirerek ürünü daha fazla kitleye tanıtmak yerine rekabet ortamı oluşturmaları Coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel değerlerin gastronomi turizmi ve bölgesel turizm kapsamında yeterli seviyede kullanılmaması Yabancı firmalara ait gıda ürünlerinin artmasıyla bölgede yaşayan genç nüfusun geleneksellikten yavaş yavaş kopması</p>

## 5. Sonuç ve Öneriler

Coğrafi işaretler, bölgeye özgü yöresel ürünleri koruma altına alarak gelenekselliğini sürdürebilmesi açısından destinasyonlar için oldukça önemli bir yere sahiptir. Coğrafi işaret tescili almış ürünlerin ticari bir marka değeri oluşturarak bölge kalkınmasına sağladığı katkılar ürünün değerini arttırarak daha geniş pazarlarda yer bulmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca coğrafi işaretlerin turistik çekicilik unsuru olarak kullanılması, bölgeye gelen ziyaretçilere deneyimleme ve bölge kültürünü tanıtmaya imkanlarının sunulması etkinlikleri de bölgede imaj oluşturma, yöresel ürünlerden gelir elde etme ve bölgesel turizm açısından süreklilik sağlama gibi faaliyetlerde önemli bir araçtır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen SWOT analizi ile Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin hala geleneksel yöntemlere bağlı olarak üretilmesi, yöresel ürün çeşitliliği, son yıllarda yöresel ürünlere artan talep, coğrafi işaret alma potansiyeli olan birçok ürünün varlığı ve köklü bir mutfak kültürüne sahip olması güçlü yönler ve fırsatlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak Elazığ'ın coğrafi işaretli ürünlerinin ve mutfağının tanıtım, pazarlama ve reklam faaliyetlerinin yeterince etkin yapılamaması, yerel halkın bu konudaki bilinçsizliği, genç nüfusun gelenekselliğe olan ilgisizliği, yöresel ürünlere yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yer verilmemesi, son zamanlarda yerel paydaşların tanıtım ve coğrafi işaret başvuru faaliyetleri artmış olsa bile hala yeterli çabanın gösterilememesi zayıf yönler ve tehditler olarak analiz edilmiştir.



Elazığ ili coğrafi işaretli ürünlerinin bölgesel turizm ve gastronomi turizmi açısından değerlendirilerek bölgenin daha çekici hale getirilmesi için ve bu alanda özel, kamu ve yerel paydaşlar için daha fazla faaliyet göstermeleri adına geliştirilen öneriler aşağıda sunulmuştur.

- Kamu kurumları başta olmak üzere Elazığ hakkında bilgiler veren web sitelerinde coğrafi işaretli ürünlere daha geniş yer vererek daha tanımlayıcı bilgiler eklenmelidir.
- Elazığ ilinde bulunan Fırat Üniversitesine öğrenim amacıyla il dışından gelen öğrenciler için coğrafi işaretli ürünler, etkinlikler yapılarak tanıtılmalı ve bu ürünler küçük paketler halinde ücretsiz olarak dağıtılarak tattırılmalıdır. Bu durum tatil dönemlerinde memleketlerine dönen öğrencilerin Elazığ yöresel ürünlerini çevresindeki insanlara tanıtmaya açısından oldukça basit ve daha az masraflı bir yöntemdir.
- Bölgesel turizme katkı açısından coğrafi işaretli ürünlere özgü festivaller düzenlenmesi ve uluslararası sempozyumlar aracılığıyla aktif şekilde reklamlar yapılması, Elazığ coğrafi işaretli ürünlerinin özgünlüğü ve gelenekselliği açısından tüketicilere farkındalık oluşturulması amaçlanmalıdır.
- Elazığ'ın mevcut 5 adet coğrafi işaretli ürününün dışında coğrafi işaret potansiyeli olan diğer ürünlerin ar-ge çalışmaları yapılarak tescil için başvuru sürecine girme faaliyetleri hızlandırılmalıdır.
- Coğrafi işaretli ürünlerin Elazığ'da mevcut alternatif turizm türleri ile bütünleştirilmesi bölgeye turizm faaliyetlerine katılma amacı ile gelen ziyaretçilerin bu ürünlerle karşılaşmasına ve doğal olarak ürünü deneyimleme şansına imkan sunacaktır.
- Elazığ'da orçik üretimi yapan firmaların, üretimde orçik'in asıl hammaddesi olan üzüm yerine dut pekmezi kullanmaları ürünün orjinalliğine zarar vermektedir. Bu konu ile alakalı sınıflandırma çalışmaları yapılarak Elazığ'da üretilen dut orçigi içinde coğrafi işaret tescil başvurusu yapılmalıdır. Böylece ürünün diğer bölgelerde üretilen şeklinin de tanıtımı sağlanarak asıl ürün olan üzüm orçiginin geleneksel yapısı korunmuş olacaktır.
- Çalışmada orçik üretimi hakkında detaylı olarak bilgiler verilmiştir. Orçik üretimi aşamasında üzüm şirasından elde edilen bulamaç Elazığ'da yerel halk tarafından hala yoğun olarak bu haliyle tüketilmektedir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda üretim aşamasında kullanılan bulamaç, farklı bir tatlı olarak üretilerek satışa sunulabilir ve bölgeye yeni bir iş potansiyeli sağlayarak farklı bir lezzet olarak yöresel ürün pazarlarında kendisine yer bulabilir.
- Yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerin menülerinde yöresel yemeklere daha fazla yer verilmesi ve bu işletmelerde coğrafi işaretli ürünlerin bulundurulması müşterilere sunulması gastronomi turizmi açısından bölgenin tanıtılmasına ve turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir hale getirilmesine neden olacaktır.
- Çalışma kapsamında SWOT analizi ile saptanan bilgiler dikkate alınmalıdır. Böylece zayıf yönleri ve tehditleri ortadan kaldıracak faaliyetlerin yapılması bölgeyi gastronomi anlamında ön plana çıkararak turist çekiciliği açısından olumlu yönde etkileyecektir.

Özellikle son zamanlarda Elazığ orçigine artan yoğun talep bu ürünün başka destinasyonlar tarafından üretilmesine neden olmaktadır. Bu da Elazığ orçiginin bölgeye özgü geleneksel yapısının bozulmasına ve tüketicilerin orçik hakkında farklı fikirler edinmesine neden olmaktadır. Ayrıca Elazığ orçiginin yaygın olarak cevizli sucuk ismiyle bilinmesi ve başka illerin bu isimle üretim yapması, orçigi bölgeden kopararak yöresellikten uzaklaştırmaktadır. Elazığ orçiginin geleneksellikten uzaklaştıran bir diğer faktör ise, orçik'in hammaddesi olarak kullanılan üzümün yerine bölgede üretim yapan firmaların hammadde olarak dut pekmezi kullanması ve tüketicilere bu şekilde tanıtılmasıdır. Bu konuda yapılacak en önemli öneri ise Elazığ orçiginin ticari amaçlarla ön plana çıkarılmasından ziyade bölgeyle olan köklü bağlarının tüketicilere tanıtılması kültürel açıdan daha önemlidir.

Son olarak çalışmada kullanılan bilgilerin birçoğu Türk Patent ve Marka Enstitüsü web sitesinden elde edilmiştir. Daha detaylı veri elde edilebilecek farklı kaynaklar aynı bilgilerden oluşmakta ve güncellenmesi gerekmektedir. Bu durum Elazığ hakkındaki yazılı kaynakların sınırlı olduğunu göstermektedir. Konu ile alakalı tanıtım faaliyetlerinin arttırılmasının bu alanda çalışma yapacak olan araştırmacılara ve Elazığ hakkında bilgi sahibi olmak isteyen bireylere yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

### Kaynakça

- Acar, N. (2019). Pınarbaşı Destinasyonunun Pazar Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Bir SWOT Analizi, *Business and Management Studies: An International Journal*, 7(2), 856-876.
- Arslaner, A. (2019). Türkiye’de Coğrafi İşaret Kavramı, *Hoca Ahmet Yesevi 2. Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi, 6-8 Aralık, Erzurum*.
- Babcock, B., A. ve Clemens, R. (2004). Geographical Indications and Property Rights: Protecting Value Added Agricultural Products, *No:1044-2016-85373*.
- Bahar, O. (2011). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri ve Önemi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(19).
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Boyraz, M. (2019). Coğrafi İşaretleli Ürünler: Afyonkarahisar, *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries Dergisi*, 3(4), 26-46.
- Calboli, I. (2015). Geographical Indications of Origin at the Crossroads of Local Development, Consumer Protection and Marketing Strategies, *Max Planck Institute for Innovation and Competition*, 46, 760-780.
- Çağlı, I., B. (2012). Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmada Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği, *İstanbul Teknik Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Çalışkan, V. ve Koç, H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17(28), 193-214.
- Dayısoylu, S., K., Yörükoğlu, T. ve Ançel, T. (2017). Kahramanmaraş’ın Coğrafi İşaretleli Ürünleri ve İlin Potansiyel Durumu, *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 20(1), 80-88.
- Denk, E. ve Bilici, N., S. (2021). Erzurum İlinin Coğrafi İşaret (CI) Almış Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(1), 102-122.
- Deviren, V., N. ve Yıldız, O. (2017). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Muğla Örneği, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 511-523.
- Elazığ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2021). Mutfak Kültürü ve Yöresel Yemekler 1. ve 2. Cilt, Erişim adresi: <https://elazig.ktb.gov.tr/TR-246156/elazig-mutfagi.html>.
- Eren, F., Y. ve Sezgin, A., C. (2021). Coğrafi İşaretleli Yöresel Ürünlerin Destinasyon Açısından Önemi: Kapadokya Bölgesi Örneği, *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 61-78.
- Güllü, K.ve Yaşar, M. (2019). Yerel Halkın Alternatif Turizm Potansiyeli Algılaması: Elazığ Örneği, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 33(47), 107-126.
- Hazarhun, E. ve Tepeci, M. (2018). Coğrafi İşarete Sahip Olan Yöresel Ürün ve Yemeklerin Manisa’nın Gastronomi Turizminin Gelişimine Katkısı, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 371-389.
- Ilıcalı, G. (2019). 1995 Yılında Günümüze Coğrafi İşaret Koruması, Erişim adresi: <http://www.ankarabaru.org.tr/site/ankarabaru/frmmakale/2019-1/5.pdf>.
- Işın, A. ve Yalçın, E. (2020). Coğrafi İşaretleli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2507-2522.
- Işkın, M. (2021). Türkiye’nin Gastronomi Turizmi Göstergeleri ve Yerli Turistlerin Gastronomi Turizmine Katılım Durumları, *Journal of Global Tourism and Technology Research*, 2(1), 26-34.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 93-101.
- Korkmaz, H., U. (2020). KOP Bölgesi Coğrafi İşaretlerinin İncelenmesi ve Öneriler, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 36-53.
- Küçükkömürlü, S., Şirvan, U., N., B. ve Sezgin, A., C. (2018). Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(2), 78-85.



- Mercan, O., Ş. ve Üzülmez, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(2), 67-94.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünler, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Özkaya, D., F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1), 13-30.
- Ray, U., C. ve Demirtaş, N. (2020). Hatay/ Samandağ İlçesinin Swot Analizi ve Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Çalışma, *Dünya İnsan Bilimleri Dergisi*, (2), 99-115.
- Saatcı, G. (2019). Coğrafi İşaretli Yiyeceklerin Tanıtım Unsuru Olarak Yöresel Yemekler Kapsamında Değerlendirilmesi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 358-374.
- Savaşkan, Y. ve Kınır, S. (2020). Sakarya İli Gastronomik Unsurlarının Coğrafi İşaret Kapsamında Değerlendirilmesi, *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961.
- Sormaz, Ü., Madenci, B., A. ve Yılmaz, M. (2020). Konya İli Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 6(28), 115-129.
- Suna, B. ve Uçuk, C. (2018). Coğrafi İşaret ile Tescil Edilmiş Ürüne Sahip Olmanın Destinasyon Pazarlamasına Etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 100-118.
- Suratno, B. (2004). Protection of Geographical Indications. *IP Management Review*, 2, 87-93.
- Süslü, C., Eryılmaz, G. ve Demir, E. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Kapsamında Değerlendirilmesi: Mersin İli Örneği, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), 135-149.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)’nin Coğrafi İşaretleri, *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23-27.
- Şenocak, E. (2014). Elazığ Yöresi Sofra Adabından Misafir Ağırlamaya Türk Halk Gelenekleri ve İnanışları, *AKRA Kültür, Sanat ve Edebiyat Dergisi* 2(3), 261-267.
- Şimşek, A. ve Güleç, E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Coğrafi İşaretli Ürün: Elazığ Orciği, *Aydın Gastronomy*, 4(2), 73-81.
- Tanrıkulu, M. ve Doğanor, E. (2021). Coğrafi İşaretleri ve Coğrafi İşaret Potansiyeliyle Bolu İli, *ÇAKÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 223-257.
- Torun, C. (2015). Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, *Balıkesir Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Tuncay, M. (2009). Coğrafi İşaretlerin Korunması, *Kırıkkale Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale*.
- Türkiye Cumhuriyeti Ağın Kaymakamlığı. (2021). Erişim adresi: <http://www.agin.gov.tr/>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2017). Elazığ Ağın Leblebisi, Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/259.pdf>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). Coğrafi İşaret Nedir? Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir?>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). Geleneksel Ürün Adı Nedir? Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/geleneksel-ürün-adı-nedir?>
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2018). Elazığ Orciği, Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/7f55bc69-b6cc-4665-a86b-843a2b8f42ae.pdf>.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). Elazığ Menceki Buğdayı, Erişim adresi: <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/67a789d6-e7d9-407f-83ba-ece4d97d7282.pdf>.
- Uygun, A., İ., Demiral, Y., M. ve Uslu, N. (2021). Antalya İlinin Coğrafi İşaret Almış Gastronomik Ürünlerinin Değerlendirilmesi, *Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi*, 3(2), 91-104.
- Üzülmez, M. (2020). Osmaniye İlinin Coğrafi İşaretli Ürün Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Journal of Academic Value Studies*, 6(2), 188-196.
- Üzümcü, T., P., Alyakut, Ö. ve Akpulat, N., A. (2017). Coğrafi İşaretleme Kapsamında Kocaeli Gastronomik Unsurlarının Değerlendirilmesi, *KMÜ, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19(28), 132-140.
- Wach, E. (2013). Learning About Qualitative Document Analysis, Erişim adresi: <https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/2989/PP%20InBrief%2013%20QDA%20FINAL2.pdf?sequence=4>.
- Yalçın, D. (2019). Coğrafi İşaretlerin Şehir Markalaşmasına Etkileri: Sakarya İli Örneği, *Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya*.