



## Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölgesel Turizmin Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi: Siirt İli Örneği

### *Evaluation of Geographical Indications in Terms of Development of Regional Tourism: The Case of Siirt Province*

Yasemin CEYLAN<sup>1</sup>, Meryem SAMIRKAŞ KOMŞU<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Siirt Üniversitesi, Kurtalan Meslek Yüksekokulu, Siirt, Türkiye  
<sup>2</sup>Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin, Türkiye

**ORCID:**

**M.B.:** 0000-0002-7526-7426

**M.S.K.:** 0000-0002-3264-5896

**Corresponding Author:**

Yasemin CEYLAN

**Email:**

yasemin.ceylan@siirt.edu.tr

**Citation:** Ceylan, Y. ve Samırkaş-Komşu, M. (2020). Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi: Siirt ili örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, (Special Issue 5): 59-75.

**Submitted:** 05.11.2020

**Accepted:** 02.12.2020

### Özet

Siirt ili turizm açısından değerlendirildiğinde daha çok inanç turizmi ile ön plana çıkmakta olup inanç turizmi dışında doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi işaretli ürünleri ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Coğrafi işaretleme, bölgenin ve yerel ürünlerin bilinirliğinin artırılmasında, yerel değerlerin turistik bir ürün olarak pazarlanmasında ve bölgesel ekonomiye katkı sağlanmasında önemli bir araçtır. Bu çalışmada, Siirt ilinin merkezi kurum yöneticileriyle görüşmeler yapılarak Siirt ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünler (Pervari balı, Perde pilavı, Büryan kebabı ve Siirt Battaniyesi) bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında merkezi kurum yöneticileriyle yapılan görüşmeler sonucunda, coğrafi işaretlemenin bölgesel turizmin gelişimi açısından paydaşların oldukça önem verdiği bir konu olduğu ancak bu ürünlerin tek başına bir turistik çekicilik sağlayamayacağı anlaşılmaktadır. Bu kapsamda Coğrafi işaretli ürünlerin ilin doğal, tarihi, kültürel değerleri ile inanç turizmi ve gastronomi turizmiyle beraber bütünleştirilerek birbirini desteklemesi gerektiği, yerel değerlerin tanıtımının yapılması ve turizm ürünü olarak kullanımının yaygınlaşması, üretici ve tüketicide farkındalık yaratmak için ciddi anlamda çalışmalar yapılması gerektiği sonucuna varılmış ve birtakım önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Sözcükler:** Coğrafi işaretleme, Yerel ürünler, Bölgesel gelişim, Siirt

### Abstract

When Siirt province is evaluated in terms of tourism, it comes to the forefront of faith tourism. Beyond faith tourism, it has important tourism potential with its natural, cultural, historical and geographically marked products. Geographical marking is an important tool in increasing the awareness of the region and local products, marketing local values as a touristic product and contributing to the regional economy. In this study, the geographically marked products of Siirt province (Pervari balı, Perde pilavı, Büryan kebabı ve Siirt Battaniyesi) were evaluated in terms of the development of regional tourism by interviewing the central institution managers of Siirt province. As a result of the interviews with the central institution managers within the scope of the study, it is understood that geographical indication is a subject that stakeholders attach great importance to in terms of the development of regional tourism. Still, these products alone cannot provide a touristic attraction. In this scope, it was concluded that geographically marked products should support each other by integrating the natural, historical and cultural values of the province with religious tourism and gastronomic

*tourism. Stakeholders should also promote local values and spread their use as a tourism product, and serious efforts should be made to raise awareness among producers and consumers.*

**Keywords:** *Geographical indication, Local products, Regional development, Siirt*

## 1. GİRİŞ

Coğrafi işaretler, belirli bir alandan kaynaklanan bir ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri bakımından coğrafi kaynağına atfedilen, bir bölgeyi temsil eden sınaî mülkiyet hakkıdır (İlıcılı 2005). Coğrafi işaretli ürünlerde doğa ve/veya insan faktörü bulunabilmektedir. Buradan hareketle coğrafi işaretler, yalnızca tarım ürünleri ile sınırlı olmayıp, insan eliyle yapılan ürünleri de kapsamaktadır. Buna göre coğrafi işaretlerin kapsamına doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünleri girmektedir (Tuncay, 2009). Coğrafi işaret kavramı, belirgin bir niteliği, ünü ya da diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren bir işaret olup menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmıştır (Ertan, 2010: 162; Giray vd., 2012: 110; Özkaya vd., 2013: 16; Mercan ve Üzülmöz, 2014: 69; Tekelioğlu ve Demirel, 2008). Buna göre bir ürüne Coğrafi İşaret verilirken; coğrafi sınırları belirlenmiş bir alan olmalıdır, bu alana ait doğal ve beşeri unsurlardan kaynaklanan bir ürün olmalıdır. Ürünün üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinin tamamı bu alanda gerçekleşiyorsa Menşe adı, en az biri bu alanda gerçekleşiyorsa Mahreç işareti verilmektedir (İlıcılı, 2007). Mahreç işareti ve menşe adı arasındaki en temel farklılık üretim yeri ile ilgilidir. Mahreç işaretini taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışındaki bölgelerde de üretilebilirken, Menşe adını taşıyan ürünler ait oldukları coğrafi bölgenin dışında üretilemezler (Acar, 2018).

Coğrafi işaret tescilinde; yerel ve geleneksel ürünlerin kalitesinden ödün vermeden korunması, üretimin bilinen özellikte yapılmasının sağlanması, üreticilerin tescilin sağladığı korumadan yararlanmaları, sahte üretimlerin engellenmesi, milli ve kültürel değerlerinin korunması amaçlanmaktadır (Albayrak, vd. 2016). Bununla birlikte coğrafi işaret tescili; sürdürülebilirlik çerçevesinde yerel halkın refahının artırılmasına, bölgedeki yerel işletmelerin kârlarını arttırma, ürününün imajını geliştirerek farkındalık yaratma, ürünün tercih edilme düzeyini arttırma ve pazarlamada avantaj sağlama gibi amaçlara da hizmet etmektedir (Acar, 2018). Coğrafi işaretleme “Yerelliğin Dünya ile Buluşması” sloganıyla yöresel ürünlerin ve yerel değerlerin sürdürülebilirliği için alınan yasal tedbirler şeklinde ifade edilebilir (Şahin, 2013: 35). Coğrafi işaretlerin, geleneksel bilgi ve kültür değerlerini koruma, ürün taklitçiliği ile mücadele etme, turizme katkıda bulunma, yerel üretimi ve tarımsal faaliyetleri destekleme, çevreyi ve biyolojik çeşitliliği koruma, ürünün kalitesini garanti ederek pazarlama aracı olma, bölgenin tanıtımına katkı sağlama, üreticiyi ve tüketiciyi koruma gibi birçok işlevi vardır (Tepe, 2008).

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bir yörenin kendine özgü ürünleri, coğrafi işaretlerle tescillenerek yöresel ürünlerin koruma altına alınması; doğrudan üreticinin, dolaylı olarak da tüketicinin koruma altına alınmasını sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescili ile tüketicide güven oluşturulması ve bu ürünlerin, aynı türdeki diğer ürünlere oranla daha çok tercih edilmesi sağlanabilir. Nitekim yöresel ürünlerin; ait oldukları yörenin ismiyle anıldığında daha çok tercih edildikleri tespit edilmiştir (Toprak ve Oğuz 2017: 964).

Son yıllarda tüketicilerin sağlıklı beslenmeye yönelmesi ve gıda güvenirliliğine dikkat ederek organik ürünlere yönelmesi, coğrafi işaretli ürünlere olan ilgiyi ve önemi arttırmıştır. Tüketicilerin coğrafi işaretli ürünleri daha çok tercih etmesi, bu ürünlerin satış değerlerinin artmasına olanak sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescilinin oluşturduğu katma değer işlevi, bu tescile sahip ürünlerin tüketiciler tarafından daha yüksek bedel ödenerek satın alınması tescilli ürünün sahip olduğu ünün

bir karşılığı olduğu görülmektedir (Tepe, 2008). Belli bir kaliteyi garanti eden ürün farklılaştırmasıyla, ürünün fiyatına %5 ila %15 arasında fiyat primi eklenmektedir (Babcock ve Clemens, 2004; Brown, 2003). Coğrafi işaretler, ürünün kalitesini garantileyerek üreticiye de pazarlama konusunda büyük avantajlar sağlama imkanı vermektedir. Coğrafi işaretler, ürünlerin kalitesini göstermekle birlikte, ürünlerin ün veya özelliklerinin coğrafi menşinden kaynaklandığını belirttikleri için tüketicilerin yardımcısı konumundadırlar (Stoll, 1999). Coğrafi işaret tescili ile ürünlerin yetiştirildiği yöre adı ile üne kavuşup markalaştığı için coğrafi işaretli ürünler tüketiciler tarafından daha çok tercih edilmektedir (Şahin, 2013: 35).

Coğrafi işaretleme ile ürün kalitesinin korunması ve bölgesel kalkınmaya destek olunması amaçlanmaktadır. Coğrafi işaret tescilinin anonim nitelikte olması, tescil kurallarına uyarak üretim yapan bütün üreticilerin haklarının korunması bakımından da oldukça önemli bir uygulamadır (Şahin, 2013: 35). Coğrafi işaret tescili, yöresel ürünlere güven duyulmasını sağlayarak üretici ve tüketicileri korumasıyla birlikte kırsal bölgelerde kültürel mirasları koruyan, gelişiminde rol oynayan yasal ve ekonomik işleve sahiptir (Durlu vd., 2013: 16). Coğrafi işaretler kapsamında ürün korumalarının, ekonomik kontrolün yerelleştirilmesine, bölgesel kalkınmanın geliştirilmesine ve yüksek ekonomik getirinin teşvikine yardımcı olabileceği ifade edilmektedir (Rangnekar, 2004). Nitekim coğrafi işaretlerin üreticilerin, çiftçilerin, yerel toplulukların ve çevrenin üzerinde olumlu etkileri olduğu belirtilmektedir (Belletti ve Marescotti, 2002; Larson, 2007).

Yerel kültürün önemli bir parçası olan yöresel ürünlerin üretildikleri yöre ile aralarında güçlü bir bağ bulunmaktadır (Toprak ve Oğuz, 2017: 966). Coğrafi işaretler, ürünün kökeni ile olan bu güçlü bağ sayesinde tüketicileri ürünün bulunduğu coğrafyaya çekerek turizmin canlanmasına da katkıda bulunmaktadır (Mercan ve Üzülmöz, 2014).

## 2.1. Bölgesel Turizmin Gelişimi Açısından Coğrafi İşaret

Son yıllarda, turistlerin yöresel değerlerini koruyan bölgelere daha fazla seyahat ettikleri görülmektedir. Turistler, kitle turizmi ürünlerini tercih etmenin yanında, seyahat ettikleri bölgelerdeki yöresel ürün ve yemeklere ilgi göstermeye başlamıştır (Mercan ve Üzülmöz, 2014). Bu sebeple, destinasyonlar turist çekebilmek ve turizm gelirlerini artırmak için yerel değerlerine daha çok önem vermeye, ön plana çıkartmaya ve daha çok korumaya başlamışlardır.

Bölgesel gelişim anlayışının en önemli unsurlarından biri olan turizm, yerel ve yöresel ürünlerin ön plana çıkmasını sağlayan önemli bir sektör olarak kabul edilmektedir (Orhan, 2010:244). Yerel değerlerin cazibesini arttırarak talep edilmesinde önemli rol oynayan coğrafi işaretler, günümüzde alternatif turizm arayışları kapsamında değişen turizm taleplerine cevap verebilecek geleneksel ürünlerin ve yerel değerlerin turistlere sunulmasını ve bu ürünlerin korunarak nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır. Yerel değerlerin gelecek nesillere aktarılması, yerelliğin dünya ile buluşması noktasında coğrafi işaretleme uygulaması ön plana çıkmaktadır (Hazarhun ve Tepeci, 2018). Bu sebeple coğrafi işaretleme, bölgesel gelişim ve sürdürülebilir turizmle de ilişkilendirilmektedir.

Coğrafi işaretleme ile yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesi destinasyonun tercih edilmesi açısından da oldukça önemli bir konudur. Nitekim coğrafi işaretli yerel değerler yöreye ait kültür ve geleneklerin değerlendirilmesini sağlarken, destinasyon imajını güçlendirerek destinasyon markalaşmasını da mümkün kılmaktadır (Acar, 2018). Coğrafi işaretlerin yerel ürünlerle birlikte yöreyi de tanıtıyor olması, bölgenin turizm potansiyelinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Son dönemlerde gerek iç gerekse dış turizmde yerel değerler, pazarlama faaliyetlerinin odak noktası haline gelmeye başlamış, yerel değerlerin tescillenip turizm sektöründe yeni pazarlama

alanı olarak kullanılması, dünya ülkelerinin sıkça izlediği ulusal turizm politikalarından biri haline gelmiştir (Orhan, 2010: 250, Acar, 2018: 65).

Bir bölgede coğrafi işaret olarak markalaşan yöresel ürünlerin ve yerel değerlerin turistik bir değer olarak pazarlanması, o bölgeyi turizmde öne çıkan destinasyon merkezleri haline getirmekte ve alternatif turizm fırsatlarına olanak sağlamaktadır. Böylece coğrafi işarete sahip olan ürünler, bölgesel gelişim ile ilişkilendirilerek turizme de sürdürülebilir bir boyut kazandırmaktadır (Vatansever ve Yıldız, 2017). Bu sebeple coğrafi işaretlerin turizm yoluyla bölgesel turizme önemli katkılar sağlayacağı ve yerel değerlerin turistik ürün olarak kullanımının yaygınlaşacağı öngörülmektedir (Toprak ve Oğuz, 2017: 964). Bölgesel turizmin canlanması ve gelişmesi amacıyla coğrafi işaretli ürünler için özel pazarlama stratejileri geliştirilerek, gerekli tanıtım ve reklamlarının yapılarak ulusal ve uluslararası düzeyde bilinirliğinin artırılması sağlanabilir. Turizm bölgesinde coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı için düzenlenebilecek şenlik, festival vb. etkinliklerle daha çok turist bölgeye gelmesi sağlanarak bu ürünlerin daha çok talep edilmesi sağlanabilir.

## 2.2. Türkiye ve Siirt'teki Coğrafi İşaretlerin Mevcut Durumu

Türkiye geneline onaylanmış ve başvuru aşamasında olan toplan 1224 adet coğrafi işaretli ürün bulunmaktadır. Bu ürünlerin 547 adedi onaylanarak coğrafi işaret almaya hak kazanmıştır, 677 adedi ise henüz başvuru aşamasında bulunmaktadır. Siirt ilinde 4 adet tescilli coğrafi işaret bulunmaktadır. Bunlar; Siirt Battaniyesi, Büryan Kebabı, Perde Pilavı, Pervari Balı'dır. Bu coğrafi işaretler tür açısından incelendiğinde; Büryan Kebabı, Perde Pilavı ve Siirt Battaniyesi mahreç işaretine sahip olduğu, Pervari Balı ise menşe adına sahip olduğu görülmektedir. Zivzik Narı tescili için de 25.01.2019 tarihinde tescil başvurusu yapılmış olup henüz onaylanmamıştır (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2019).

## 2.3. Siirt Fıstığı'nın Tescil Durumu

Siirt Fıstığı diğer fıstık çeşitlerine göre ayırt edici özellikleri (iri taneli olması, çıtlama oranının yüksek olması kemik kabuğunun açık renkli olması ve oval şeklinde olması) sayesinde 10.04.2007 tarihinde coğrafi işaret alamaya hak kazanmıştır (<https://www.turkpatent.gov.tr>). Ancak bu gerçeğe rağmen Antep Fıstığı Derneği, Siirt Fıstığı'nın Antep Fıstığı'nın bir çeşidi olduğunu öne sürerek Ankara 1. Fikri ve Sınai Haklar Mahkemesine açtığı Siirt Fıstığı tescilinin iptali davası 23 Aralık 2008 tarihinde Gaziantep'in lehinde sonuçlanmıştır. Bu karara karşı Siirt ili Valiliği de karşı dava açmıştır. Dava sonucunda 13.12.2018 tarihinde Siirt Fıstığı'nın Coğrafi işaret tescili iptal edilmiştir. Bu sebeple Siirt ilinde 5adet olan Coğrafi işaretli ürünlerin sayısı 4'e düşmüştür.

## 2.4. Siirt İlindeki Coğrafi İşaretli Ürünler

### 2.4.1. Büryan Kebabı

Siirt iline ait çok eski yemeklerden olan Büryan Kebabı, Oğlak etinden veya erkek koyun etinden yapılmakta ve sabah erken saatlerde tüketilmektedir. Özel bir teknikle kuyularda pişirilen Büryan Kebabı, bu özel pişirme tekniği ile diğer kebab çeşitlerinden farklılık göstererek coğrafi işaret tescilini almaya hak kazanmıştır. Büryan kebabı Mahreç işareti olarak tescillenmiştir.

Büryan Kebabı'nın Pişirilme Tekniği; Kuyunun içine pişme anında yağların közle buluşup ete is tadının bulaşmaması için, içine su ilave edilmiş kazan kuyuya sarkıtılır, daha sonra et çengellere asılır ve duvarlara değmeyecek şekilde kuyunun içine sarkıtılır, kuyunun üzeri metal kapak ile kapatılarak, hava almaması için kenarları çamur ile sıvanır (Oğuz,2016). Alttaki köz ateşin etkisiyle etler kendi buharında pişer. İki üç saatlik pişme süresinden sonra kuyudan çıkarılır. Etin tadını değiştirmemesi için büryan kebabına tuz dışında hiçbir baharat eklenmez.

#### 2.4.2. Siirt Battaniyesi

Siirt battaniyesi tiftik keçisinin tiftiğinden üretilmektedir. Siirt battaniyesinin ayırt edici özellikleri; el dokuması olması, yıkandığında renk vermemesi tüylerinin dökülmemesi, koku yaymaması, demir taraklarla tüylendirilerek şekillendirilmesi, çözüğü ipinin pamuktan Solması, genellikle beyaz, siyah, kahverengi, gri gibi doğal renklerde olması, tiftiğin kirmanla eğilerek ip haline getirilmesi ve geçmişten günümüze dokuma esaslarına bağlı kalınarak dokunmaya devam etmesidir. Siirt battaniyesi Mahreç işareti olarak tescillenmiş ürünlerimizdendir (<https://www.turkpatent.gov.tr>).

#### 2.4.3. Perde pilavı

Perde Pilavı Siirt iline özgü coğrafi işaret almaya hak kazanmış yöresel bir yemektir. Perde Pilavın orijinali keklik etiyle yapılır fakat kekliğin nesli tükendiğinden günümüzde tavuk eti tercih edilmektedir. Perde pilavın ayırt edici özelliği; 5 çeşit baharat, badem ve çam fıstığı kullanılması, pirincin tereyağında kavrulması, kızarmış tavuk ya da kızarmış keklik eti kullanılması, özel perde pilav tenceresinin kullanılması ve yufka inceliğinde hamur kullanılmasıdır. Perde Pilav yapımı; Üst kısmı geniş alt kısmı dar olan özel perde pilav tenceresinin içi yağlanıp badem yerleştirildikten sonra yufka inceliğinde hamur tencereye yerleştirilir, tencerenin içine, bir kat kızarmış keklik veya tavuk eti, bir kat pilav olacak şekilde bastırılarak doldurulur. Pilavın üzeri hamurla kapatılarak yüksek ısıda fırında kızarıncaya kadar pişirilir Perde pilav Mahreç işareti olarak tescillenmiş ürünlerimiz arasında yer almaktadır (<https://www.turkpatent.gov.tr>).

#### 2.4.4. Pervari Balı

Pervari Balı, Siirt İlinin Pervari ilçesindeki dağların eteklerinde ve yaylalarındaki florada bulunan üçgül, yonca, adaçayı, kekik, ballıbaba, peygamber çiçeği, geven, engerek otu, sığırdili, fiğ, kenger gibi çiçek ve bitkilerde bulunan bal özlerinin, bal arısı tarafından toplanması ile elde edilmektedir. Pervari Balı, geleneksel usullerle kara kovan ve örme sepetlerde hiçbir katkı maddesi içermeden tamamen organik olarak üretilmektedir. Pervari balı, üretildiği ilçenin coğrafi yapısına ve bitki örtüsüne bağlı olarak koyu kıvamlı ve hoş kokulu bir nitelik arz etmektedir. Bu ayırt edici özellikleri sayesinde Pervari balı coğrafi işaret almaya hak kazanmıştır. Pervari balı menşe adı teselli coğrafi işaretli bir üründür (<https://www.turkpatent.gov.tr>).

### 2.5. Siirt İlinin Turizm Potansiyeli

Siirt'te İnanç Turizmi; Siirt'te on binlerce evliyanın yattığı rivayet edilmektedir. İnanç turizmindeki hareketlilik, Hz.Veyssel Karani'nin türbesinin bulunduğu Baykan İlçesinde ve İsmail Fakirullah Hz. ile İbrahim Hakkı Hz.lerinin türbesinin bulunduğu Aydınlar (Tillo) ilçelerinde yoğunlaşmaktadır. Bu türbeler, her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir. Türbelerin yoğun ilgi görmesi türbelerde yapılan duaların daha makbul olacağı düşüncesinden kaynaklanmaktadır. Bu düşünceden hareketle, çocuk sahibi olmak, evlenmek, iş bulmak, nazar ve hastalıklardan kurtulmak gibi birçok sebeple türbeler ziyaret edilmektedir. Sözü edilen türbeler dışında cennet- cehennem tasvirinin bulunduğu Sultan Memduh Hz.Türbesi, İbrahim Hakkı'nın kullandığı kozmografya aletleri, haritalar, güneş sistemi ile ilgili tahta küreler el yazması kitaplar ve eşyaların bulunduğu müze ve yeşil su (şifalı su) kuyusu diğer inanç turizmi çekiciliklerindedir.

Siirt'in Doğal, Tarihi, Kültürel Varlıkları; Siirt ili inanç turizminin yanında eski kent dokusu ve doğal güzellikler bakımından da oldukça zengin bir yapıya sahiptir. Siirt'te çok sayıda tarihi camiler, kaleler ve köprüler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Tarihi Cas Evleri, Ulu Cami, Çevrimtepe Köyü Cami (Baykan), Oyacık Köyü Cami (Kurtalan), İnce Kaya (Kormas) Kalesi, İrun Kalesi, Şirvan (Küfre) Kalesi, Derzin Kalesi, Gerrahan Köprüsü (Eruh), Çapıran Köprüleri

(Baykan), Botan Mağaraları, 3.500 yıllık Siirt Akabesi, Kaya Geçit (Eruh), Rasıl Hacı Kanyonu (Delikli Taş) ve Tarihi Liman Kenti Tell-Fâfan' dır.

Siirt'in Alternatif Turizm Olanakları; Siirt ilinin sahip olduğu zengin doğal kaynaklardan biri akarsularımızdır. Akarsularımızın önemli bir bölümü kısaca "Akarsu Turizmi" olarak tanımlayabileceğimiz rafting ve kano için elverişlidir. Siirt ilinin sahip olduğu doğal kaynaklardan bir diğeri de Botan vadisi ve tepesidir. Botan tepesi Yamaç Paraşütü yapmak için elverişlidir. Siirt ili sahip olduğu Coğrafi İşaretli Ürünleri ve yöresel yemekleri ile Gastronomi turizmi açısından oldukça önemli bir çekicilik kaynağıdır.

Siirt İline Gelen Turist Sayıları; Siirt' 2019 yılında gelen toplam yabancı turist sayısı 230, geceleme sayıları ise 332'dir. Siirt'e 2019 yılında gelen yerli turist sayısı 46.730, geceleme sayısı ise 73.591'dir. Tablo 1'de son üç yılda Siirt iline gelen yerli ve yabancı turistlerin sayıları ve geceleme sayıları verilmiştir.

**Tablo 1.** Siirt'e Gelen Yerli ve Yabancı Turist Sayıları ve Geceleme Sayıları

TURİST SAYILARI		GİRİŞ			GECELEME		
		YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
2017	İŞLETME BELGELİ	215	14701	14916	248	31741	31989
	YEREL YÖNETİM BELGELİ	143	8,43018850	18993	291	25846	26137
	EV PANSİYONU						
	<b>TOPLAM</b>	358	33551	33909	539	57587	58126
2018	İŞLETME BELGELİ	228	26208	26436	289	48866	49155
	YEREL YÖNETİM BELGELİ	194	18473	18667	286	24765	25051
	EV PANSİYONU	-	-	-	-	-	-
	<b>TOPLAM</b>	422	44681	45103	575	73631	74206
2019	İŞLETME BELGELİ	77	28472	28549	88	50035	50123
	YEREL YÖNETİM BELGELİ	153	18258	18411	244	23556	23800
	EV PANSİYONU						
	<b>TOPLAM</b>	230	46730	46960	332	73591	73923

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Coğrafi işaretler, bölgenin ve yerel ürünlerin bilinirliğinin artırılmasında, yerel değerlerin turistik bir ürün olarak pazarlanmasında ve bölgesel ekonomiye katkı sağlanmasında önemli bir araçtır. Dolayısıyla bu çalışmada, Siirt ilinde coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünlerin, bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilerek Siirt'teki turizm hareketliliğini arttırmak için öneriler sunulması amaçlanmaktadır. Çalışma Siirt ilinde bölgesel turizmin gelişmesinde, coğrafi işaretli ürünlerinin katkısının olup olmadığının anlaşılması açısından ve turizm hareketliliğinin artırılması için bir dizi önerilerde bulunulacağından önem arz etmektedir.

### 4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Çalışmada, teknik olarak nitel veri toplama yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, araştırmada toplanmak istenen verilerin özelliklerine ve kaynakların ulaşılabilirliğine göre farklı şekillerde gerçekleştirilebilen (yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış, etnografik ve odak grup) bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2012). Araştırma kapsamında Siirt ilinde coğrafi işaret tescilli almış ürünlerin (Siirt Battaniyesi, Büryan Kebabı, Perde Pilavı ve Pervari Balı) turizm açısından bölgesel gelişim konusunda görüş bildirme konumundaki merkezi yönetim ve yerel yönetim, ilgili kurum temsilcileri ve yardımcılarıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilerek paydaşların fikirleri alınmaya çalışılmıştır. Paydaşlardan Siirt Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü Siirt İl

Özel İdare Müdürlüğü, Siirt İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, İl Ticaret ve Sanayi Odası müdürlüğü, Siirt Siirt Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü ve son olarak Siirt Valiliği AB Dış İlişkiler Koordinasyon Merkezi ile görüşme gerçekleştirilmiştir.

Paydaşlarla görüşme yapabilmek için öncelikle telefonla aranıp araştırma konusuyula ilgili kısaca bilgi verilip randevu talebinde bulunulmuştur. Belirlenen gün ve saatte görüşme yapılacak yerlere gidilip yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak görüşme formu yardımıyla paydaşlarla yüz yüze görüşülmüş ve fikirleri alınmaya çalışılmıştır. Bu görüşmeler yaklaşık yarım saat ile 1 saat arasında sürmüş olup görüşmelerin tarihi yeri ve saati not edilerek görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ayrıca görüşme esnasında kısa notlar da tutulmuştur. Araştırma kapsamında 6 kurumdan toplam 12 kişi ile yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir. Her görüşmede görüşülen kurum, görüşülen kişilerin ismi ve görevi, görüşme yeri, saati ve süresi not edilmiştir.

Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan görüşme formunda; Siirt ilinin coğrafi işaretler açısından mevcut durumunun nasıl değerlendirildiği, coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi ve faydaları, bu ürünlerin bir turizm ürünü olarak nasıl değerlendirilebileceği, bu ürünler vasıtasıyla bölgeye turist çekmek için ne gibi faaliyetler yapılabileceği, bölgesel turizm gelişimine katkı sağlamak için ne gibi tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yapılabileceği olmak üzere 5 sorudan oluşmakta olup, Araştırma soruları Gündeğer (2014) yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır. Elde edilen ses kayıtları bilgisayar ortamına aktarılmış ve içerik analizi yapılmıştır. Görüşülen kurum yöneticilerinin görüşlerine yer verilen kısımlarda görüşmecilerin temsil ettikleri kurum ve görüşmecilerin isimleri kullanılmamış olup G1, G2, G3, G12 olarak kodlanarak veriler yorumlanmaya çalışılmıştır. Görüşülen kurumlar ve kodları ise aşağıdaki gibidir;

- K1 Siirt Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü
- K2 Siirt Ticaret ve Sanayi Odası Müdürlüğü
- K3Siirt İl Özel İdare Kültürel ve Sosyal İşler Müdürlüğü
- K4 Siirt Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü
- K5 Siirt İl kültür ve Turizm Müdürlüğü
- K6 Siirt Valiliği Dış İlişkiler Koordinasyon Merkezi Proje Koordinatörlüğü

Verilerin analizi aşamasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniğiyle toplanan veriler ses kayıtları ve notlar bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Elde edilen ham verilerin içerik analizi ile çözümlenmesi amaçlanmıştır. İçerik analizi ile elde edilen ham veriler kavramsallaştırılarak kodlar oluşturulmuştur. İlk aşamada ortaya çıkan kodlardan yola çıkarak verileri genel düzeyde açıklayabilen ve kodları belirli kategoriler altında toplayabilen temaların bulunabilmesi için tüm kodlar bir araya getirilmiş ve incelenmiştir. Kodlar arasında ortak yönler, benzerlik ve farklılıklar bulunmaya çalışılmıştır. Toplanan veriler kodlar aracılığıyla kategorize edilmeye çalışılmıştır. Bu işlem tematik kodlama işlemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 499). Benzerlik ve farklılıklarına göre gruplandırılan ve birbiriyle bağlantılı olan kodlar birleştirilerek tematik kodlama yapılmıştır.

## 5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yapılan çalışmada elde edilen ham verilerin içerik analizine tabi tutularak çözümlenmesi ve birbiriyle ilişkili olan kodların birleştirilmesi sonucu coğrafi işaretleme ile tanıtım ve bölgesel turizm gelişimi ve turistik çekicilikler olmak üzere iki ana tema belirlenmiştir. Coğrafi işaretleme ile tanıtım ana temasından yola çıkarak bölgeye turist çekme aktiviteleri ile tanıtım ve pazarlama kategorileri oluşturulmuştur. Bölgesel turizm gelişimi ana teması ise bölgesel turizmin gelişimi ve kalkınma ile bölgenin turistik çekicilikleri kategorilerini kapsamaktadır. Ana temaların kategorileri

ve kod isimleri, toplam kod sayıları, toplam yüzde sayıları ve kod yüzdeleri Tablo 2’de belirtilmiştir.

**Tablo 2.** Coğrafi İşaretleme İle Tanıtım ve Bölgesel Turizmin Gelişimi ve Turistik Çekicilikler Ana temalarındaki Kodlar ve Frekanslar

<b>Tema 1: Coğrafi işaretleme ile tanıtım</b>	<b>Kod Toplamı</b>	<b>Toplam (%)</b>	<b>Kod (%)</b>
	<b>81</b>	<b>54,7</b>	<b>100,00</b>
<b><i>Tanıtım ve pazarlama</i></b>	<b>46</b>	<b>31,1</b>	<b>100,00</b>
Tanıtım	13	8,8	28,26
İlin tanıtımı	10	6,8	21,74
Yöresel ürünlerin tanıtımı	8	5,4	17,39
Sosyal medya	8	5,4	17,39
Ürün çeşitlendirilmesi	3	2,0	6,52
Reklam	2	1,4	4,35
Ürünün katma değerinin artması	1	0,7	2,17
Pazarlamada avantaj	1	0,7	2,17
<b><i>Bölgeye turist çekme aktiviteleri</i></b>	<b>35</b>	<b>23,6</b>	<b>100,00</b>
Festival düzenleme	9	6,1	25,71
Turnuvalar konserler yarışmalar düzenleme	7	4,7	20,00
Fuar alanlarının oluşturulması	5	3,4	14,29
İlin tur güzergahına dahil edilmesi	4	2,7	11,43
Çevre illerden turist gelmesi	4	2,7	11,43
Siirt günleri	3	2,0	8,57
Alışveriş günleri	2	1,4	5,71
Kalış süresinin uzaması	1	0,7	2,86
<b>Tema 2: Bölgesel turizmin gelişimi ve turistik çekicilikler</b>	<b>Kod Toplamı</b>	<b>Toplam (%)</b>	<b>Kod (%)</b>
	<b>67</b>	<b>45,3</b>	<b>100,00</b>
<b><i>Bölgesel turizmin gelişimi ve kalkınma</i></b>	<b>43</b>	<b>29,1</b>	<b>100,00</b>
Turist çekmek	12	8,1	27,91
Bölgesel gelişim	8	5,4	18,60
Paydaşların ortak çalışması	6	4,1	13,95
İlde yatırım	3	2,0	6,98
Bölgesel kalkınma	3	2,0	6,98
Üst yapı	3	2,0	6,98
Ekonomik katkı	3	2,0	6,98
Yerel ve kırsal yatırımların desteklenmesi	2	1,4	4,65
İç turizmin hareketlenmesi	2	1,4	4,65
Ülkenin katma değeri artması	1	0,7	2,33
<b><i>Bölgenin turistik çekicilikleri</i></b>	<b>24</b>	<b>16,2</b>	<b>55,81</b>
Turistik çekicilik	5	3,4	11,63
Gastronomi turizmi	5	3,4	11,63
Yöresel yemekler	5	3,4	11,63
İnanç turizmi	3	2,0	6,98
Doğal ve tarihi güzellikler	2	1,4	4,65
Yerel zenginlikler	2	1,4	4,65
Eko – kırsal - doğa turizm	2	1,4	4,65

Tablo 2’ye göre coğrafi işaretleme ile tanıtım ana teması altında toplamda 81 kod yer almaktadır. Tanıtım ve pazarlama kategorisi altında toplamda 46 kod yer alırken, bölgeye turist



çekme aktiviteleri kategorisinde toplamda 35 kod yer almaktadır. Bölgesel turizmin gelişimi ve turistik çekicilikler ana teması altında toplamda 67 kod yer almaktadır. Bölgesel bölgesel turizmin gelişimi ve kalkınma kategorisi altında toplamda 43 kod yer alırken bölgenin turistik çekicilikleri kategorisi altında toplamda 24 kod yer almaktadır.

Yapılan görüşmeler sonucunda, bölgesel turizmin gelişmesi ve kalkınması amacıyla coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımı için tüm paydaşların bir araya gelerek çalışmaları gerektiği konusunda ortak bir fikir belirtilmiştir. Konuyla ilgili G2 düşüncelerini şu sözleriyle ifade etmiştir;

**G2** *“İlimizin kalkınması ve gelişmesi için Turizm majör konulardan biridir. Bu bilimsel bir konudur. Bölgesel turizmin gelişimine katkı sağlamak amacıyla Üniversitemizin katkılarıyla, STK’ların, yerel yöneticilerin, kamu kurumlarının, özel sektörün katkılarıyla bir araya gelerek birlikte ortak çalışmalar yapılması gerekmektedir. Bölgesel kalkınma ve ilimizin turizm açısından gelişimi her kurumun ciddi katkısına ihtiyaç duyulacak oldukça önemli bir konudur. Kurumlar birbirinden bağımsız çalıştıklarında önemli gelişmeler gösteremeyebilirler. Ancak tüm bileşenler bir araya gelerek bu konuya destek vermeleri ve ciddi çalışmalar yürütmeleri gerekmektedir. Bu konuyu ciddi anlamda şehir politikası haline getirmemiz gerekmektedir.”*

Merkezi yönetim temsilcisi G3, G4 ve G6 coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımı için tüm paydaşların bir araya gelerek çalışmaları gerektiğini belirtmektedirler. Bu konudaki düşünceleri G2’yi destekler niteliktedir. Merkezi kurum yöneticilerinin bu husustaki görüşleri aşağıdaki gibidir;

**G3** *“Siirt’te turizmin gelişimi ve bölgesel kalkınma için ilimizdeki tüm dinamiklerin bir araya gelmesi gerekmektedir. Yani devlet, özel sektör, halk, iş adamları, üniversite hepsi bir araya gelerek çalışmalıdır.”*

**G4** *“Diğer paydaşlarla bir araya gelerek STK’ların da desteğiyle şehri tanıtma komisyonu kurulmalıdır. Bütçe oluşturularak şehrin tanıtımı için güzel organizasyon ve faaliyetlerde bulunulabilir. Şehrin tanıtımı ne kadar iyi yapılırsa o kadar turist çekilebilir.”***G6** *“Resmi ve kamu kurumlarıyla üreticiler birlik olup yerel değerlerin tanıtımına önem vermelidir. Bu tanıtıma bağlı olarak coğrafi işaretli ürün satın almak için kente gelen turistlerin yoğunluğu artmış olacaktır. Hem ekonomik bir kalkınma hem de kültür turizmi hareketliliği olacaktır.”*

Merkezi kurum yöneticisi G10 ve G12 Coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizm gelişimine ve ilimizin tanıtımının yapılmasına büyük katkı sağlayacak unsurlar olduğunu coğrafi işaretli ürünlerin ve yöresel yemeklerin tanıtımının yapılmasını ve ilimizin gastronomi turizmi ile ön plana çıkması gerektiği konusundaki görüşleri birbirlerini destekler niteliktedirler. Görüşmeciler bu konudaki görüşlerini aşağıdaki gibi belirtmişlerdir;

**G10** *“Bu ürünlerin hepsi bizim yerel zenginliklerimizdir. Coğrafi işaretli ürünlerin hepsi ilimizin tanıtımına ve turizm açısından bölgesel gelişime katkı sağlayacak unsurlardır. Özellikle gastronomi turizmi açısından yöresel yemeklerimizden coğrafi işaret almış olan Büryan Kebabı ve Perde Pilavı ve henüz coğrafi işaret almamış olan Kitel ve Dolma yemek için yerli turistler ilimize gelmek isteyebilir. Tabi ki bunun için yöresel ürünlerimizin ve yemeklerimizin gerek sosyal medya gerek yerel ve ulusal basın aracılığıyla reklamının ve tanıtımının yapılması gerekmektedir.”*

**G12** *“İlimizin gastronomi turizmi açısından ciddi bir potansiyeli bulunmaktadır. Bu mevcut ve potansiyel zenginliğin en iyi şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir. Örneğin konaklama tesisleri coğrafi işaretli ve yöresel yemeklerimizi menülerine alarak ve tanıtımlarını yaparak bu yemeklerin bilinirliğinin artırılmasına katkı sağlayabilirler.”*

Merkezi kurum yöneticisi G5, coğrafi işaretli ürünlerimizden olan büryan kebabının gastronomi turizmi açısından önemli bir çekicilik olduğunu, ilimizin bir gastronomi ili haline gelmesi gerektiğini, bunun için reklam ve tanıtım faaliyetlerinin en üst düzeye çıkarılmasını gerektiğini şu sözlerle bildirmiştir.

**G5** *“Siirt’e büryan yemek için gidilir diyen kişilerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır ancak yeterli değildir. İlimizin bir gastronomi ili haline gelmesi ve daha çok turist çekebilmesi için tanıtım faaliyetlerimizi en üst seviyelere çıkarmalıyız. Kültür ve turizm müdürlüğü olarak buradaki etkinlikleriyle şehir dışında katıldığı fuarlarla, ilimize gelen yerli yabancı turistlere verdiği rehberlik hizmetiyle tanıtım için çaba göstermekteyiz.”*

Merkezi yönetim temsilcisi G9 ürünlerin coğrafi işaret almasının önemini vurgulayarak yöresel yemeklerin tanıtımının yapılması gerektiğini belirtmiştir. Siirt ilinin gastronomik değerlerinin tanıtılması gerektiği, bunun için yemek yarışmalarının düzenlenmesinin planlandığını şu sözleriyle ifade etmiştir.

**G9** *“Anadolu’nun zenginlikleriyle yurt içinde iç turizm vesilesiyle çok ciddi tanıtımlar yapılabilir. Örneğin konaklama tesisleri coğrafi işaretli ve yöresel yemeklerimizi menülerine alarak ve tanıtımlarını yaparak bu yemeklerin bilinirliğinin arttırılmasına katkı sağlayabilirler. Gastronomi turizmi açısından çok zengin bir potansiyele sahip olan ilimizin gastronomi değerlerinin tanıtımı ve bilinirliğinin arttırılması için ilimizde bir yemek yarışması yapılması planlanmaktadır. Yarışma yerel ve ulusal basında aynı zamanda sosyal medya kanallarında da duyurulacaktır. Düzenlenecek olan yemek yarışması sayesinde çevre illerden ilimize turist çekme fırsatımız olacaktır. Böylelikle coğrafi işaretli ürünlerin tanıtımı da yapılacaktır.”*

Coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımı için çeşitli tanıtım aktivitelerinin düzenlenmesi gerektiği bu aktiviteler sayesinde coğrafi işaretli ürünlerin ve Siirt ilinin bilinirliğinin artacağı ve dolayısıyla bu tanıtım aktivitelerinin bölgesel turizmin gelişiminde önemli bir rol oynayacağı konusunda tüm paydaşlar hem fikirdirler. Tanıtım aktiviteleriyle ilgili merkezi kurum temsilcilerinin görüşlerinin bazıları aşağıdaki gibidir.

**G12** *“İlimizde Pervari balı festivalinin ve fıstık festivalinin yapılması için proje hazırlıkları devam etmektedir. Birer hafta sürmesi planlanan bu festivaller kapsamında fuar alanları oluşturulup coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımının yapılması, futbol, voleybol, taola ve satranç turnuvalarının yapılması, fotoğraf ve yemek yarışmalarının yapılması, konser verilmesi planlanmaktadır. Bu faaliyetlerin ulusal ve uluslararası basına verilmesi ve sosyal medyada duyurulması gerekmektedir.”*

**G7** *“İlimizde düzenlenmesi planlanan festivaller sayesinde çevre illerden birkaç günlüğüne turist çekebilir, iç turizmin hareketlenmesini sağlayabiliriz. Festivalde Siirt fıstığı ön planda olmak suretiyle diğer coğrafi işaretli ürünler ve yöresel ürünler kurulan stantlarda tanıtılarak satışı gerçekleştirilecektir. Coğrafi işaretli ürünlerimiz ve diğer yöresel ürünlerimiz il dışında fuarlarda ve Siirt tanıtım günleri kapsamında yapılmaktadır. Bu tanıtımlar ilimizde yapıldığı takdirde ilimizde turizm hareketlenmiş olur. Yapılacak olan fuar festival ve organizasyonlarda sosyal medya ve basın iyi kullanılarak tanıtım ve reklamının yapılması gerekmektedir.”*

**G2** *“Bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak ve Siirt’in tanıtımını yapmak için ilimizde alışveriş günleri düzenlemeyi planlıyoruz. Alışveriş günleri kapsamında ilimize büyük giyim firmaları ve sanatçılar davet edilerek katılan kişilerin hem indirimli alışveriş yapabilecekleri hem de konserlerle eğlenebilecekleri bir organizasyon düzenleyip bunu da sosyal medya kanallarından, yerel ve ulusal basında duyurup ilimizde alışveriş ve eğlence imkânı sunarak çevre illerden turist çekmeyi hedefliyoruz. Bu organizasyon ile ekonomiyi canlandırarak bölgesel kalkınmaya katkı sağlamayı umuyoruz.”*

**G8** "İlimizi tanıtmak, turistik çekicilik oluşturmak, bölgedeki turizmi geliştirmek ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak için ulusal basından bir grubu, gezi rehberlerini, bloggerleri ilimize davet ederek onları ilimizde ağırlayıp ve misafirperverliğimizi göstererek ilimizi gezdirebilir ilimizin doğal ve kültürel değerlerini, coğrafi işaretli ürünlerini tanıtabiliriz. Böylelikle ilimizi ulusal basında tanıtırken hem sosyal medyada bilinirliğinin artırılması sağlanabilir hem de köşe yazılarındaki tatil önerilerinde Siirt ilimiz de gidilecek destinasyonlar arasında yerini alabilir."

**G5** "Emit fuarına her sene katılım sağlayarak coğrafi işaretli ürünlerimizi ve diğer yöresel ürünlerimizi tanıtılmaktayız. Siirt vakfının girişimleriyle üç defa İstanbul yeni kapıda, bir defa da Ankara'da Siirt günleri düzenlenmiştir. Diğer illerde de düzenlenmesi planlanmaktadır. Siirt günlerinde ilimizin coğrafi işaretli ürünleri ve yöresel değerleri tanıtılmaktadır. Bu sene Kültür ve Turizm Müdürlüğü olarak Yalova'da yumurta şenliğine katıldık. Burada stant açıp coğrafi işaretli ve diğer yöresel ürünlerimizin tanıtımını yaptık. Antalya'da her sene düzenlenen yöresel ürünler fuarına katılım sağlayarak tüm yöresel ürünlerimizin tanıtımını yapmaktayız. İlimize gelen özel misafirlere hediye, dekoratif olarak kullanılan seccade büyüklüğünde Siirt battaniyeleri hediye ederek tanıtımını yapıyoruz."

Merkezi kurum yöneticilerinden G2, G3 ve G5 bölgesel turizmin gelişmesi ve ilimize daha çok turist gelmesi için seyahat acenteleri ile görüşülerek tur güzergahlarına Siirt ilinin dahil edilmesine yönelik görüşlerini şu sözlerle ifade etmişlerdir;

**G2** "TÜRSAB ve seyahat acenteleriyle görüşülerek tur güzergâhlarına Siirt'in de dâhil edilmesi ve bir gün konaklaması için girişimlerde bulunulmalıdır."

**G3** "Tur şirketleriyle anlaşarak ilimize turist kafilelerinin gelmesini sağlayabiliriz."

**G5** "Tur şirketleriyle anlaşarak güneydoğu Anadolu turlarının rotalarına Siirt'in de eklenmesi ve ilimize daha çok turist gelmesini sağlanabilir."

Merkezi kurum yöneticilerinden G7 ve G12 bölgesel turizmin gelişmesi için Siirt ilinin üst yapı olanaklarının geliştirilmesi konusuna dikkat çekmiştir ve ildeki konaklama kapasitesinin artırılması gerektiği konusunda hemfikirdir. Merkezi kurum yöneticilerinin konuyla ilgili görüşleri aşağıdaki gibidir.

**G7** "Turizmin gelişmesi için ilimize ulaşımın kolaylaştırılmasına ve yeni bir havalimanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte gerekli üst yapı olanaklarının da sağlanması daha çok konaklama işletmesi ve turistik işletmelere yatırım yapılması gerekmektedir."

**G12** "Öncelikle ilimizde konaklama işletmelerinin sayısının artırılması ilimizde butik otel tarzı doğayla iç içe sağlıklı doğal ve yöresel ürünlerin tüketildiği otantik konaklama işletmeleri açılırsa kırsal turizm veya eko turizm gibi turizm çeşitleri de canlanabilir."

Merkezi yönetim temsilcisi G2 Coğrafi işaretli ürünlerin pazarlama açısından önemini vurgulamış ve ürünlerin coğrafi işaretli olmasının pazarlama açısından büyük avantaj sağladığını coğrafi işaretler ile ülkemizin arttığını belirtmiştir. Coğrafi işaretli ürünlerin katma değerinin arttığını ve ürünlerin tesciliyle hem üreticinin hem tüketicinin korunmuş olduğunu belirten merkezi yönetim temsilcisi G3'nin pazarlama ile ilgili görüşleri aşağıdaki gibidir.

**G3** "Coğrafi işaret tescili ile ürünler hem markalaşmış olmakta hem de ürünlerin muadilleri o ürün adı altında satılması engellenmiş olmaktadır. Böylelikle hem ürün hem üretici hem de tüketici korunmuş olmaktadır. Ürün coğrafi işaret aldıktan sonra ürünün katma değeri %50 artmış oluyor. Ürünün korunması ve yereldeki katma değer artması adına coğrafi işaret tesciline çok önem verilmesi gerekmektedir. Ayrıca uluslararası alanda coğrafi işaret tescili almış ürünlere çok değer verilmektedir. Ürünlerin pazarlama aşamasından coğrafi işaretli

*olması büyük bir avantaj sağlamaktadır. Günümüzde birçok ülke ürünün coğrafi işaretili olması şartıyla ülkelerine ithal etmeyi kabul etmektedir. Ürünlerin coğrafi işaretili olması ülkemizin ihracat potansiyelini arttırmakta ve ülkemize döviz girdisi sağlamaktadır. Döviz girdisinin satın alma gücü paritesini ortaya koyduğumuzda ülkeye büyük bir değer sağladığı görülmektedir. Bu sebeple ülkemizdeki bu hazineyi iyi işlememiz gerekmektedir."*

Merkezi kurum yöneticilerinden G3 ve G5 Coğrafi işaretlerin bir turistik çekicilik sağlama noktasında yetersiz kalacağını, coğrafi işaretili ürünlerin inanç turizmi ve ilimizin tarihi, doğal, kültürel zenginlikleriyle bir araya getirilmesi ile turistik çekicilik sağlayarak bölgesel turizm gelişimine ve bölge ekonomisine katkı sağlayabileceği hususundaki görüşleri birbirlerini destekler niteliktedir. Merkezi kurum yöneticileri konuyla ilgili görüşlerini şu sözlerle dile getirmişlerdir;

**G3** *"Coğrafi işaretlerin tek başına bir turistik çekicilik sağlayarak turizm katkı sağlayacağını düşünmüyorum. Çünkü coğrafi işaretili ürünler her yerde satılıyor. Ancak bu ürünler sadece Siirt'te hizmete sunulduğu takdirde bir turistik çekicilik oluşturabilir. Örneğin gastronomi unsurlarımızdan perde pilav ve büryan yemek için insanlar çevre illerden Siirt'e gelebilir çünkü burada orijinal haliyle bulabilirler. İlimizin coğrafi işaretili ürünleri ilimizin diğer zenginlikleriyle yani inanç turizmi, tarihi ve kültürel dokusu ve doğal güzellikleri ile bir araya getirildikleri takdirde bölgesel turizmin gelişimine katkı sağlayabileceklerdir."*

**G5** *"Coğrafi işaretili ürünler tek başına bir turistik çekicilik sağlayamasa da inanç turizmi açısından oldukça önemli turistik çekicilik sağlayan Tillo ve Veysel Karani ilçelerimizdeki türbelerimiz var. İlimiz gelen misafirlerin büyük çoğunluğu bu türbeleri ziyaret etmek üzere ilimize gelmektedir. İnanç turizminin yanında doğa turizmi ile de turistik çekicilik sağlayıp coğrafi işaretili ürünlerin satın alınması sağlanmış olmaktadır. Özetle Coğrafi işaretili ürünler tek başına bir turistik çekicilik sağlayamasa da yapılan organizasyonlar festivaller ve etkinlikler ile inanç turizmi ve doğa turizmi ile ilimize turist çekip coğrafi işaretili ürünlerimizin tanıtılması ve satışının sağlanarak bölge ekonomisine katkı sağlanacağı söylenebilir."*

Merkezi kurum yöneticilerinden G6 ve G5 Siirt ilinin turistik çekiciliklerinin tanıtımının yetersiz olduğunu, Coğrafi işaretili ürünler aracılığıyla ilin diğer turistik çekiciliklerinin tanıtımının yapılmasına katkıda sağlanabileceği, yöresel ürünlerinin kullanımının yaygınlaştırılmasını sağlayabileceği konusundaki görüş ve önerilerini şu sözlerle dile getirmişlerdir.

**G6** *"Siirt ili, yerel ürünler bakımından oldukça zengin olmasına rağmen, bu yerel değerlerin tanıtımı yetersiz kalmaktadır. Coğrafi işaretlemeler yerel ürünlerin kullanımını ve tanıtımına da büyük katkıda bulunabilir. Bu çalışma ile yerel değerlerin tanıtımının yapılması ve turizm ürünü olarak kullanımının yaygınlaşması, üretici ve satıcı ve tüketicide farkındalık yaratmak için ciddi anlamda çalışma yapılması gerekir."*

**G5** *"İlimizin gezilecek görülecek çok güzel yerleri var. Rasil-hacar, Tillo, Veysel Karani gibi. Buraların tanıtımının daha çok yapılması gerekmektedir. Bunun için bütün tanıtım enstrümanlarının çok iyi kullanılması gerekmektedir. Örneğin sosyal medya mecrasının, yazılı görsel medya kanallarında iyi tanıtılması ve lobcilik faaliyetlerinin ciddi bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Bu işin profesyonelleriyle örneğin profesyonel aşçıların oluşturdukları derneklerle federasyonlarla bizzat çalışıp yöresel yemeklerimizi tanıtarak bir farkındalık oluşturulabilir."*

Yapılan görüşmeler sonucu merkezi kurum yöneticilerinden G4 ve G1 Aralık 2018'e kadar Siirt ilinin tanıtımına en çok katkı sağlayan, ilin en önemli coğrafi işaretili ürünü olan Siirt fıstığının coğrafi işaret tescilinin iptal edildiğini belirterek Siirt fıstığının coğrafi işaret alınması için girişimlerde bulunulması gerektiğini şu sözlerle ifade etmişlerdir;

**G4** "Siirt'in tanıtımına ve turizme katkı sağlayacak en önemli ürünümüz Siirt fıstığıdır. Siirt fıstığının coğrafi işaret tescilinin geri alınması için kamuoyu oluşturulmalı ve gerekli girişimlerde bulunulmalıdır. Siirt fıstığı ve Antep fıstığının arasındaki farklar ön plana çıkarılarak coğrafi işaret tescilinin geri alınması için başvuruda bulunulmalıdır. Ayrıca Siirt fıstığının kuru yemiş olarak tüketilmesinin yanında ürün çeşitlendirmesine gidilerek kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir."

**G1** "2018 Aralık ayına kadar ilimizin en önemli coğrafi işaret tescilli ürünlerinden olan sonrasında tescili iptal edilip coğrafi işaretli ürünler listesinden çıkmış olan Siirt Fıstığının tekrar coğrafi işaret tescilli ürünler arasında yer alması için başvuru yapılması düşünülmektedir. Siirt fıstığı ilimizin tanınmasına ve bilinirliğinin artmasına, gerek ilimizin adıyla anılması gerekse ambalajlarının üzerinde Veysel Karani türbesi, Cas evleri, Botan vadisi ve ışık hadisesi gibi görsellerin yer almasıyla önemli ölçüde katkı sağlamaktadır"

**G2** Tescili iptal edilip coğrafi işaretli ürünler listesinden çıkmış olan Siirt Fıstığının tekrar coğrafi işaret tescilli ürünler arasında yer alması için başvuru yapılması düşünülmektedir. İlimizin mevcut coğrafi işaretli ürünlerinin yanında coğrafi işaret almaya değer potansiyel ürünler de vardır. Bu ürünler; bittim sabunu, Siirt sumacı, Cefan kavunu, kuru tandır ekmeği, Kitel (İçli köfte), ekşi dolması, Tayfi üzümü ve yörenin kendine has peynir çeşitleridir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Siirt ili turizm açısından değerlendirildiğinde daha çok inanç turizmi ile ön plana çıkmaktadır. İnanç turizmindeki hareketlilik, Hz.Veysel Karani'nin türbesinin bulunduğu Baykan İlçesinde ve İsmail Fakirullah Hz. ile İbrahim Hakkı Hz.lerinin türbesinin bulunduğu Aydınlar (Tillo) ilçesinde yoğunlaşmaktadır. Bu eşsiz mekanlar, her yıl binlerce turist tarafından ziyaret edilmektedir. Siirt ili inanç turizmi dışında doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu çalışmada, Siirt ilinin merkezi kurum yöneticileriyle görüşmeler yapılarak Siirt ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Siirt iline ait olan coğrafi işaretli ürünleri bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi amacıyla merkezi kurum yöneticileriyle yapılan görüşmeler sonucunda, coğrafi işaretlemenin bölgesel turizmin gelişmesi açısından paydaşların oldukça önem verdiği bir konu olduğu anlaşılmaktadır. Siirt ilinin coğrafi işaretler açısından mevcut durumu değerlendirildiğinde; Pervari balı, Perde pilavı, Büryan kebabı ve Siirt Battaniyesi olmak üzere 4 adet coğrafi işaretli olduğu Zivzik narının başvurusunun değerlendirme aşamasında olduğu görülmektedir. 2003 yılından 2018 yılına kadar coğrafi işaret tescilli olan Siirt fıstığının tescilinin 13.12.2018 tarihinde yargıtay kararıyla iptal edilmiştir. 2018 yılına kadar ilimizin en önemli coğrafi işaret tescilli ürünlerinden olan sonrasında tescili iptal edilip coğrafi işaretli ürünler listesinden çıkmış olan Siirt Fıstığının tekrar coğrafi işaret tescilli ürünler arasında yer alması için başvuru yapılması düşünülmektedir. İlimizin mevcut coğrafi işaretli ürünlerinin yanında coğrafi işaret almaya değer potansiyel ürünler de vardır. Bu ürünler; bittim sabunu, Siirt sumacı, Cefan kavunu, kuru tandır ekmeği, Kitel (İçli köfte), ekşi dolması, Tayfi üzümü ve yörenin kendine has peynir çeşitleridir.

Coğrafi işaretli ürünler bölgesel turizmin gelişimi için oldukça önemli bir unsur olsa da bu ürünlerin tek başına bir turistik çekicilik sağlayamayacağı düşünülmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin ilin doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile inanç turizmi ve gastronomi turizmi ile beraber bütünleştirilerek birbirini desteklenmesi sağlanmalıdır. Yerel zenginliklerimiz olan coğrafi işaretli ürünler ilin tanıtımına ve turizm açısından bölgesel gelişime katkı sağlayacak temel unsurlardandır. Siirt iline inanç turizmi, gastronomi turizmi için veya doğal tarihi ve kültürel değerleri tanımak için gelen turistlere ilin yerel değerlerinin ve coğrafi işaretli ürünlerin

tanıtımının yapılarak bu ürünlerin satışının sağlanması ile bölgesel gelişime ve ilin ekonomisinin canlanmasına katkı sağlanacaktır. Bölgesel turizmin gelişmesi ve kalkınması amacıyla coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımı için tüm paydaşların bir araya gelerek çalışmaları gerekmektedir.

Yerel değerlerin tanıtımının yapılması ve turizm ürünü olarak kullanımının yaygınlaşması, üretici ve tüketicide farkındalık yaratmak için ciddi anlamda çalışma yapılması gerekir. Coğrafi işaretli ürünler tek başına bir turistik çekicilik sağlayamasa da yapılan organizasyonlar festivaller ve etkinlikler ile inanç turizmi ve doğa turizmi ile ilimize turist çekip coğrafi işaretli ürünlerimizin tanıtılması ve satışının sağlanarak bölge ekonomisine katkı sağlanacağı söylenebilir.

Siirt ilinin coğrafi işaret tescili almış ürünlerinin bölgesel turizmin gelişimi açısından değerlendirilmesi amacıyla görüşülen merkezi kurum temsilcilerinin görüşleri dikkate alınarak sunulabilecek öneriler şunlardır:

- Konaklama tesisleri coğrafi işaretli ve diğer yöresel yemekleri menülerine alarak ve tanıtımlarını yaparak bu yemeklerin bilinirliğinin artırılmasına katkı sağlayabilirler.
- İnanç turizmine alternatif olarak gastronomi turizmi açısından sahip olan Siirt ili gastronomi turizmi ile ön plana çıkarılabilir. Gastronomi turizmi açısından önemli değerlere ve çok zengin bir potansiyele sahip olan Siirt ilinin yöresel yemeklerinden henüz coğrafi işaret almamış olan Kitel, Dolma ve Bumbar için ilin adıyla anılacak şekilde (Siirt Kiteli, Siirt Dolması ve Siirt Bumbarı) coğrafi işaret alınması için başvuru yapılmalıdır. Yöresel yemeklerden coğrafi işaret almış olan Büryan Kebabı ve Perde Pilavı da gerek sosyal medya gerek yerel ve ulusal basın aracılığıyla reklamının ve tanıtımının yapılması gerekmektedir.
- Siirt'in gastronomi değerlerinin tanıtımı ve bilinirliğinin artırılması için ilde yemek yarışmaları düzenlenebilir. Yarışmaya ünlü şefler de jüri olarak davet edilerek, yerel ve ulusal basında, aynı zamanda sosyal medya kanallarında da duyurulmalıdır. Düzenlenecek olan yemek yarışması sayesinde çevre illerden Siirt'e turist çekme fırsatı bulunabilir.
- Siirt fıstığı ve Antep fıstığının arasındaki farklar ön plana çıkarılarak coğrafi işaret tescili iptal edilmiş olan Siirt fıstığının tescilinin geri alınması için gerekli girişimlerde bulunulması ve tescili geri alınmalıdır. Ayrıca Siirt fıstığının kuru yemiş olarak tüketilmesinin yanında ürün çeşitlendirmesine gidilerek kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir.
- Bölgesel turizmin gelişimine katkı sağlamak amacıyla kurumların birbirinden bağımsız çalışması yerine ildeki tüm dinamiklerin bir araya gelerek birlikte çalışmalar yürütmeleri bu konunun ciddi anlamda şehir politikası haline getirilmesi gerekmektedir. Bunun için; üniversitenin, STK'ların, yerel yöneticilerin, kamu kurumlarının ve özel sektörün bir araya gelerek birlikte ortak çalışmalar yapılması gerekmektedir.
- Coğrafi işaretli ürünlerin gerek sosyal medya, gerek ulusal ve uluslararası alanda reklam ve tanıtım faaliyetlerinin titizlikle üzerinde durulmalı ve artırılmalıdır.
- Hasat şenliği yapılabilir çiftçi günleri bahçe günleri düzenlenebilir ve bu faaliyetlerin ulusal ve uluslararası basına verilmesi ve sosyal medyada duyurulması sağlanabilir.
- Siirt'in en çok turist çeken Veysel Karani ve İsmail Fakirullah türbesi çevresinde, Kaletül üstad tepesinde, Ras'ıl Hacı'da, tarihi ve kültürel mekanların çevresinde coğrafi işaret standları açılarak tanıtımları ve satışları gerçekleştirilebilir. Benzer şekilde coğrafi işaretli ürünler ile Siirt ilinin inanç turizmi ve doğal, tarihi, kültürel değerlerinin tanıtımı yapılabilir.

- Siirt fıstığı ambalajlarının üzerinde Veysel Karani türbesi, Cas evleri, Botan vadisi ve ışık hadisesi gibi görsellerin yer alması ilin tanınması ve bilinirliğinin artması hususuna önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Coğrafi işaret tescili iptal edilmiş olan Siirt fıstığı ambalajlarında yer alan olduğu gibi Siirt ilinin turistik çekiciliklerinin bulunduğu görseller ülkenin her yerinde satışı yapılan Pervari balı ambalajlarına da basılarak ilin gezilecek görülecek terlerin tanıtımı yapılabilir.
- Siirt'in coğrafi işaretli ürünleri ilin diğer zenginlikleriyle yani inanç turizmi, tarihi ve kültürel dokusu ve doğal güzellikleri ile bir araya getirilerek bölgesel turizmin gelişimine katkı sağlanabilir.
- Kırsal kalkınma yatırımlarını destekleme programı kapsamında butik otel ve el sanatlarına yönelik proje fikri olan girişimcilere kurum olarak KDV hariç %50 hibe desteği verilmektedir. Bunun gibi girişimcilere çeşitli destekler sağlanabilir.
- Siirt'in tanıtımını yapmak, ekonomiyi canlandırmak ve bölgesel kalkınmaya katkı amacıyla ilde alışveriş günleri düzenlenebilir. Siirt'e büyük firmalar ve sanatçılar davet edilerek kişilerin hem indirimli alışveriş yapabilecekleri hem de konserlerle eğlenebilecekleri bir organizasyon düzenleyip sosyal medya kanallarında, yerel ve ulusal basında duyurup Siirt'te alışveriş ve eğlence imkânı sunarak bu organizasyonla çevre illerden turist çekilebilir.
- Turizmin gelişmesi için Siirt'e ulaşımın kolaylaştırılmasına ve yeni bir havalimanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte gerekli üst yapı olanaklarının da sağlanması daha çok konaklama işletmesi ve turistik işletmelere yatırım yapılması gerekmektedir. Sayısı çok az olan konaklama işletmelerinin sayısının artırılması gerekmektedir.
- Siirt'te kırsal turizm veya eko turizm gibi alternatif turizm çeşitlerine olanak sağlamak amacıyla butik doğayla iç içe, sağlıklı, doğal ve yöresel ürünlerin tüketildiği otantik konaklama işletmeleri açılabilir. Bunun için il dışında yaşayan Siirtli iş adamlarının kendi memleketlerinde yatırım yapmaları için teşvik etme çabalarına gidilebilir.
- Birer hafta sürecek Siirt fıstığı festivali ve Pervari balı festivali düzenlenerek bu festivaller kapsamında fuar alanları oluşturulup coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımının ve satışının yapılması amacıyla futbol, voleybol, tavla ve satranç turnuvaları, fotoğraf ve yemek yarışmaları, konserler düzenlenerek Siirt iline festivaller aracılığıyla turist çekilebilir.
- Çevre üniversitelerle anlaşarak bahar şenlikleri kapsamında çevre üniversitelerden Siirt'e büyük öğrenci gruplarının gelmesini sağlayacak organizasyonlar düzenlenerek çeşitli turlar aktiviteler ve geziler ile ilin doğal tarihi ve kültürel değerlerinin tanıtılması, ilin coğrafi işaretli ürünlerinin ve yöresel yemeklerinin tanıtımının yapılması sağlanabilir.
- Bölgedeki turizmi geliştirmek ve bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak amacıyla ulusal basından bir grubun, gezi rehberlerinin, bloggerlerin Siirt'e davet edilerek onlara ilin doğal, tarihi, kültürel değerlerinin ve coğrafi işaretli ürünlerini tanıtılması sağlanabilir. Böylelikle Siirt'in hem sosyal medyada bilinirliğinin artırılması sağlanabilir hem de köşe yazılarındaki tatil önerilerinde Siirt ili de gidilecek destinasyonlar arasında yerini alabilir.
- Siirt'in coğrafi işaretli ürünlerinden olan Siirt Battaniyesinin üretiminin devam etmesi ve kuşaktan kuşağa aktarılması için kurumlar teşvikte bulunmalıdır. Siirt battaniyesi dokumacılığında heybe, duvar süsü, seccade, gibi ürün çeşitlendirmesine ağırlık verilerek hediyelik eşya olarak üretim ve tüketiminin yapılmasına teşvik edici çalışmalar yapılmalı. Örneğin ücretsiz battaniye dokumacılığı kursları açılarak bu sanatın yeni nesillere öğretilmesi sağlanabilir.
- Coğrafi işaretli ürünlerin ve diğer yöresel ürünlerin tanıtımları il dışında fuarlarda yapılmasıyla birlikte Siirt'te de yapıldığı takdirde ilde turizmin canlanması sağlanabilir. İlde yapılacak olan fuar, festival ve organizasyonlarda sosyal medya ve basın iyi

## Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölgesel Turizmin Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi: Siirt İli Örneği

kullanılarak tanıtım ve reklamının yapılması ile çevre illerden turist çekmek mümkün kılınabilir.

- TÜRSAB ve seyahat acenteleriyle görüşülerek tur güzergâhlarına Siirt'in de dâhil edilmesi ve en az bir gün konaklaması için girişimlerde bulunulmalıdır.

### KAYNAKLAR

- Acar, Y. (2018). Türkiye'deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Destinasyon Markalaması Kapsamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6/2 163, 177.
- Albayrak, K., Albayrak, M. ve Taşdan, K. (2016). Coğrafi İşaret Olarak Antep Fıstığının Menşe Adının Korunması. XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27.
- Babcock, B. A., ve Clemens, R. L. (2004). Geographical indications and property rights: protecting value-added agricultural products. *Matric Briefing Paper 04-MBP 7*, Iowa State University, pp. 15.
- Belletti G. ve Marescotti A., (2002) "Link Between Origin-Labeled Products and Rural Development" WP report 3, Development of Origin-Labeled Products: Humanity, Innovations and Sustainability (DOLPHINS) Project, Le Mans, France
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). "Bilimsel Araştırma Yöntemleri", Pegem Akademi, 12. Basım, Ankara.
- Deviren, N. V., Yıldız, O. (2017). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Muğla Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 62, 511-523.
- Durlu, F. Ö., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1/1.
- Ertan, A. (2010). "Prestijli Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kalite ve Coğrafi İşaret Kavramlarının Tutundurulması ve Bu Bağlamda Tarım Satış Kooperatiflerinin Önemi", Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(12).
- Giray, H., Özkan, F. Z. ve Oran, H. (2012). "Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi", T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Verimlilik Genel Müdürlüğü, Verimlilik Dergisi.
- Gündeğer, M. (2014). Coğrafi işaretlerin bölgesel turizm gelişimindeki önemi: Çanakkale ili örneği Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.
- Ilıcalı, G. (2007). Yöresel Ürünlerin Korunmasının Temeli Sınai Mülkiyet Hakları. *Tosya: ürk Patent Enstitüsü*.
- Larson, J. (2007). Relevance of geographical indications and designations of origin for the sustainable use of genetic resources. Rome (Italy): Global Facilitation Unit for Underutilized Species, 69-79.
- Mercan, Ş.O. ve Üzülmöz, M. (2014). Coğrafi İşaretlerin Bölgesel Turizm Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29/2.
- Orhan, A. ( 2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde "Coğrafi İşaretlerin" Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 21, Sayı 2.
- Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S. ve Can, A. (2013). "Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Önemi", *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1(1).
- Rangnekar, D. (2004). "The Socio-Economics of Geographical Indications, (A Review of Empirical Evidence from Europe)", *Intellectual Property Rights and Sustainable Development, UNCTAD-ICTSD Project on IPRs and Sustainable Development*.
- Stoll, R. (1999). "TRIPs Implementation on Geographical Indications", *APEC IPR International Symposium, Taejon, 14-18 June* p. 1-2.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırıkkale)'nin Coğrafi İşaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 23-37



- Tekelioğlu, Y. ve Demirer, R. (2008). Kreşelleşme, Demokratikleşme ve Türkiye; Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı. Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F., Gazi Kitabevi, Ankara.
- Tepe, S. (2008). Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri. Uzmanlık Tezi, Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı, Ankara, 4-62s
- Toprak, L. Ve Oğuz, Z. (2017). Coğrafi işaretler ve Siirt ili rneđi, 18. Ulusal Turizm Kongresi, 18-21.
- Tuncay, M. (2009). Coğrafi İşaretlerin Korunması, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, zel Hukuk Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2019).  
<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/>  
<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/A3A7C08A-A792-4429-8AE4-1B64F3A2690C.pdf> büryan kebabı 1  
<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/EDA324E3-CA97-4DB7-A098-0FE2A3A119BD.pdf>perde perde pılav 2  
<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/C8F20754-DEA0-49C3-82DF-D030D1A69857.pdf> pervari balı 3  
<https://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/C8F20754-DEA0-49C3-82DF-D030D1A69857.pdf> Siirt battaniyesi.