

## Yöresel Lezzetlerin Gastronomi Turizmi Açısından Önemi: Türkiye'deki Helvalar

**Mustafa Kadir ESEN**

Kapadokya Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu,  
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü  
kadir.esen@kapadokya.edu.tr  
ORCID: 0000-0001-5604-1686

Geliş tarihi / Received: 20.01.2022

Kabul tarihi / Accepted: 14.03.2022

### Öz

Türk mutfağı, hem yemek çeşitliliği hem de yöresel lezzet zenginliği ile dünyanın en çok tercih edilen mutfaklarından biridir. Türkiye, kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına birçok yöresel yemeğe ev sahipliği yapmaktadır. Yöresel lezzetler, bağlı oldukları kültürün önemli bir parçası olması sebebiyle ve bölge kültürünün ünü için önemli bir yere sahiptir. Yöresel lezzetlerin turizm ürünü olarak kullanılması, ülkelerin yerel kültürel miraslarını korumakta ve evrensel hale getirmektedir. Böylece bahsedilen turizm ürününe ait destinasyon, turistlerin seyahat planlarında yer alabilmektedir. Ayrıca yöresel lezzetler bölge ekonomisine de katkı sağlayacaktır. Helva, Türk mutfak kültüründe önemli bir yere ve köklü bir tarihe sahiptir. Türkiye'de birçok helva çeşidi bulunmaktadır. Bu ürünlerin 2021 yılının sonuna kadar helva adı altında yirmi iki tanesi coğrafi işaret ile tescillenmiştir. Bu derlemede, yöresel lezzetler ve coğrafi işaretler hakkında bilgiler verilerek, Türk mutfağındaki helvaların gastronomi turizmi açısından önemi ele alınmıştır. Coğrafi işaret ile tescille uygun olan helvaların coğrafi işaret ile korunmasının gastronomi turizmine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

**Anahtar kelimeler:** Coğrafi işaret, gastronomi turizmi, helva, yöresel lezzet

### Importance of Regional Tastes in terms of Gastronomy Tourism: Halva in Turkey

#### Abstract

Turkish cuisine is one of the most preferred cuisines in the world with its variety of dishes and richness of regional tastes. Turkey is the hometown of many regional dishes from north to south, east to west. Regional tastes have a significant place for being an important part of the related culture and for its reputation. The use of regional tastes as a tourism product preserves the local cultural heritage of the countries and makes them universal. Thus, the destination of the mentioned

tourism product can be included in the travel plans of the tourists. In addition, regional tastes will also contribute to the regional economy. Halva has an important place in Turkish culinary culture and has a deep-rooted history. There are many types of halva in Turkey. Twenty-two of these products are registered with geographical indication until the end of 2021. In this review, it was aimed to emphasize the importance of halva in Turkish cuisine in terms of gastronomic tourism by giving information about regional tastes and geographical indications. It is thought that the protection of halva types that are suitable for registration with geographical indication will contribute to gastronomy tourism.

**Keywords:** *Geographical indication, gastronomy tourism, halva, regional taste*

## **Giriş**

Gastronomi; tüm yiyecek ve içecek çeşitlerinin üretimini, hazırlanışını, sunumunu ve tüketimini oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra gıdaların mikrobiyolojisini ve fizyolojisini, toplumdaki bireylerin beslenme ve beslenme alışkanlıklarını, yatkınlıklarını, bunların sunulduğu işletmelerin yönetimini ve zaman içerisinde meydana gelebilecek atıkların güvenli bir biçimde yok edilmesini içeren tüm kural, norm ve süreçlerden oluşan bir kavramdır (Özbay, 2017). Bilindiği üzere gastronomi kavramı birçok bilim alanıyla ilişkilidir. Bu nedenle yemek ve kültür kavramını birleştiren gastronomi, turizm pazarlamasında avantaj sağlayarak yeni bir turizm alanının gelişmesine izin vermektedir (Aksoy ve Sezgi, 2015).

Ticaretin küresel bir boyuta ulaşması ve teknolojinin gelişerek fırsatların artmasıyla gelişim gösteren turizm sektöründe, yeni ürünler satışa sunulmaktadır. Turistlerin tüketim alışkanlıklarının değişmesiyle ürün çeşitliliği de artmaktadır. Turizm destinasyonlarına göre olumlu olarak algılanan bu gelişmeler, bazı sorunları da meydana getirmektedir. Pazarlamada kâra ulaşmak için kalitesiz ürünlerin insanlara sunulması sağlık problemlerine neden olabilmektedir. Bu sebeple, tüketiciler için güvenilirlik ve kalite kaygılarının meydana gelmesi ile geleneksel ve kültürel değerleri ortaya çıkarmıştır. Böylece

tüketiciler, küresele yönelmek yerine güvenilir olduğunu düşündükleri bölgesel ve yöresel ürünlere doğru yönelmişlerdir (Apak ve Gürbüz, 2018).

Yöresel lezzetler, bağlı oldukları kültürün önemli bir parçası olması sebebiyle ve bölge kültürünün ünü için önemli araçlardır (Ayaz ve Türkmen, 2018; Zağralı ve Akbaba, 2015). Ayrıca belli bir yöreye özgü mutfak kültürünün oluşması, tarihi derinlik, bilgi, beslenme alışkanlığı ve gelenekler için de önem arz etmektedir (Ayaz ve Türkmen, 2018).

Türkiye'nin sahip olduğu tarım toprakları, iklimi, biyolojik çeşitliliği, kültürel zenginlikleri ve jeopolitik konumuyla tarımsal ürün çeşitliliği açısından önemli bir yere sahiptir (Gök, Ceyhan-Sezgin ve Yıldırım, 2017). Bunun yanında birçok kültüre ev sahipliği yapması sonucunda oluşan kültürel etkileşim ile (Aksoy ve Sezgi, 2015) gelişmiş bir mutfak kültürü ve geleneksel üretim şekilleri açısından zengin bir yöresel üretim becerisine sahip olduğu bilinmektedir (Gök vd., 2017). Yörelerin, illerin, ilçelerin belirli bir ürünün yapımına veya üretimine kaynak olduğu ve bu ürün ile özdeşleşmesinden dolayı birçok farklı özellikte tarım ürününün üretimine, gelenek ve kültürü ise farklı lezzette gıda ve yemek kültürünün meydana gelmesine katkı

sağlamaktadır (Gök vd., 2017). Beslenme kültürü, gelenek ve görenekler, yöresel lezzetler, pişirme ve hazırlamada kullanılan araç gereçler, Türk gastronomi kimliği mirasının meydana gelmesinde çeşitlilik sağlamıştır (Özdemir ve Dülger-Altın, 2019).

Yöresel ürünleri ekonomiye kazandıran ve onları yaşatan ve gelecek nesillere aktaran coğrafi işaretler, önemli bir sınai mülkiyet hakkıdır (Tanrıku, 2007). Coğrafi işaret ile ürünler korunarak hem üreticilerin korunması sağlanır hem de ekonomik kazanç ile kırsal kalkınmaya destek olunur (Gökovalı, 2007; Saygılı, Demirci ve Samay, 2020). Yöresel lezzetlerimizin gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi ve bu değerlerin coğrafi işaretlerle korunmasının ülkelere önemli katkılar sağladığı düşünülmektedir. Osmanlı döneminin geleneksel tatlılarından biri olan ve birçok çeşidi bulunan helvanın, ülkemiz gastronomisi ve tanıtımı açısından oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Literatürde helva hakkında yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bu nedenlerle derlemede, yöresel lezzetler, gastronomi turizmi ve coğrafi işaretler hakkında bilgiler verilerek, Türk mutfağındaki helvaların gastronomi turizmi açısından öneminin vurgulanması amaçlanmıştır.

## Yöresel Lezzetler

Yöresel ürün, belirli bir coğrafi alana sahip bir yörede yaşayan insan topluluğunun, tarih boyunca fiziki ve biyolojik çevre ile beşerî faktörler arasındaki ilişkiden meydana gelen entelektüel bir üretim becerisi yaratması fikrine dayanmaktadır. Toprağın, üzerinde yaşayan insanlarla ve diğer faktörlerle olan bu ilişkileri, belli bir yöreye ait karakteristik ve kaliteli ürünlerinin yöresel ürünler olarak adlandırmasına olanak sağlamıştır. Yöresel ürünler, belli bir yörenin yanında aynı yörede belli bir tarihsel geçmişi bulunan yerel bir kültürün ortak beceri-

lerine dayanılarak da açıklanabilmektedir (Demirer, 2010).

Geleneksel yemek kültürü, toplumları tanımlayıcı bir kimlik olarak düşünülmektedir. Çünkü toplumlar, yaşadıkları coğrafyanın kültürel özelliklerine uyumlu olarak ilk çağlardan bugüne kadar geçen zaman içerisinde yeme içme ile ilgili bazı kurallar oluşturarak kendilerine özgü beslenme ve mutfak kültürü meydana getirmişlerdir (Keskin, Örgün ve Akbulut, 2017). Yöresel mutfak; yöresel yemek, yöresel yiyecek ve yöresel gıdayı da içerisinde bulunduran bir kavram olmasından ötürü birbirinden ayrı düşünülmemesi gerekmektedir (Altunsaban, Yay, Erdem, 2017; Erdem, Mızrak ve Kemer, 2018).

Farklı doğa ve iklim şartları, geniş ve verimli toprakları, coğrafi ve jeopolitik konumu gibi pek çok özelliğinden dolayı Anadolu, birçok uygarlık için çekicilik merkezi konumundadır. Anadolu'nun bu eşsiz özellikleri, birçok farklı kültür ve kimliğe ev sahipliği yapmasına ve farklı kültürlerin birbirinden etkilenmesine neden olmuştur. Bu kadar farklı kimlik ve kültürlerin yer almasından dolayı Anadolu'nun mutfak kültürünün oldukça zengin olduğu bilinmektedir. Osmanlı Devleti kültürünün mirasçısı olarak Türkiye'nin farklı bölgelerinde yaşayan yöre halkı, geçmişten günümüze mutfak kültürünü yaşatarak geleneksel tekniklerle bu lezzetleri üretmeye devam etmiştir (Başaran, 2017). Türk Mutfağı, "Saray Mutfağı" ve "Yöresel Türk Mutfağı" olarak iki gruptan oluşmaktadır. Saray Mutfağı, Anadolu mutfağının gelişmesi sonucunda oluşmuş ve Osmanlı İmparatorluğu'nun gelişmesiyle birlikte büyük gelişme göstermiştir. Yöresel Türk Mutfağında yemekler, yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, kendine has yemek yapma ve şekillerini, ekonomik olanaklarını oluşturmaktadır (Akman, 1998; Bozok ve Kahraman, 2015). Hem yemek çeşitliliği hem de yöresel lezzet zenginliği ile dünyanın tercih edilen en yüksek mutfaklarından biri olan Türk

mutfak kültürünün çorbadan tatlıya, ana yemekten meze çeşitlerine yüzyıllar ile meydana gelen kültürel mirası ile sürdürülebilirliği büyük önem arz etmektedir (Görkem ve Öztürk, 2018). Uluslararası bilinen yemeklerin yanı sıra yöresel yemekler de tüketicilere sunulurken ziyaret edilen yörenin kültürünü anlamaya olanak sağlamalıdır. Bu noktada kuzeyinden güneyine, doğusundan batısına ülkemiz, farklı özellikte pek çok yöresel yemeğe ev sahipliği yapmaktadır (Kurnaz ve İşlek, 2018). Yöresel gıdalar turizm ürününü geliştirip kuvvetlendirirken turistler yöresel değerlerin büyümesi ve gelişmesi için bir pazar sağlamaktadır (Boyne, Hall ve Williams, 2003; Şengül ve Türkay, 2016). Yöresel lezzetlerin turizmde kullanılması nedeniyle ülkelerin yerel kültürel mirasları korunmakta ve evrensel hale getirilmektedir. Böylece bahsedilen destinasyon, turistlerin seyahat planlarında yer almaya başlamıştır. Bunun yanında yöresel lezzetler, destinasyonu kültürel olarak tanıtmının yanı sıra bölge ekonomisine de önemli katkılar sağlamaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016).

### **Türkiye'deki Helva Çeşitleri ve Gastronomi Turizmi Açısından Önemi**

Helva; yağ şeker, un veya irmikle yapılan tatlı olarak ifade edilmektedir (TDK, 2022). Arapçada 'tatlı' anlamına gelen helva, çoğul anlamı olan 'hulviyyat' yani "tatlılar" anlamına gelen sözcükten türemiştir. Türk, Arap ve Yahudi toplumlarının yaşadığı yerlerde rastlanan helva, dünyada ilk olarak Orta Doğu ve Balkan ülkelerinde yapılmıştır. Türkler helvayı İslamiyet'i kabul edince tanımışlardır (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017). Türk mutfak kültüründe önemli bir yere ve köklü bir tarihe sahip olmasının yanında ham maddelerinin kolay bulunması, yapımının ve muhafaza edilmesinin kolay olması nedeniyle helvalar, göçebe kültürde de tüketilmiştir (Kaymaz, 2020). Osmanlı'da helva, sıradan bir tatlı olarak değil, geleneksel bir ürün olarak tüketilmiştir (Sevimli ve Sönmezdağ, 2017).

Helva çeşitleri; un, nişasta veya irmik içeren helvalar, unsuz helvalar, malzeme ve yapılışı belli olmayan helvalar ve görünüş olarak helvaya benzetilen fakat kimisi yenmeyen maddeler veya doğadan toplanan bazı tatlı maddeler olarak sıralanmaktadır (Yılmaz ve Akman, 2019). Türk mutfağının geleneksel tatlılarından bir tanesi olan helva, doğum ve ölüm ritüelleriyle birlikte anılan bir yiyecek olmuştur. Osmanlı döneminde çok fazla çeşidi bulunan helva, yapıldığı malzemelere göre farklı isimlerle anılmaktaydı. Esas olarak un, sadeyağ, pirinç unu, nişasta, bal, şeker, pekmez, süt ve şerbetle yapılan helvaların içerisine lezzet vermesi açısından fıstık, badem, gül suyu gibi malzemeler koyularak farklı adlarla söylenmiştir (Samancı, 2022). Helva çeşitleri, evde yapılan ve ticari helva çeşitleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Evde yapılan helva çeşitleri: Çakal, Yumurta, Bal, Ovma, Menengiç, Pirinç, Kar, Reşidiyye helvası ve Helva-yı Hakani olarak belirtilirken, ticari helva çeşitleri: Tahin, Cevizli Yaz, Koz, Yaprak, Kâğıt, Pamuk, Köpük, Susam (Küncülü), Çekme, Peynir helvası ve Pişmaniye (Keten Helva) olarak ifade edilmiştir (Kaymaz, 2020).

Un helvasının yapımında yağ kızdırıldıktan sonra un ilave edilip unla yağ pembeleşinceye kadar kavrulmakta ve kavrulmuş unun üzerine şeker ve suyla hazırlanan şerbet dökülerek belirli süre karıştırılmaktadır (Türkiye Kültür Portalı, 2013). Katı homojen, ince lifli bir ürün olan tahin helvası ise şeker, su, tartarik asit veya sitrik asit ve çöven ekstraktı kullanılarak yöntemine uyumlu bir biçimde tahin ile karıştırılıp yoğurularak elde edilmektedir (Batu ve Elyıldırım, 2009). Çöven suyu kullanılan geleneksel tatlılarımızdan köpük helvanın yapımında, yüksek sıcaklıklarda belirli bir kıvama gelinceye kadar kaynatılan şeker şurubu sitrik asit katkısıyla asitlendirilmekte ve vakum işlemi yapılarak soğutulan şuruba çöven suyu ilave edilmektedir. Çöven suyu ve şeker şurubu karışımı paletler kullanılıp karıştırılarak

geleneksel köpük helva yapılmaktadır (Güldane ve Doğan, 2020). Nişasta helvası yapılırken şeker, sıvı yağ ve nişasta kullanılmaktadır (Çoşan ve Seçim, 2019). Ürün tadı ve kullanılan ham maddeler olarak çekme helva, pişmaniye benzetilirken ham maddelerin eklenme oranları ve üretim süreçleri farklılık göstermektedir. Çekme helva, miyane ve şeker karışımının helva çekme makinesinde çekilmesinin ardından boyut küçültme ve baskılama aşamalarından geçirildikten sonra ambalajlanarak piyasaya sunulmaktadır. Pişmaniye ise çekme işleminden sonra ince tel tel haliyle satışa sunulmaktadır (Kola, Altan, Konuşkan, 2008). Peynir helvaları, yapıldıkları pek çok tariflerle peynir tatlılarının önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Peynir helvaları, tuzsuz beyaz peynirle yapıldığı gibi zaman içerisinde bölgelerin kendine özgü tarifleriyle çeşitlenmiştir (Ulu, 2019). İrmik tereyağı ile kavrulmasından sonra şerbetin katılması ile hazırlanan irmik helvası, günümüzde birçok işletme tarafından hem geleneksel hem de peynirli tarifleriyle tüketicilere sunulan Türk sokak tatlılarından biridir (Tarınç, 2019). Cevizli yaz helvası, uygun miktarlardaki su, toz şeker, sitrik asit, kakao, tahin, irmik homojen bir şekilde karıştırılarak pişirildikten sonra dolum kazanına alınarak gramajlama (paketleme) yapılır ve üzerine cevizler dizildikten sonra dinlendirmeye alınır (Batu ve Elyıldırım, 2009).

Dondurmalı irmik helvası da günümüzde satışı yapılan ve popüler olan bir başka helva çeşididir. Yeni ve farklı yeme içme deneyimi kazanmak amacı ile yapılan turizm şekli olarak bilinen gastronomi turizmi (Küçükkömürler, Şirvan, Sezgin, 2018), turistlerin özellikle bir destinasyon merkezinin mutfak kültürünü tanıması, gıda üreticilerini ve yemek festivallerini ziyaret etmesi olarak tanımlanmaktadır (Başaran, 2017). Tarım, kültür ve turizm bileşenlerine dayanan gastronomi turizminde tarım, gıdaları temin etmekte; kültür, otantikliği ve tarihi, turizm ise altyapı ve hizmetleri karşılamaktadır.

Tarım, kültür ve turizm bileşenleri, destinasyona çekicilik sağlayarak destinasyona pazarlayıcı bir unsur olarak fırsatlar sunmaktadır (Savaşkan ve Kingir, 2020). Turizm trendleri içindeki yeri ve önemi her geçen gün artan yöresel lezzetler için yapılan seyahatler, etkinlik kapsamı büyük ve farkındalık yaratan etkisi ile yörede bulunan halkın ve etkinliğin bulunduğu yerin kalkınmasına ve imajına destek vermektedir (Bucak ve Aracı, 2013; Çapar ve Yenipınar, 2016). Dünyanın en eski ve önemli mutfaklarından biri olan Türk mutfağı, her bölgenin farklı lezzetlerini içererek pek çok çeşitte ürün sunabilme özelliğine sahiptir (Dilsiz, 2010; Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Türkiye’de birçok destinasyona değer katabilecek potansiyele sahip olan gastronomi, yöreden yöreye ve bölgeye göre farklılaşmaktadır. Bu sebeplerden Osmanlı ve Türk mutfağı, yaratılacak olan çekici bir imajla ve doğru bir konumlandırma ile destinasyonların markalaşmasına birçok katkı sağlayacaktır (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2014).

Gastronomi turizmi açısından Türk mutfağı, sahip olduğu köklü geçmişi, zengin mutfağı ve turistik çekiciliği ile tercih edilen ülkeler arasındadır (Aslan, 2010; Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Ülkelerin ekonomilerine destek veren turizm sektörü, geleneksel ve kültürel değerlerin tanıtımına doğru yönelmektedir. Bu durumda, ülkemizde ve dünyada önemli bir yeri olan yöresel ürünler arasındaki karmaşıklığı engellemek adına hazırlanan bir yasa ile turistik değer taşıyan ve kendi yörelerine ekonomik olarak yardım eden ürünler “Coğrafi İşaretleme” ile tescillenmektedir (Orhan, 2010). Zaman geçtikçe yiyecek ve içecekler yaşanan değişimlerden dolayı değer kaybetmeye ve kaybolmaya başlamaktadır. İşte bu olumsuzlukları yok etmek ve yöresel ürünlerin korunması amacı ile yöresel yiyecek ve içecekler, Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından belirli koşullar altında tescil edilmektedir. Tescil edilen mahreç işaretlerinin işletmelerde satışa sunulması, tanıtılarak pazar-

lanmasının sağlanması il, yöre veya bölgenin kalkınması açısından önem arz etmektedir. Son yıllarda karşımıza çıkan tüketicilerin geleneksel ve doğal olana yönelmesi, birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de önemli konulardan bir tanesidir (Yazıcıoğlu, Işın ve Yalçın, 2019). Tüketiciler için ürünün kökenini, karakteristik niteliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik nitelikleri ile coğrafi alan arasındaki ilişkiyi gösteren ve garanti eden kalite işaretine coğrafi işaret denmektedir. Coğrafi işaret tescili ile gelenekselliği, kalitesi, yöreden elde edilen ham maddesi ile yerel özellikler açısından belli bir üne sahip olan ürünlerin korunması sağlanmaktadır (Türk Patent, 2018). Coğrafi işaretler, menşe ve mahreç adı olarak tescil edilmektedir. Menşe adı, coğrafi sınırları saptanmış bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas niteliklerini bu coğrafi alana has doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer proseslerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içerisinde meydana gelen ürünleri tanımlamaktadır. Mahreç işareti ise coğrafi sınırları saptanmış bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir özelliği, ünü veya diğer özellikleri açısından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer proseslerinden en az biri saptanmış coğrafi alanın sınırları içerisinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar olarak ifade edilmektedir (Mevzuat Bilgi Sistemi, 2017). Türkiye'de yöresel ve geleneksel pek çok değer bulunması ve bu değerlerin kendine has özellikleri olması, büyüyen dünya ticaretinde bu değerlerin sahiplenme olgusunu gündeme getirmiştir. Bu nedenle geleneksel ve yöresel değerlere ait verilerin bir düzen içerisinde toplanması ve koruma altına alınması önem arz etmektedir (Orhan, 2010). Coğrafi işaretli yöresel değerlerin özgünlüğü, özel bir alanda, belli bir kültürde köklenmesiyle ve genellikle tarihsel derinlik, bilgi, beceri, yeme biçimi ve diğer gelenekleri içermesi; yöresel ürünleri endüstriyel ürünlere göre tercih edilir hale ge-

tirip bu ürünlerin satışlarını desteklemektedir (Hoşcan, 2018). Coğrafi işaret tescili ile yöresel değerlerin turizm değerine dönüşmesi sağlanarak bölgenin ticari kazanımlar elde etmesine ve bölgenin turizm sektörü açısından tanıtılmasına imkân sağlamaktadır (Cebeci ve Şen, 2020). Ayrıca coğrafi işaret tescili ile belirli bir bölgede üretilen ürünlerin kalitesi ve doğallığının sürdürülebilirliği koruma altına alınmaktadır (Öz ve Dönmez, 2018).

Tablo 1'de belirtildiği gibi ülkemizde helva adı altında bulunan bazı helva çeşitleri, Coğrafi işaret sistemi ile mahreç işareti olarak tescillenmiştir. Bu tesciller sayesinde yöresel olan bu helvaların tanıtılması sağlanarak bir turizm değerine dönüşmesine katkı sağlanmakta ve bölgenin imajını güçlendirmektedir. Tablo 1'de görüldüğü üzere 2021 yılının sonuna kadar Türkiye'de coğrafi işaret ile tescillenmiş mahreç işaretli toplam yirmi iki adet helva bulunmaktadır. Bunlardan 5 tanesi Marmara, 4 tanesi Ege, 6 tanesi Karadeniz, 5 tanesi İç Anadolu, 1 tanesi Doğu Anadolu ve 1 tanesi Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne aittir. Tescilli helvaların dışında 2021 yılının sonuna kadar başvuru aşamasında olan 14 adet helva çeşidi bulunmaktadır (Türk Patent, 2022). Türkiye Kültür Portalı'ndan (2022) alınan verilere göre, 41 adet helva çeşidi olduğu görülmektedir. Coğrafi işaretler ile ürünlerin korunması; ürünün ortaya çıktığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmelerini, ürünün ününü ve katma değerini artırmalarını, kendi bölgesinde ekonomiye katkı sağlamalarını, üretici ve tüketicileri korumalarını sağlamaktadır (Öz ve Dönmez, 2018). Böylece gastronomi turizminin gelişimini hızlandırmaktadır (Başat, Sandıkçı ve Çelik, 2017). Tablo 2'de bahsedilen birçok helvanın coğrafi işareti henüz alınmamıştır. Bu helvaların coğrafi işaret sistemi ile korunması turizm değerine dönüşmesini sağlayarak bulunduğu yörenin ticari kazanımlar elde etmesini ve turizm sektörü açısından tanıtılmasına imkân sağlayacaktır.

**Tablo 1.** Türkiye’deki Coğrafi İşaretli Helvalar (Türk Patent, 2022).

Bölge	Coğrafi İşaret Adı	İl
Marmara Bölgesi	Bayramiç Tahin Helvası	Çanakkale
	Bilecik Pazaryeri Helvası	Bilecik
	Bursa Süt Helvası	Bursa
	Deva-i Misk Helvası	Edirne
	Tekirdağ Peynir Helvası	Tekirdağ
Ege Bölgesi	Kütahya Köpük Helvası	Kütahya
	Paşa Helvası	Kütahya
	Kütahya Bitli Helva	Kütahya
	Nazilli Kar Helvası	Aydın
Karadeniz Bölgesi	Cide Ceviz Helvası	Kastamonu
	Gerede Şakşak Helvası	Bolu
	Kabataş Helvası	Ordu
	Kastamonu Çekme Helvası	Kastamonu
	Mudurnu Basma Helva	Bolu
	Ordu Perşembe Ceviz Helvası	Ordu
İç Anadolu Bölgesi	Aksaray Köpük Helva	Aksaray
	Eskişehir Met Helvası	Eskişehir
	Konya Haside Tatlısı / Konya Kara Helvası	Konya
	Konya Kenevir Helvası	Konya
	Konya İrmik Helvası	Konya
Doğu Anadolu Bölgesi	Erzurum Peynir Helvası	Erzurum
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Kâhta Bademli İrmik Helvası	Adıyaman

Kısaca bu yöresel lezzetler, gastronomi turizmine katkı sağlayacaktır. Tescil edilmiş mahreç işaretleri ile helvaların yiyecek-içecek işletmelerinde sunulması ve tanıtılması ile pazarlanması sağlanacak, o yörenin kalkınmasına katkıda bulunacaktır.

### Sonuç

Türkiye, bulunduğu jeopolitik ve coğrafi konumu, farklı doğa ve iklim şartları, geçmişte birçok kültüre ev sahipliği yapması ve bu kültürlerin birbirinden etkilenmesi gibi birçok nedenden ötürü çok çeşitli yöresel lezzetlere ev sahipliği yapmaktadır. Bu yöresel lezzetlerden helva, Türk mutfak kültürü açısından önemli bir yere sahiptir. Geçmişten günümüze kadar farklı ritüellerde yer alan, Osmanlı döneminin geleneksel tatlılarından biri olan ve birçok çeşidi bulunan helvanın gastronomi turizmi açı-

sından değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Ülkemizde birçok helva çeşidi olup helva adı altında 22 tanesinin coğrafi işaret ile tescillendiği görülmektedir. Coğrafi işaret ile tescillen helvaların tanıtılması sağlanarak bir turizm değerine dönüşmesi sağlanmakta ve bölgenin imajı güçlenmektedir. Coğrafi işaret ile korunmayan diğer helva çeşitleri ise zamanla yaşanan değişimlerden dolayı değer kaybedebilir veya kaybolabilir. Bu sebeple orijinal coğrafi kökene sahip ve tescil almaya uygun helvaların coğrafi işaret ile korunmaları, bu yöresel lezzetin ortaya çıktığı coğrafi bölgeyi ve ürün kalitesini garanti etmelerini, helvanın tanınmışlığını ve katma değerini artırmalarını, kendi bölgesinde ekonomiye katkı sağlamalarını, üretici ve tüketicileri korumalarını sağlayacak ve bulunduğu bölgede gastronomi turizminin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

**Tablo 2.** Türkiye'deki Helva Çeşitleri (Türkiye Kültür Portalı, 2022).

<b>Bölge</b>	<b>Helva Adı</b>	<b>İl</b>
<i>Marmara Bölgesi</i>	Peynir Helvası	Tekirdağ
	Gaziler Helvası	Edirne
	Bilecik Pazaryeri Helvası	Bilecik
	Nişasta Helvası	Bilecik
	Peynir Helvası	Çanakkale
	Yumurta Helva	Çanakkale
	Basma Helva	Çanakkale
<i>Ege Bölgesi</i>	Un Helvası	Kütahya
	Çekme Helva	Kütahya
	Un Helvası	Uşak
<i>Karadeniz Bölgesi</i>	Çekme Helva	Kastamonu
	Tel Helvası	Bayburt
	Saray Helvası	Bolu
	Düğün Helvası	Bartın
	Fındıklı Un Helvası	Ordu
	Kaşık Helvası	Bartın
	Un Helvası	Bolu
	Un Helvası	Gümüşhane
Kestaneli Un Helvası	Zonguldak	
<i>Güneydoğu Anadolu Bölgesi</i>	Peynirli Helva	Adıyaman
	Tene Helvası	Adıyaman
<i>Akdeniz Bölgesi</i>	Kabak Helvası	Burdur
	Haşhaş Helvası	Burdur
	Kenevir Helvası	Burdur
	Çakal Helvası	Isparta
	Haşhaş Helvası	Isparta
	Ovma Helvası	Isparta
	Un Helvası	Mersin
	Ceviz Helvası	Isparta
	Nişasta Helvası	Isparta
	Haşgeş Helvası	Burdur
	Güveçte Tahin Helvası	Isparta
	Öküz (Öksüz) Helvası	Antalya
	Cillincop	Antalya
<i>İç Anadolu Bölgesi</i>	Öküz Helvası	Ankara
	Ermenek Helvası	Karaman
	Kara Çuval Helvası	Çorum
	Met Helvası	Eskişehir
	Un Helvası	Çankırı
	Peynirli Helva	Sivas
<i>Doğu Anadolu Bölgesi</i>	Umaç Helvası	Kars



## Kaynaklar

**Akman, M. (1998).** Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Aksoy, M., Sezgi, G. (2015).** Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi Gastronomik Unsurları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.

**Altunsaban, S., Yay, Ö., Erdem, Ö. (2017).** Yöresel mutfak kavramına ilişkin şeflerin bakış açılarının değerlendirilmesi. *II. Rize Turizm Sempozyumu*, Rize, Türkiye, 4-6 Kasım 2016, ss. 237-261.

**Apak, Ö. C., Gürbüz, A. (2018).** Turistlerin yöresel gıda ürünlerine ilgi düzeyleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 334-349. Doi: 10.21325/jotags.2018.217

**Aslan, H. (2010).** Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi Bir Uygulama-. Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

**Ayaz, N., Türkmen, B. M. (2018).** Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22-38. Doi:10.32958/gastoria.411345

**Başaran, B. (2017).** Gastronomi turizmi kapsamında rize yöresel lezzetlerinin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149. Doi: 10.21325/jotags.2017.87

**Başat, H. T., Sandıkçı, M., Çelik, S. (2017).** Gastronomik kimlik oluşturmada yöresel ürünlerin rolü: ürünlerin satış ve pazarlanmasına yönelik bir örnek olay incelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 64-76. Doi: 10.21325/jotags.2017.112

**Batu, A., Elyıldırım, F. (2009).** Geleneksel helva üretim teknolojisi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 4(3), 32-43.

**Boyne, S., Hall, D., Williams, F. (2003).** Policy, support and promotion for food-related tourism initiatives: a marketing approach to regional development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154. Doi:10.1300/J073v14n03\_08

**Bozok, D., Kahraman, K. (2015).** Kırsal turizmde yöresel yemek kültürünün rolü: Balıkesir. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5(1), 85-90. <https://www.ijses.org/index.php/ijses/article/view/144>

**Bucak, T., Aracı, Ü. E. (2013).** Türkiye’de gastronomi turizmi üzerine genel bir değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(30), 203-216. <https://dergipark.org.tr/en/pub/baunsobed/issue/50175/645684>

**Cebeci, H., Şen, M.A. (2020).** Coğrafi işaret tescilli soğuk bir lezzet: Görele Dondurması. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(2), 197-217. <https://dergipark.org.tr/en/pub/gastoria/issue/57634/742198>

**Cömert, M., Durlu-Özkaya, F. D. (2014).** Gastronomi turizminde türk mutfağının önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 62-66.

**Çapar, G., Yenipınar, U. (2016).** Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 100-115. Doi: 10.21325/jotags.2016.25

**Çoşan, D., Seçim, Y. (2019).** Bartın mutfak kültürü içerisinde tatlıların yeri ve önemi üzerine nitel bir çalışma. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, 14(27), 279-292. Doi:10.18220/kid.633247

**Demirer, H.R. (2010).** Yöresel Ürün ve Coğrafi İşaretler; Fransa ve Türkiye Üzerine Bir İnceleme. Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

**Dilsiz, B. (2010).** Türkiye'de Gastronomi ve Turizm: İstanbul İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

**Erdem, Ö., Mızrak, M., Kemer, A. K. (2018).** Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu: Mengen örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-61. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ttdad/issue/38069/359782>

**Gök, S. A., Ceyhun-Sezgin, A., Yıldırım, F. (2017).** Gastronomi alanında Maraş tarhanasının değerlendirilmesi. *Aydın Gastronomy*, 1(1), 61-70. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/31743/348003>

**Gökovalı, U. (2007).** Coğrafi işaretler ve ekonomik etkileri: Türkiye örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 141-160. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atauni-ibid/issue/2692/35424>

**Görkem, O., Öztürk, H. M. (2018).** İthal gıda ürünü kullanımının yöresel lezzetler üzerine etkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 213-228. Doi: 10.21325/jotags.2018.210

**Güldane, M., Doğan, M. (2020).** Köpük helva üretim parametrelerinin renk ve yoğunluk özelliklerine etkisi: Taguchi matematiksel model optimizasyonu. *Gıda*, 45(6), 1248-1260. Doi: 10.15237/gida.GD20089

**Güzel-Şahin, G., Ünver, G. (2015).** Destinasyon pazarlama aracı olarak gastronomi turizmi: İstanbul'un gastronomi turizmi potansiyeli üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.

**Hoşcan, N. (2018).** Küreselleşme sürecinde yöresel gastronomik ürünlerin üretiminde ve pazarlanmasında kooperatifçilik üzerine bir model önerisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek1), 390-413. <https://dergipark.org.tr/en/pub/guntad/issue/38617/447970>

**Kaymaz, E. (2020).** Türk Mutfak Kültüründe Helva'nın Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

**Keskin, E., Örgün, E., Akbulut, B. A. (2017).** Gastronomi kavramının kelime ilişkilendirme testi aracılığıyla analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 255-267.

**Kola, O., Altan, A., Konuşkan, D. (2008).** Çekme helva üretimi. Türkiye 10. Gıda Kongresi, 21-23 Mayıs 2008, Erzurum, 411-414.

**Kurnaz, A., İşlek, E. (2018).** Yöresel yemeklerin restoranlar tarafından kullanımının değerlendirilmesi: Marmaris örneği. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 8(1), 50-59. <https://ijses.org/index.php/ijses/article/view/294>

**Küçükkömürler, S., Şirvan, U.N.B., Sezgin, A.C. (2018).** Dünyada ve Türkiye'de gastronomi turizmi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi (IJTEBS)* E-ISSN: 2602-4411, 2(2), 78-85. <https://ijtebs.org/index.php/ijtebs/article/view/234>

**Mevzuat Bilgi Sistemi (2017).** Sınai Mülkiyet Kanunu. Mevzuat Bilgi Sistemi, e-mevzuat, 6769 sayılı Sınayi Mülkiyet Kanunu (10.01.2017), Ankara.

**Orhan, A. (2010).** Yerel değerlerin turizm ürününe dönüştürülmesinde "coğrafi işaretlerin" kullanımı: İzmit pişmaniyesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254. <https://dergipark.org.tr/en/pub/atad/issue/16800/174510>

- Öz, H., Dönmez, B. (2018).** Yerel gıda ve coğrafi işaretleme kapsamında Süryani şarabının değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 260-269. Doi: 10.32572/guntad.346866
- Özbay, G. (2017).** Dünden Bugüne Gastronomi. İçinde; M. Sarıışık (Editör) Tüm Yönleriyle Gastronomi Bilimi (s.267). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özdemir, G., Dülger-Altın, D. (2019).** Gastronomi kavramları ve gastronomi turizmi üzerine bir inceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14. <https://dergipark.org.tr/en/pub/erzisosbil/issue/46366/436310>
- Samancı, Ö. (2022).** Türk Mutfak Kültüründe Helva Geleneği. <https://www.hasascibasiahmetozdemir.com/Sayfalar/107/HELVA-GELENEGI.html>
- Savaşkan, Y., Kınır, S. (2020).** Sakarya ili gastronomik unsurlarının coğrafi işaret kapsamında değerlendirilmesi. *Alanya Akademik Bakış*, 4(3), 939-961. Doi: 10.29023/alanyaakademik.702037
- Saygılı, D., Demirci, H., Samav, U. (2020).** Coğrafi işaretli Türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomi*, 4(1), 11-21. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/52081/680110>
- Sevimli, Y., Sönmezdağ, A.S. (2017).** Özel gün tatlıları: kültür turizmi açısından önemi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)* E-ISSN: 2602-4462, 1(2), 18-28. <https://turizmvekalkinma.org/index.php/irtadjournal/article/view/66>
- Şengül, S., Türkay, O. (2016).** Akdeniz mutfak kültürünün gastronomi turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1), 86-99. Doi: 10.21325/jotags.2016.24
- Tanrıkulu, M. (2007).** Türkiye’de coğrafi işaretlerin tespiti ve tescil edilmesinin önemi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1(2), 173-184.
- Tarıncı, A. (2019).** Avrupa ve Türkiye’deki Sokak Tatlılarının Karşılaştırılması. İçinde: Akmeşe, K.A. (Editör) Turizmin Temelleri Kültürel Değerler, Pazarlama ve İletişim (s.27-59). Ankara: İksad Publishing House.
- TDK (2022).** Türk Dil Kurumu Sözlükleri. <https://sozluk.gov.tr>
- Türk Patent (2018).** Türk Patent ve Marka Kurumu, Coğrafi İşaret Nedir? <https://ci.turkpatent.gov.tr/sayfa/coğrafi-işaret-nedir>
- Türk Patent (2022).** Türk Patent ve Marka Kurumu, Coğrafi İşaret/Geleneksel Ürün Veri Tabanı. <https://ci.turkpatent.gov.tr/veri-tabani>
- Türkiye Kültür Portalı, (2013).** Un Helvası-Kutahya. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kutahya/neyenir/un-helvasi678921>
- Türkiye Kültür Portalı, (2022).** Geleneksel Mutfak. <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/neyenir/?ilId=0&keyword=&etiket=helva&hariciEtiket=&kategori=0&gorsel=0&sayfa=1&sayi=84>
- Ulu, E. K. (2019).** Türk mutfak kültüründe peynir tatlıları. *Aydın Gastronomi*, 3(1), 37-42. <https://dergipark.org.tr/en/pub/aydingas/issue/42929/519646>
- Yazıcıoğlu, İ., Işın, A., Yalçın, E. (2019).** Coğrafi işaretli ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi: Akdeniz bölgesi örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(4), 861-871. Doi: 10.32958/gastoria.571657
- Yılmaz, G., Akman, S. (2019).** Osmanlıdan günümüze helvalar ve Helva-i Gazi’nin gastronomik değeri. *Gastroia: Journal of Gastro-*

*nomy And Travel Research*, 3(3), 462-469. Doi: 10.32958/gastoria.638638

**Zağralı, E., Akbaba, A. (2015).** Turistlerin destinasyon seçiminde yöresel yemeklerin rolü: İzmir Yarımadası'nı ziyaret eden turistlerin görüşleri üzerine bir araştırma. *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6633-6644. Doi: 10.19168/jyu.45921