



Turizm Sektöründe Yabancı Menşeli Peynirlere Alternatif Olarak Geleneksel Türk Peynirlerinin Yer Almasına İlişkin Sektör Temsilcilerinin Görüşlerinin İncelenmesi (Examining the Sector Representatives' Opinions Regarding on the Place of Turkish Traditional Turkish Cheese as an Alternate International Cheese in Tourism Sector)

Vedat KAYIŞ^a , *Hülya YAMAN^a 

^aAbant İzzet Baysal University, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Bolu, Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi:27.02.2018

Kabul Tarihi:20.03.2018

Anahtar Kelimeler

Turizm

Gastronomi

Uluslararası peynir

Geleneksel peynir

Öz

Tarihi binlerce yıl önceye dayanan ve mutfaklarda tüm öğünlerde karşımıza çıkan peynirin turizm sektöründe kullanılması, tüm yönleriyle araştırılması gereken bir olgudur. Gastronomi alanında ise peynir sadece yenilip tüketilen bir nesne değil; araştırılan, yerinde gözlenen, geçmiş tarihi incelenen, coğrafi işaret almış önemli bir gıdadır. Bu çalışmada anket uygulaması yapılarak, turizm sektöründe yabancı peynirlere alternatif olarak geleneksel Türk peynirlerinin yer almasına ilişkin sektör temsilcilerinin görüşleri alınmıştır. Araştırma kapsamında Türkiye'nin farklı bölgelerindeki yıldızlı otellerde çalışan mutfak, yiyecek içecek müdürlüğü ve satış ve pazarlama departmanlarında çalışan bireylerin fikirlerine yer verilmiş, toplamda 80'i erkek 20'si kadın 100 farklı sektör temsilcisi ile görüşmeler yapılmıştır. Katılımcıların vermiş oldukları cevaplar sonucunda geleneksel Türk peynirlerinin tercih edilme durumları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Katılımcılar kültürel zenginliğimizin, kültürel mirasların devamlılığı konusunda yapılan farkındalık çalışmalarımıza olumlu tepkiler göstermiş ve kültürel bakımdan, lezzet ve turizm açısından yerel peynirlerin sunumunu tercih edebileceklerini belirtmişlerdir.

Keywords

Tourism

Gastronomy

International cheese

Traditional cheese

Abstract

In the field of gastronomy, cheese is not only a consumed object, but also it is one of the most important food that is searched, observed in situ, analyzed its history and signed geographically. In this study, questionnaires were applied and the opinions of the sector representatives that traditional Turkish cheese takes part as an alternative to international cheese in tourism sector were taken. Within the scope of the research, the opinions of the individuals working at stars-hotel department of the kitchen, food and beverage management and sales-marketing in different regions of Turkey were taken. 20 females and 80 males totally 100 different sector representatives were participated survey. As a result of the answers given by the participants, it was tried to find out the preferences of the traditional Turkish cheese. Participants responded positively to our study which has been conducted with the aim of raising the awareness of the sustainability of our cultural diversity and heritages. Additionally, the participants have specified their positive preference for presentation of traditional cheeses in terms of culture, taste and tourism.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: hulyayaman@ibu.edu.tr (H. Yaman)