



Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanması: Antakya Sürk Peyniri Örneği (Perception of Gastronomic Products by the People of the Region: Antakya Sürk Cheese Example)

* Ebru KEMER^a , Hasibe Utku ÇELİK GENÇOĞLU^b 

^a Niğde Ömer Halisdemir University, Niğde Vocational School of Social Sciences, Department of Tourism and Hotel Management, Niğde/Turkey

^b Hatay Mustafa Kemal University, School of Tourism and Hotel Management, Department of Gastronomy and Culinary Arts Hatay/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:09.04.2021

Kabul Tarihi:07.06.2021

Anahtar Kelimeler

Antakya sürk peyniri

Coğrafi işaretli ürünler

Gastronomik ürün

Öz

Bu araştırmada, Hatay ili için gastronomik ürün olan coğrafi işaretli sürk peynirinin şehre gastronomik katkısını belirlemek, sürk peynirinin pazarlanması, bu konudaki stratejilerin belirlenmesi ve gastronomik anlamda ün kazanmasını sağlamaya yönelik yol gösterici olması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, 2021 yılı Şubat ve Mart aylarında, Antakya merkez ilçesinde yaşayan yerel halktan yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen 337 kişiden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Araştırmada yerel halkın sürk peynirine yönelik algılarını değerlendirmek için t- testi ve Anova analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, sürk peynirine yönelik bölge halkının algılarında; demografik ve diğer tanıtıcı özellikler açısından farklılıklar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan bölge halkının, sürk peynirine yönelik algılarının ortalamasının üzerinde olduğu ve sürk peynirinin tanıtılması ve pazarlanması hususuna önem verdikleri tespit edilmiştir.

Keywords

Antakya cheese

Geographically marked products

Gastronomic product

Abstract

This study, aimed to determine the gastronomic contribution of the geographically marked milk cheese, which is a gastronomic product for Hatay, to the city, to market it, to determine the strategies on this issue, and to be a guide to gain a gastronomic reputation. In line with this purpose, in February and March of 2021, data were collected using a questionnaire technique from 337 local people living in the central district of Antakya, who were selected by judicial sampling method. In the study, t-test and Anova analysis were carried out to evaluate the perceptions of local people about milk cheese. In the research, in the perceptions of the local people regarding the milk cheese; It has been concluded that there are differences in terms of demographic and other characteristics. It was determined that the perception of the local people participating in the study was above the average and they attach importance to the promotion and marketing of the cheese.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: kemer_ebr@hotmail.com (E. Kemer)

DOI:10.21325/jotags.2021.839