

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

GİRİŞ

Mutfak kültürü, toplumların farklı kültür yapısının ve geleneklerinin uzun süre yaşamasına olanak sağlayan bir unsurdur. Mutfak kültürünün bir parçası olan geleneksel ürünler toplumun kültür zenginliğinin ortaya konulması yöresel ve bölgesel çeşitliliğin artırılabilmesi açısından önemli bir faktördür (Demirci, Özalp, Gülcü & Dağlıoğlu, 2014, s. 222-223). Geleneksel ürünler içerisinde yer alan geleneksel gıdalar, kendilerine has özellikleri olan nesilden nesile aktarılması gereken ve toplumların kültürel miras değerlerini taşıyan ürünlerdir. Bu gereklilik noktasında “coğrafi işaretleme” kavramı ortaya çıkmakta ve önem arz etmektedir (Baran Ekinci, 2014, s. 395).

Türkiye’de coğrafi işaret tesciline sahip 716, tescil süreci devam eden 735 ürün bulunmaktadır (Coğrafi İşaretler Portalı, 2020). Antakya sürk peyniri, Hatay ili ve özellikle merkez ilçesi Antakya’da üretilen coğrafi işaretli, yöresel bir peynir türüdür (Antakya Ticaret ve Sanayi Odası [ATSO], 2018; Hayaloğlu, 2008, s. 731). Hatay ili 2017 yılında Unesco tarafından ‘gastronomi şehri’ unvanını alan ikinci ildir (Taştan & İflazoğlu, 2018, s. 385). Bu sebeple Hatay ilinin gastronomik açıdan kültürünün tanıtılması ve çekim unsuru olarak değerlendirilmesi oldukça önemli hale gelmiştir. Gastronomi turizminde ürünlerin coğrafi işaretli olması ürün kimliğinin yaratılmasında oldukça önemlidir.

Araştırma kapsamında ele alınan sürk peynirinin Antakya bölge halkı tarafından gastronomiye katkısına yönelik algılarının ne seviyede olduğunun belirlenmesi ve sürk peynirinin pazarlanması konusunda stratejilerin belirlenmesi araştırmanın yapılmasını gerekli kılmıştır. Araştırmanın; sürk peynirinin Antakya şehrine gastronomik katkısını belirlemek ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomik önemine yönelik katkıların belirlenmesi açısından fayda sağlayacağı öngörülmektedir. Ayrıca araştırmanın; sürk peynirinin pazarlanması ve bu konudaki stratejilerin belirlenmesi, gastronomik anlamda ün kazanmasını sağlamak açısından da yöneticilere ve uygulayıcılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla 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 ilk olarak literatür taraması yapılmış ve değişkenler arasındaki teorik arka plan ortaya koyulmuştur. Daha sonra ise araştırma dâhilinde kurulan hipotezin test edilebilmesi için gerekli analizler yapılmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Kültür; “bilgiyi, inancı, sanatı, ahlakı, örf ve adetleri, bir toplumun üyesi olarak, kişinin kazandığı alışkanlıklarını ve bütün öteki becerilerini içine alan karmaşık bir bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Erkenekli, 2013, s.151). Toplumla ait olan kültürel değerler, toplumların başta yaşam biçimleri ve beslenme şekilleri ile mutfak kültürleri üzerinde de etkilidir (Güler, 2010, s. 24). Mutfak kültürü; bir topluma ait yiyecek ve içecek çeşitlerinin hazırlanması, pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesini kapsayan süreci ve bu kapsamda o toplumun; sosyokültürel yapısına, ekonomik durumuna, tarihsel kimliğine, yeme içme alışkanlıklarına ve tarım üretimine göre şekillenmiş mutfağını da içine alan kendine özgü kültürel bir yapıyı ifade etmektedir (Solmaz & Dülger Altınar, 2018, s. 109). Bir toplumun mutfak kültürü o toplumun somut olmayan kültürel miras değerleri arasında yer alır (Çapar & Yenipınar, 2016, s. 101).

Mutfak kültüründe yer alan geleneksel gıdaların kültürel miras noktasında değerini ve özelliklerini kaybetmemesi açısından “coğrafi işaretleme” kavramı büyük önem arz etmektedir (Baran Ekinci, 2014, s. 395). Coğrafi işaretleme,

“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” şeklinde tanımlanmaktadır ve “menşe adı” ile “mahreç işareti” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, “temel niteliklerini sınırları belirlenmiş bir coğrafi alandan sağlayan ve üretimleri bütünüyle o coğrafi sahada gerçekleşen ürünler” olarak tanımlanırken; mahreç işareti, “ürünün belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarı ile bir coğrafi bölge ile özdeşleşmesi; üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az birinin sınırları belirlenmiş coğrafi alanda yapılmasını gerektiren coğrafi işaretler olarak tanımlanmaktadır (Oraman, 2015, s. 76-79).

Türkiye’de tüketimi oldukça fazla olan peynirler süt ürünleri içerisinde geniş bir ürün yelpazesine sahiptir. Türkiye’de her yörenin kendi gelenek, görenek, örf, adet ve bilgisine göre üretilmiş yaklaşık 130 çeşit yöresel peynir çeşidi bulunmaktadır. Bu peynirlerin üretim şekilleri birbirleri ile benzerlik gösterse de içeriğine giren malzemelerin farklılığı, özgünlüğü ve yöreselliği peynir çeşitlerini birbirinden ayırmaktadır. Üretilen bu her bir yöresel peynirin kendine özgü tadı, görünümü, tekstür, duyuusal ve kimyasal özellikleri bulunmaktadır (Karaca, 2016, s. 28). Temel gıda maddelerinden biri olan peynir; dayanıklılık süresinin diğer süt ürünlerine göre daha fazla olması ve besin ögesi içeriğinin yüksek olması nedeniyle önem arz etmektedir. Peynir tarihte udma / udhıtma (Kâşgarlı Mahmud’un Dîvânü Lugati’t-Türk); farklı lehçelerde kurut, çökelek, bıslak, ağrımışık, kesük gibi ifadelerle de karşımıza çıkmaktadır (Saygılı, Demirci & Samav, 2020, s. 13).

Antakya sürk peyniri, Hatay ili ve özellikle merkez ilçesi Antakya’da üretilen yöresel bir peynir türüdür (Hayaloğlu, 2008, s. 731). Antakya sürk peyniri Antakya Ticaret ve Sanayi Odası tarafından, 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu kapsamında 09.05.2017 tarihinden itibaren korunmak üzere 26.02.2018 tarihinde tescil edilmiş ve mahreç işareti almış bir yöresel peynir türüdür. Antakya Sürkü; asitliği ilerlemiş inek sütünün veya yayık altı ayranının kaynatılması ile elde edilen çökeleğe başta zahter (dağlardan toplanan yabani kekik) ile birlikte tuz, biber salçası ye isteğe bağlı olarak değişik baharatların (kırmızı acı biber, nane, kimyon, kişniş, mahlep, yenibahar, zencefil, küçük Hindistan cevizi, karanfil, karabiber, tarçın, fesleğen, rezene, çörekotu tercihen sarımsak) ilave edilip yoğrulması ile üretilen bir üründür. Arapça bir terim olan “Sürk”; çökelek anlamına da gelmektedir (ATSO, 2018; Coğrafi İşaretler, 2021) Ayrıca özellikle Hatay kahvaltılarında karşımıza çıkan bir kahvaltılık üründür (Çekal & Doğan, 2021, s. 77).

Antakya Sürk’ünün üretim aşamalarına baktığımız zaman; ilk olarak çiğ inek sütü süzdürülür, daha sonra kaynama sıcaklığına kadar ısıtılır (90-95°C/5-15 dakika) ve ısıtılan süt 40-45°C sıcaklığa kadar soğumaya bırakılır. İstenen dereceye soğuyan süt yoğurt mayası ile (%1-3 oranında) mayalanır. Aynı sıcaklıkta ortalama 3-5 saat uyumaya (inkübasyon) bırakılır. Elde edilen yoğurt birkaç gün buzdolabı koşullarında (4-7°C) dinlenmeye bırakılır. Daha sonra yoğurt 1 kg yoğurt için 1 kg su olacak şekilde (1:1 oranında) sulandırılır ve ayran elde edilir. Ayranın yayıklanması ile yayık tereyağı ve yayık ayranı elde edilir. Elde edilen yayık ayranı evlerde tencerelerde, endüstriyel koşullarda çift cidarlı tanklarda kaynama sıcaklığına kadar (90-95°C) karıştırılmadan ısıtılır. Bu işlem sonucu ayran yüzeyinde oluşan pıhtılar bir süzgeç yardımıyla toplanarak baskıya alınmak üzere süzme bezlerinin içine konulur. Ortalama 5-6 saat baskı işleminde kalan pıhtıların fazla suyu uzaklaştırılmış olur. Bu yapıya “çökelek” adı verilir. Bu aşamadan sonra çökeleğe kekik, yenibahar, karanfil, mahlep, kimyon, karabiber, tarçın, zencefil, fesleğen, rezene, çörekotu, pul biber, kişniş, ve Hindistan cevizi rendesinden oluşan karışımdan (%0,1-0,3 oranında) ilave edilir. Tuz (%1-3), tercihen sarımsak (1 kg çökelek için 1 diş) ve tercihen biber salçası eklenerek tekrar yoğrulur. Homojen

yapıya ulaşan bulamaçtan avuç büyüklüğünde parçalar koparılarak elde yuvarlama ile konik bir şekil verilir. Daha sonra kuruması için ince bir tülbent bez ile örtülerek çevre sıcaklığında gölge bir yere bırakılır (Say, Çayır & Güzeler, 2020, s. 884-885).

Üretimi tamamlanan sürk taze veya küflendirilmiş (olgunlaştırılmış) olarak tüketilebilir. Sürkün nasıl tüketileceğine bağlı olarak tüketime hazırlanma süreci de birbirinden farklılık göstermektedir. Sadece 3-4 gün bekletilen sürklerde kısmen daha az küflenme meydana gelmektedir. Sürk peynirinin bu çeşidi genellikle zeytinyağı ile birlikte veya içerisine domates, salatalık, soğan ve zeytinyağı eklenerek salata şeklinde tüketilebilmektedir. Küflendirilmiş (olgunlaştırılmış) sürklerde ise ilk olarak tüketilmeden önce dıştaki küf yüzeyinin yıkanması veya bir bıçak yardımıyla sıyırılması gerekmektedir. Sıyırma işlemi sonrası yine tercihen zeytinyağı ile veya salatası yapılarak tüketilebilmektedir (Ördek, 2015, s. 8).



Şekil 1. Taze Sürk



Şekil 2. Küflendirilmiş (Olgunlaştırılmış) Sürk



Şekil 3. Zeytinyağlı Taze Sürk



Şekil 4. Sürk Salatası

Gastronomi turizmi dünya genelinde çok sayıda gastronomi turlarının düzenlenmesine olanak sağlamaktadır. Dünya genelinde olduğu gibi ülkemizde de gastronomi turizmi turistler açısından oldukça ilgi çekici bir hal almıştır. TÜRSAB Gastronomi Turizmi Raporu'na göre 2014 yılında ülkemize gelen turistler toplam harcamalarının %19'unu gastronomi alanına, yeme içme faaliyetlerine harcamıştır (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TÜRSAB], 2015). Düzenlenen bu gastronomi turlarında gerçekleştirilen aktivitelerin tümüne bakıldığı zaman; yerel peynir üreticilerini ziyaret ve atölyelerde peynir yapımlarına katılım faaliyetlerinin de yer aldığı görülmektedir (Güzel Şahin & Ünver, 2015, s. 65-66). Gastronomi turizminden elde edilen gelirin artırılmasında birçok Avrupa ülkesinde gastronomi

turizmi içerisinde oldukça büyük bir yere sahip olan geleneksel peynirlere ülkemiz açısından verilen önemin artırılması ve bu değerlerimizin ön plana çıkarılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu düşünce doğrultusunda planlanan çalışmada 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. Yöresel ürünlerin (Akdemir ve Selçuk, 2018; Esen ve Seçim, 2019) ve coğrafi işaretli ürünlerin gastronomiye katkısına yönelik bölge halkının algıları ve bu ürünlerin tanınması, ün kazanması açısından önemli olduğu yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir (Özsoy, 2015; Durusoy, 2017; Toklu & Pekerşen, 2019; Şimşek & Güleç, 2020). Bu önermelere dayanarak araştırma kapsamında geliştirilen hipotez, coğrafi işaretli sürk peynirinin gastronomiye katkısına yönelik algısını test etmeye yöneliktir. Hipotez geliştirilirken, literatürdeki çalışmalardan yola çıkılmıştır.

H1: Antakya bölge halkının coğrafi işaretli sürk peynirinin gastronomiye katkısına yönelik algısı demografik ve diğer tanıtıcı özelliklere göre farklılık gösterir.

Araştırmanın Yöntemi

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. Araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu araştırmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Etik Kurulu 04.02.2021 tarihi ve 23 sayılı kararı ile alınmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde ise araştırmaya katılan katılımcıların gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanmasına yönelik sorular yer almaktadır.

Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Ölçek: Durusoy (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçekte sürk peynirine yönelik terimsel ifadelerde değişiklikler yapılmıştır. Ölçek 9 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin değerlendirilmesi için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan kendilerine verdiğimiz ifadelerle ne derece katılıp katılmadıklarına yönelik (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum arasında değişen bir puanlama yapmaları istenmiştir. Ölçeğin güvenilirliği $\alpha = .936$ olarak hesaplanmıştır.

Araştırmanın evrenini Hatay Antakya merkez ilçesi oluşturmaktadır. Araştırma evreninin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından belli kısıtları beraber getireceğinden örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Araştırmada, Antakya sürk peynirinin o yöreye ait bir peynir türü olması ve Antakyalı bireyler ile orada yaşayan bireylerin daha bilgili olacağı varsayıldığı için tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden yargısal örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem ile seçilen örneklem araştırmanın amacına uygundur ve araştırmacının ne aradığını bildiği varsayılmaktadır. Araştırmacı ana kütleyi ne kadar iyi tanıyorsa seçilen örnekler daha iyi sonuç vermektedir (Gürbüz & Şahin, 2016, s.130). Dolayısıyla araştırmada örneklemlerin Antakya'da ikamet etmesine ve Antakyalı olması kriterlerine önem verilmiştir. Araştırma verileri 2021 yılının Şubat – Mart aylarında, yargısal örnekleme yöntemi ile seçilen ve uygulamaya izin veren kişilerden elde edilmiştir.

Araştırmanın yapıldığı tarihlerde pandemi sürecinin yaşanması ve kısıtlamalarla birlikte eve kapanmanın olması örnekleme ulaşmayı zorlaştırmıştır. Ayrıca araştırmada, zaman ve maliyet kısıtları dikkate alınarak örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Evreni en iyi şekilde temsil edebilecek örneklem hacmi 0,05 anlamlılık düzeyi ve $\neq 0,05$ örnekleme hatası göz önünde bulundurularak araştırmaya katılmayı kabul eden 397 kişiye ulaşılmıştır (Nakip, 2013). Fakat araştırmaya eksik bilgi ve özensiz doldurma sebebiyle 337 anket formu dâhil edilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler, SPSS 22.0 istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiş olup örneklem grubunu oluşturan bireylerin demografik özellikleri frekans ve yüzde dağılımları ile sunulmuştur.

Bulgular

Araştırmanın bu kısmında; katılımcıların demografik ve diğer tanıtıcı özellikleri, betimsel istatistikler ve faktör analizi yer almaktadır. Ayrıca araştırmaya katılan bölge halkının demografik ve tanıtıcı özelliklerine farklılık analizleri ve sonuçları aşağıda sunulmuştur. Tablo 1’de araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerine yer verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların demografik ve diğer tanıtıcı özelliklerine ilişkin bilgiler

Değişken		F	%
Cinsiyet	Erkek	74	78
	Kadın	263	22
Yaş	21-35	49	14.5
	36-50	67	19.9
	51-65	221	65.6
Eğitim	Okuryazar değil	34	10,1
	İlköğretim	132	39,2
	Lise	135	40,1
	Lisans	18	5,3
	Lisansüstü	18	5,3
Peynir sever misiniz?	Evet	327	97
	Hayır	10	3
Sürk peyniri ile ilgili kendinizi ne düzeyde bilgili olarak düşünüyorsunuz?	Hiç bilgili düşünmüyorum	2	0.6
	Az bilgili düşünüyorum	75	22.5
	Orta derecede bilgili düşünüyorum	47	14.1
	Oldukça bilgili düşünüyorum	28	48.3
	Çok bilgili düşünüyorum	141	42.3
Sürk peynirini hangi bilgi kaynağından öğrendiniz?	Arkadaşlar ya da Akrabalar	168	49.9
	Ebeveynlerin Bilgisi	164	48.7
	Hiçbiri	5	1.5

Katılımcıların demografik ve diğer tanıtıcı özelliklerini incelediğimizde araştırmaya katılım sağlayan bölge halkının çoğunluğu peynir seven, lise mezunu, 51-65 yaş aralığına sahip kadın katılımcılardan oluşmaktadır. Ayrıca araştırmaya katılanların çoğunluğu sürk peyniri hakkında çok bilgili olduğunu düşünmekte ve sürk peynirini çoğunlukla ebeveynler, akrabalar ve arkadaşlardan öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Verilere İlişkin Betimsel İstatistikler

	Ort. *	Standart Sapma
<i>Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Verilerin İncelenmesi</i>		
Sürk peyniri kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	3.76	1.23
Antakya'nın ziyaret edilmesinde sürk peynirinin olumlu etkisi vardır.	3.39	1.16
Bölgede Peynir Müzesi kurularak Sürk peyniri kültürü yaşatılmalıdır.	3.46	.916
Sürk peyniri Antakya Mutfak Kültürü ile özdeşleşmelidir.	3.62	.739
Yöre mutfağı ülkedeki diğer mutfaklardan etkilenmiştir.	3.51	.856
Sürk peynirinin Türkiye'de yeterince tanındığını düşünüyorum.	3.96	1.052
Sürk peyniri ile ilgili geleneksel yemek festivali düzenlenebilir.	4.30	.770
Yörenin pazarlamasında sürk peyniri ve gastronomi turizmi daha çok kullanılmalıdır.	3.60	.821
Turizm firmaları yöreye gurme turları düzenleyerek farklılık yaratabilir.	3.65	.780

Bulgular incelendiğinde bölge halkının sürk peynirine yönelik algılarının ortalamasının üzerinde olduğu belirtilebilir. En olumlu görüşlerin “Sürk peyniri ile ilgili geleneksel yemek festivali düzenlenebilir” ve “Sürk peynirinin Türkiye’de yeterince tanındığını düşünüyorum” konularında gerçekleşmesi bölge halkının sürk peynirini benimsediği ve sürk peynirinin tanıtılması hususuna önem verdiği şeklinde değerlendirilebilir.

Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizleri

Ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemeden önce veri setinde kayıp değerlerin olup olmadığı ve uç değerleri incelenmiş ve analiz için uygun olduğu tespit edilmiştir. Verilerin faktör analizine uygun olup olmadığına karar vermek için normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığı ve örneklem büyüklüğü uygunluğuna test etmek için çarpıklık ve basıklık katsayıları incelenmiştir. Katsayılar ve sonuçlar aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 3. Çarpıklık ve basıklık değerleri

	İstatistik	Standart Hata
Çarpıklık	-.279	.133
Basıklık	-1.638	.265

Verilerin çarpıklık ve basıklık katsayısı, sırayla, çarpıklığın ve basıklığın standart hatasına bölüdüğünde çıkan değerler -1.5 ile +1.5 arasında kalıyorsa dağılım normal olarak kabul edildiğinden, çarpıklık değeri -0.20 ve basıklık değeri -0.06 olan verilerin normal dağılım gösterdiğini belirtebiliriz (Tabachnick ve Fidell, 2007).

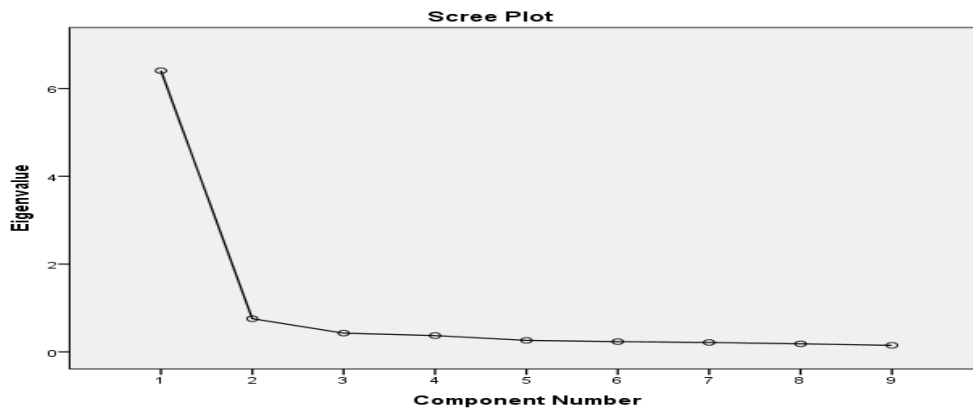
Bu araştırmada araştırma ölçeklerine faktör analizi yapılırken, tahmin yöntemi olarak temel bileşenler, faktör döndürme yöntemi olarak Varimax yöntemi kullanılmıştır. Verilerin faktör analizine uygunluğu için Kaiser-Meyer-Olkin örneklem büyüklüğü ve Bartlett küresellik testi sonuçları kontrol edilmiştir. Uygun faktör sayısının belirlenmesinde özdeğeri 1'den, varyans açıklama oranı %5'den büyük faktörler dikkate alınmıştır. Faktörlerin belirlenmesinde literatüre uygun kalınlığa dikkat edilmiştir

Tablo 4. Açıklayıcı Faktör Analizi

Ölçek/Maddeler	Faktör	Toplam
	Yükleri	Varyans
	F1	Açıklama
		Yüzdesi
		(%)
Sürk peyniri kültürel bir değerdir ve korunması gerekir.	0.900	71.177
Antakya'nın ziyaret edilmesinde sürk peynirinin olumlu etkisi vardır.	0.832	
Bölgede Peynir Müzesi kurularak Sürk peyniri kültürü yaşatılmalıdır.	0.817	
Sürk peyniri Antakya Mutfak Kültürü ile özdeşleşmelidir.	0.858	
Yöre mutfağı ülkedeki diğer mutfaklardan etkilenmiştir.	0.855	
Sürk peynirinin Türkiye'de yeterince tanındığını düşünüyorum.	0.889	
Sürk peyniri ile ilgili geleneksel yemek festivali düzenlenebilir.	0.733	
Yörenin pazarlamasında sürk peyniri ve gastronomi turizmi daha çok kullanılmalıdır.	0.827	
Turizm firmaları yöreye gurme turları düzenleyerek farklılık yaratabilir	0.870	
Özdeğerler	6.406	
Varyans Açıklama Oranları (%)	71.177	

KMO = 0.935; Bartlett Küresellik Testi değeri = 2725,500, p<0.001

Gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanmasına yönelik ölçeğe ilişkin açıklayıcı faktör analizi yapılabilmesi için varsayımlar incelendiğinde, örneklem büyüklüğünün yeterliliğini temsil eden Kaiser-Meyer-Olkin ölçüsü 0.935 bulunarak örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca değişkenlere ilişkin korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığını belirlemekte kullanılan Bartlett'in küresellik testi sonucuna göre değişkenlere ilişkin korelasyon matrisinin birim matrisi olmadığı ($\chi^2=2725,500$; $p<0.001$) dolayısıyla da değişkenlerin birbiriyle ilişkili olduğu ve verinin açıklayıcı faktör analizine uygun olduğu görülmüştür.



Şekil 5. Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Ölçeğin Faktör Sayısını Belirlemek İçin Yamaç-Eğim Grafığı

Açıklayıcı faktör analizi sonuçları incelendiğinde, ölçeğin orijinal yapısına uygun olarak tek faktör ve dokuz maddeden oluşmakta olduğu belirlenmiştir. Uygun faktör sayısını belirlerken özdeğeri 1'den büyük olan faktörler ve yamaç-eğim grafikleri dikkate alınmıştır. Direct Oblimin sonucu elde edilen faktör yükleri incelendiğinde tüm maddelerin 0.50'den fazla yüke sahip olduğu ve oluşan tek faktörün toplam varyans açıklama oranının da %71,177 olduğu görülmüştür.

Demografik ve Diğer Değişkenlere Göre Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Analizler

Araştırma kapsamında yer alan Gastronomik Ürünlerin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına demografik ve diğer bireysel özelliklerine göre karşılaştırılması amacıyla, veriler normal dağılım gösterdiği için iki değişkenli gruplarda (cinsiyet, peynir sevme) bağımsız örneklem için T testi (independent samples t test); ikiden fazla değişken olan gruplarda ise tek yönlü varyans analizi (one way ANOVA) gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, ikiden fazla değişken olan gruplardan farklılığın hangi gruplar arasında gerçekleştiğini ortaya koymak amacıyla çoklu karşılaştırma (Tukey HSD) analizi yapılmıştır. Sürk peynirinin cinsiyetlere göre farklılıklarını belirleyebilmek amacıyla yapılan bağımsız örneklem için t testi sonuçlarına aşağıdaki tabloda yer verilmiştir.

Tablo 5. Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Cinsiyetlerine Göre Karşılaştırılması

Boyut	Cinsiyet	N	\bar{X}	Ss	T	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	Erkek	74	3.77	0.763	3.67	.000**
	Kadın	263	3.40	0.770		

p<0.01**

Bağımsız örneklem için T testi sonuçlarına göre, sürk peynirinin bölge halkı tarafından algılarının kadın ve erkek katılımcılara göre anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (t=3.67; p<0.05). Erkek katılımcıların sürk peynirine yönelik görüşlerinin ortalaması (Ort.3.77; S.S.=.76) Kadın katılımcıların sürk peynirine yönelik görüşlerinin ortalamasından (Ort.3.40; S.S.=.77) daha yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlar, erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre sürk peynirine yönelik görüşlerinin daha olumlu olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Sevilme Oranına Göre Karşılaştırılması

Boyut	Sevilme Oranı	N	\bar{X}	Ss	T	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	Evet	327	3.68	0.77	-1.193	.265
	Hayır	10	3.98	0.79		

p>0.01**

Bağımsız örneklem için T testi sonuçları, sürk peynirinin bölge halkı tarafından algılarının sürk peynirinin sevilme durumuna yönelik anlamlı bir farklılık göstermediği görülmektedir (t=-1.193;p>0.01).

Tablo 7. Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Yaşlarına göre Karşılaştırılması

Boyut	Yaş	N	$\bar{X}\pm ss$	Varyansın Kaynağı	Kareler Top.	SD	Kareler Ort.	F	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	21-35	49	3.32±.72	Gruplar içi	11.628	2	.576	10.09	.000**
	36-50	67	3.81±.74	Toplam	192.280	334			
	51-65	221	3.78±.77			336			

p<0.01**

Tabloya göre, katılımcıların yaşlarına göre sürk peynirine yönelik algıları anlamlı farklılıklar göstermektedir (p<0.05). Sürk peynirine ilişkin ortalamalar incelendiğinde; 21-35 (X=3.32). 36-50 (X=3.81) ve 51-65 (X=3.78). Tukey testi sonucu, gruplar arası farklılıkların 21-30 arası yaş grubunda olanlardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar katılımcıların yaşlarının azalmasıyla birlikte sürk peynirine yönelik algılarının da azaldığını göstermektedir.

Tablo 8. Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Eğitim Düzeylerine Göre Karşılaştırılması

Boyut	Eğitim Durumu	N	$\bar{X}\pm ss$	Varyansın Kaynağı	Kareler Top.	SD	Kareler Ort.	F	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	Okuryazar Değil	34	3.76±.84					4.338	.002**
	İlköğretim	132	3.89±.71	Gruplararası	10.128	4	2.532		
	Ortaöğretim	135	3.57±.79	Gruplarıçi	193.780	336	.584		
	Lisans	18	3.42±.81						
	Lisansüstü	18	3.48±.76						

$p<0.01^{**}$

Tabloda görüldüğü gibi katılımcıların eğitim düzeyleri ile sürk peynirine yönelik algıları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0.05$). Okuryazar olmayan ($X=3.76$) ilköğretim ($X=3.89$), ortaöğretim ($x=3.57$) mezunlarının lisans ($X=3.42$) lisansüstü ($X=3.48$) mezunlarına göre daha olumlu görüşlere sahip oldukları görülmektedir. Gruplar arası farklılıklar incelediğimizde farklılığın lisans ve lisansüstü eğitimi alan katılımcılardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların, eğitim seviyesi arttıkça sürk peynirine yönelik algılarının da azaldığı belirtilebilir.

Tablo 9. Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanmasına Yönelik Faydalanılan Kaynaklar

Boyut	Y. Kriteri	N	$\bar{X}\pm ss$	Varyansın Kaynağı	Kareler Top.	SD	Kareler Ort.	F	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	Arkadaş ya da Akraba	168	3.71±.79	Gruplar arası	.580	2	.290	.476	.621
	Ebeveynlerin bilgisi	164	3.68±.76	Gruplar içi	203.328	334	.609		
	Diğer	5	3.37±.98	Toplam	203.908	336			

$p<0.01^{**}$

Sürk peynirinin algılanmasına yönelik faydalanılan kaynaklar için yapılan ANOVA testi sonuçları, katılımcıların faydalandığı kaynaklar ile sürk peynirini algılamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir ($p>0.01$).

Tablo 10. Bölge Halkının Sürk Peyniri Hakkında Bilgisine Yönelik Fikirleri

Boyut	Bilgi Durumu	N	$\bar{X}\pm ss$	Varyansın Kaynağı	Kareler Top.	SD	Kareler Ort.	F	P
Sürk Peynirinin Bölge Halkı Tarafından Algılanması	Hiç bilgili	2	3.11±.00					7.167	.000***
	Az bilgili	75	3.32±.70	Gruplar arası	16.266	4	4.066		
	Orta derecede bilgili	68	3.64±.78	Gruplar içi	186.094	328	.567		
	Oldukça bilgili	47	3.76±.74						
	Çok bilgili	141	3.89±.76						

$p<0.01^{**}$

Katılımcıların sürk peyniri hakkındaki bilgi seviyesine yönelik fikirleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p<0.01$). Çok bilgili olan ($X=3.89$), oldukça bilgili olan ($X=3.76$), orta derecede bilgili olan ($x=3.64$); katılımcıların hiç bilgili olmayan ($x=3.11$) ve az bilgili olan ($x=3.32$) katılımcılara göre daha olumlu görüşlere sahip oldukları görülmektedir. Gruplar arası farklılıklar incelediğimizde farklılığın hiç bilgili olmayan ve az bilgili olan katılımcılardan kaynaklandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların, bilgi seviyesi arttıkça sürk peynirine yönelik algılarının da arttığı belirtilebilir.

Sonuç Tartışma ve Öneriler

Coğrafi işaretli sürk peynirinin gastronomik katkısını belirlemek, sürk peynirinin pazarlanması, bu konudaki stratejilerin belirlenmesi ve gastronomik anlamda ün kazanmasını sağlamaya yönelik yol gösterici olmasını amaçlayan bu çalışmada 337 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan bölge halkının çoğunluğu peynir seven, lise mezunu, 51-65 yaş aralığına sahip bireylerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların çoğunluğu sürk peyniri hakkında çok bilgili olduğunu düşünmekte ve sürk peynirini çoğunlukla ebeveynler, akrabalar ve arkadaşlardan öğrendiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca bölge halkının sürk peynirine yönelik algıları ortalamanın üzerinde olup en olumlu görüşlerin “Sümk peyniri ile ilgili geleneksel yemek festivali düzenlenebilir” ve “Sümk peynirinin Türkiye’de yeterince tanındığını düşünüyorum” konularında gerçekleşmesi bölge halkının sümk peynirini benimsediğı ve sümk peynirinin tanıtılması hususuna önem verdiğini göstermektedir.

Araştırmada bölge halkının sümk peynirine yönelik algılarının demografik ve diğerk tanıtıcı özelliklere göre anlamlı farklılıklar gösterdiği tespit edilmiştir. Dolayısıyla “H:1 Bölge halkının Coğrafi işaretli sümk peynirinin gastronomiye katkısına yönelik algısı demografik değişkenlerine göre farklılık gösterir” hipotezi kabul edilmiştir. Literatürde yapılan araştırmalar (Uzuner, 2012; Şahin ve Meral, 2013; Özsoy, 2015; Durusoy, 2017; Akdemir ve Selçuk, 2018; Esen ve Seçim, 2019; Toklu ve Pekerşen, 2019; Şimşek ve Güleç, 2020) bölge halkının coğrafi işaretli ürünlere yönelik algıları arasında doğru orantılı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla araştırma sonuçları; Antakya bölge halkının coğrafi işaretli sümk peynirine yönelik algıları arasındaki ilişki açısından literatürde var olan temel düşünceyi destekler niteliktedir. Bu araştırmanın, bölge halkının gastronomik ürün olan sümk peynirine yönelik algılarının değerlendirilmesi açısından önem teşkil etmekte ve çalışma ile ilgili literatüre katkı sağlaması öngörülmektedir.

Araştırma, Türkiye’de gastronomi turizmi açısından önemli yere sahip olan Antakya ilçesinde yaşayan bölge halkına uygulanmıştır. Araştırmanın sümk peynirine yönelik değerlendirmeler açısından bölgenin gastronomi kültürünün tanıtılmasına, sümk peynirinin mutfak kültürü ile özdeşleşerek kullanımına yönelik olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca bölgenin gastronomi şehri olarak pazarlanması için stratejiler geliştirilmesi açısından da önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bölge yöneticileri sümk peyniri ile ilgili geleneksel festivaller düzenleyebilir ve sümk peyniri gastronomi etkinliklerinde ön plana çıkarılabilir. Bu doğrultuda yöreye özgü olan sümk peyniri ülke genelinde de tanıtılarak ve kullanımının artırılması sağlanmalıdır. Araştırmada yapılan analizler sonucunda katılımcıların yaşları, eğitimleri ve sümk peynirine yönelik bilgilerinin azaldıkça sümk peynirine yönelik algılarının da azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla gençlerin sümk peynirini sevmeleri ve tanımaları için aile üyelerinin bu kültürün yaşatılmasını sağlaması gerekmektedir. Yine benzer şekilde eğitim seviyesi arttıkça sümk peynirine yönelik algılarında azaldığı görülmektedir. Bu durumda eğitilmiş bireylerin başka tatlar deneyimlemeleri ve tercihlerini değiştirmiş oldukları düşünülebilir. Bu sebeple yapılacak olan peynir şenlikleri, festivaller ve pazarlama faaliyetleri gibi uygulamalar gençlerin ve eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin ilgisini çekerek sümk peynirine yönelik algılarının değişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırma Hatay Antakya merkez ilçesinde yaşayan bölge halkına uygulanmıştır. Fakat araştırmanın evreni içerisinde yer alan bölge halkının tamamına ulaşamamıştır. Pandemi sürecindeki kısıtlamalardan dolayı ve sosyal mesafe kuralı nedeniyle örneklem sayısı arttırılamamıştır. Dolayısıyla araştırmanın kısıtlarından biri evrenin tamamına ulaşamamaktır. Ayrıca literatürde, sümk peynirine yönelik araştırmaya rastlanmamıştır. Araştırmanın

kısıtlarından biri de araştırma sonuçlarının karşılaştırma ve değerlendirme imkanının kısıtlı olmasıdır. Bu doğrultuda, elde edilen sonuçlar daha sonra yapılacak olan çalışmalara temel olabilir, farklı değişkenler kullanarak veya farklı örneklerle çalışılarak farklı sonuçlar elde edilebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur. Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 04.02.2021 tarihi ve 23 karar/sayı numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Akdemir, N., & Selçuk, G. N. (2018) Yöresel mutfağın turizme kazandırılması ve bölgesel kalkınmaya katkısı: Sakarya ölçeğinde bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(2), 2033-2049.
- Antakya Ticaret ve Sanayi Odası, (2018), *Antakya ticaret ve sanayi odası mahreç işaretleri belgesi (Antakya Sürkü)*, <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/330.pdf>) Erişim Tarihi: 01.01.2021.
- Baran Ekinci, M. (2014). Coğrafi işaretlemede kullanılan moleküler biyolojik teknikler. 4. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 17-19 Nisan 2014/395.
- Coğrafi İşaretler Portalı* (2017). <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/330.pdf> Erişim Tarihi. 10.03.2021.
- Coğrafi İşaretler Portalı* (2020). <https://www.ci.gov.tr/Files/GeographicalSigns/330.pdf> Erişim Tarihi. 26.05.2021.
- Çapar, G., & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (Özel Sayı 1), 100-115.
- Çekal, N., & Doğan, E. (2021). Türk ve Dünya mutfaklarında kahvaltı üzerine bir çalışma. *Humanities Sciences (NWSAHS)*, 16(1), 71-88.
- Demirci, A.Ş., Özalp, Ş., Gülcü, M., & Dağlıoğlu, F. (2014). Trakya bölgesinde geleneksel olarak üretilen kuskusların bazı özelliklerinin belirlenmesi. 4. *Geleneksel Gıdalar Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 17-19 Nisan 2014/222-223.
- Durusoy, Y. Y. (2017). *Coğrafi işaretli gastronomik ürünlerin bölge halkı tarafından algılanması üzerine analitik bir araştırma: Kars kaşarı örneği* (Doktora Tezi). İstanbul Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erkenekli, M. (2013). Toplumsal kültür araştırmaları için değer merkezli bütünleşik bir kültür modeli önerisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 12(1), 147-172.
- Esen, F.M., & Seçim, Y. (2020). Yöresel mutfağın turizm ürünü olarak kullanımının yerel halk tarafından değerlendirilmesi; Konya ili örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 158-174.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 34-30.

- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri - Felsefe-Yöntem analiz* (2.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Güzel Ş, 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.
- Hayaloğlu, A. A. (2008). Türkiye’nin peynirleri – genel bir perspektif. *Türkiye 10. Gıda Kongresi Bildiri Kitabı*, 21-23 Mayıs 2008/731.
- Karaca, O.B. (2016). Geleneksel peynirlerimizin gastronomi turizmindeki önemi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(2), 17-39.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlama araştırmalarına giriş* (4.Baskı). İstanbul: Seçkin Yayıncılık.
- Oraman, Y. (2015). Türkiye’de coğrafi işaretli ürünler. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 76-85.
- Ördek, R. (2015). *Hatay ilinde satılan sürüklerin kaliteleri üzerine araştırmalar* (Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Özsoy, T. (2015). Coğrafi işaretleme katma değer oluşturmada bir araç olarak kullanımı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 31-46.
- Say, D., Çayır, M.S., & Güzeler, N. (2020). Hatay bölgesinde hammaddesi yoğurt olan süt ürünleri. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8(4), 882-888.
- Saygılı, D., Demirci, H., & Samav, U. (2020). Coğrafi işaretli Türkiye peynirleri. *Aydın Gastronomy*, 4(1), 11-21.
- Solmaz, Y., & Dülger Altınar, D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Şahin, A., & Meral, Y. (2013). Tüketicilerin coğrafi işaretli ürün algısı, *KSÜ Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(4), 16-24.
- Şimşek, A., & Güleç, E. (2020). Ayetler ve hadisler doğrultusunda islamî mutfak anlayışı. *Academic Platform Journal of Halal Life Style*, 2 (1) , 56-69.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Allyn & Bacon/Pearson Education.
- Taştan, H., & İflazoğlu, N. (2018). Hatay’ın Unesco gastronomi şehri olması ile ilgili yerel restoran işletmelerinin farkındalığının değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 384-393.
- Toklu, S., & Pekerşen, Y. (2019). Coğrafi işaretli gastronomik bir değer olan Karaman Divle Obruğu tulum peynirinin bölge halkı tarafından algılanması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2251-2273.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2015). *Türsab gastronomi turizmi raporu*, https://www.tursab.org.tr/dosya/12302/tursab-gastronomi-turizmi-raporu_12302_3531549.pdf Erişim Tarihi: 06.04.2021
- Uzuner, B. (2012), *Peynirin doğudaki kraliçesi*, <http://www.hurriyet.com.tr/peynirin-dogudaki-kralicesi-2211656> Erişim Tarihi: 18.02.2021

Perception of Gastronomic Products by the People of the Region: Antakya Sürk Cheese Example

Ebru KEMER

Niğde Ömer Halisdemir University, Niğde Vocational School of Social Sciences, Niğde /Turkey

Hasibe Utku ÇELİK GENÇOĞLU

Hatay Mustafa Kemal University, School of Tourism and Hotel Management, Hatay /Turkey

Extensive Summary

Cultural values belonging to the society are effective especially on the lifestyles of the societies, as well as on the diet and cuisine culture (Güler, 2010). The culinary culture of a society is among the intangible cultural heritage values of that society (Çapar & Yenipinar, 2016). Traditional products, which are a part of the cuisine culture, are an important factor in revealing the cultural richness of the society and increasing the local and regional diversity (Demirci et al., 2014).

Cheeses, which are highly consumed in Turkey, have a wide range of dairy products. In Turkey, there are approximately 130 types of local cheese produced according to the customs, traditions, customs, and knowledge of each region. Although the production methods of these cheeses are similar to each other, the difference, originality, and localness of the ingredients in their content distinguish the cheese types from each other. Each local cheese produced has its own unique taste, appearance, texture, sensory and chemical properties (Karaca, 2016).

Antakya Sürk Cheese is a type of local cheese produced in the province of Hatay and especially in the central district of Antakya (Hayaloğlu, 2008). Antakya Sürk Cheese is a type of local cheese that has been registered on 26.02.2018 by the Antakya Chamber of Commerce and Industry to be protected as of 09.05.2017 under the Industrial Property Law No.6769 (ATSO, 2018).

The province of Hatay has been awarded the title of "gastronomy city" by Unesco (Taştan & İflazoğlu, 2018). For this reason, it has become very important to introduce the culture of the province of Hatay in gastronomic terms and to evaluate it as an element of attraction. In gastronomy tourism, the geographical indication of the products is important in creating the product identity.

Sürk cheese has been the subject of the study since it received a geographical sign. This research; is thought that will be beneficial in determining the gastronomic contribution of Sürk cheese to the city of Antakya and determining the contributions to the gastronomic importance of geographically marked products. Also research; It is thought that marketing of milk cheese and determination of strategies in this regard will contribute to managers and practitioners in terms of gaining gastronomic reputation.

In this study, the relational scanning model, one of the quantitative research methods, was used. The study aims to determine the perception of the local people about the contribution of geographically marked surk cheese to gastronomy. The ethics committee permission document required to collect the data used in this study were obtained with the decision of the Ethics Committee of Hatay Mustafa Kemal University dated 04.02.2021 and numbered 23. The questionnaire form used in the study consists of two parts. The first part includes questions to determine the demographic characteristics of the participants in the research. In the second part, there are questions about the perception of the gastronomic products of the participants in the research by the people of the region.

Scale for the Perception of Gastronomic Products by the People of the Region: It was developed by Durusoy (2017). There have been changes in the terminological expressions for the milk cheese in the scale. The scale consists of 9 questions. A 5-point Likert scale was used to evaluate the scale. Participants were asked to make a score ranging from (1) Strongly Disagree, (2) Disagree, (3) Neither Agree nor Disagree, (4) Agree, (5) Strongly Agree, regarding the extent to which they agree or disagree with the statements we have given them. The reliability of the scale was calculated as $\alpha = .936$.

The population of the research is Hatay Antakya central district. The sampling method was used because reaching the whole research universe would bring certain constraints in terms of time and cost. In the study, the judicial sampling method was chosen among non-random sampling methods since it was assumed that Antakya Sürk Cheese is a type of cheese belonging to the region and that individuals from Antakya and those living there would be more knowledgeable. The sample selected with this method is suitable for the research and it is assumed that the researcher knows what he is looking for. The better the researcher knows the main mass, the better the selected samples give (Gürbüz & Şahin, 2016, p.130).

The fact that the pandemic process was experienced at the time of the study and the presence of confinement at home together with restrictions made it difficult to reach the sample. In addition, the sample size was determined in the study by taking time and cost constraints into consideration. (Nakip, 2016). The data obtained in the study were analyzed through the SPSS 22 statistical package program, and the demographic characteristics of the individuals in the sample group were presented with their percentage distributions.

Conclusion

In this study, which aims to determine the gastronomic contribution of geographically marked milk cheese, to market it, to determine the strategies in this regard, and to gain a gastronomic reputation, a questionnaire was applied to 337 people. The majority of the people in the region participating in the study are cheese lovers, high school graduates, and individuals between the ages of 51-65.

The majority of the participants in the study think that they are very knowledgeable about Sürk cheese and stated that they learned most from their parents, relatives, and friends. In addition, the perceptions of the people of the region are above average and the most positive opinions about "Traditional food festival can be held on Sürk cheese" and "I think that the Sürk cheese is well known in Turkey" shows that the people of the region have adopted the cheese and give importance to the promotion of Sürk cheese.

In the research, in the perceptions of the people of the region 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.