Etnik Restoranların Tipolojisi: Girişimcilik Profilleri ve İtici Faktörlere Dayalı Bir Sınıflandırma

Arş. Gör. Dr. Gürkan AYBEK

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
gurkanaybek@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0002-5536-5440

Özet

Etnik restoranlar, küresel ölçekte hızlanan göç hareketlerinin bir sonucu olarak, neredeyse her ülkede tüketicilerin karşısına çıkmaktadır. Ancak günümüzde etnik restoranların varlığı yalnızca göçmenlere bağlı değildir. Turizm hareketleri ve uluslararası/uluslarüstü bir yapıya bürünen tüketici alışkanlıkları, etnik restoranların kültürel bağlamda ilişkili oldukları insan topluluğundan bağımsız olarak bir lokasyonda gelişmesine neden olabilmektedir. Bu çalışma, bir yiyeceğin ait olduğu yerden başka bir coğrafyaya taşınmasında ve bir işletmede sunulur hale gelmesinde rol oynayan girişimcilerin profillerinin belirginleştirilmesini amaçlamaktadır. Böylece, etnik yiyeceklerin taşınması ve ticarileşmesinde etkili olan itici faktörlerin de ortaya konması sayesinde etnik restoranlara ilişkin bir tipoloji önerilmesi hedeflenmektedir. Araştırma, literatüre dayalı bir kavramsal analiz yaklaşımı benimseyerek etnik restoranlar üzerine yapılmış çalışmaların konu edindiği etnik restoranları sınıflandırılmaktadır. Bulgulara göre etnik restoranların doğal girişimcileri, göç hareketleri ile evlerinden ayrılıp yeni topraklara göç eden ve yanlarında gastronomik-kültürel özelliklerini de taşıyan göçmenlerdir. Turizm faaliyetleri sonucunda ilgili yeri bir destinasyon olarak ziyaret eden turistler, göçmenlerce açılmış etnik restoranları bir gastronomik deneyim aracı olarak tercih edebilmektedir. Aynı zamanda ev sahibi ülkenin yerel halkı da farklı bir kültürü deneyimlemek ve/veya yeni bir yemek deneyimi yaşamak gibi amaçlarla bu etnik restoranlara rağbet gösterebilmektedir. Bunun farkına varan yerli girişimciler, etnik restoran pazarında oluşan bu talepten paylarına düşeni alabilmek için etnik restoranlar açabilmektedir. Yerli girişimciler aynı zamanda destinasyonu ziyaret eden turistlerin kültürü ile uyumlu olan ya da aşinalıkları olabilecekleri mutfakları sunan etnik restoranlar açarak turistlerin yemek tüketimlerini kolaylaştırma amacı güdebilmektedir. Son olarak, uluslararası şirketler, uluslarasılaşmış/küreselleşmiş mutfakların ürünlerini daha standardize şekilde piyasaya sürmek amacıyla etnik restoranlar açabilmektedir. Bu çalışma, özellikle etnik restoranlar üzerine yapılacak çalışmalarda konu edilecek etnik restoran tipolojisinin doğru belirlenebilmesi ve etnik restoranların tekil ve homojen yapılar olmadığının ortaya konması yönünden gelecek çalışmalara rehberlik edecektir. Aynı zamanda, farklı girişimci profilleri ile ilişkili motivasyonları ve itici faktörlerin belirginleştirilmesi, etnik restoran sektörüne katılabilecek yeni aktörlerin yönlendirilmesinde kilit rol oynayacaktır. Gelecekte çalışmanın ampirik bir yapıya büründürülmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Etnik restoran, tipoloji, göçmen, girişimci, turizm.

Typology of Ethnic Restaurants: A Classification Based on Entrepreneurial Profiles and Push Factors

Abstract

Ethnic restaurants appear in almost every country as a result of accelerated migration movements in a global context. However, the presence of ethnic restaurants in a location today is

not dependent on immigrants. Tourism movements and international/transnationalized consumer habits cause ethnic restaurants to develop separately from the culturrally engaged community. This study aims to identify the profiles of entrepreneurs who play a role in moving a food from its original place to another and serving it in a restaurant by examining the driving factors of transporting and commercializing, and to propose a typology of ethnic restaurants. The research adopts a conceptual analysis approach based on the related literature. According to the findings, the basic entrepreneurs of ethnic restaurants are immigrants carry their gastronomic-cultural characteristics with them during migration movement. Tourists who visit a place as a destination through tourism activities may prefer ethnic restaurants opened by immigrants for gastronomic experience. Moreover, the locals of the host country may also patronize these ethnic restaurants in order to experience a different culture and/or a new dining experience. Local entrepreneurs may open ethnic restaurants to gain a share of this. It is possible, local entrepreneurs to seek to facilitate tourists' food consumption by opening ethnic restaurants that offer cuisines that are aligned with or familiar to the culture of tourists. Finally, international companies may open ethnic restaurants in order to introduce more standardized products of internationalized/globalized cuisines. This study will guide future studies on ethnic restaurants, by identifying the correct typology of ethnic restaurants and showing that ethnic restaurants are not singular and homogeneous entities. Clarifying the motivations and driving factors associated with different entrepreneurial profiles will play a key role in guiding new actors that may join the ethnic restaurant sector. In the future, the study is intended to be empirically structured.

Keywords: Ethnic restaurants, typology, immigrant, entrepreneur, tourism.