



Restoran Girişimciliğinde Etnosentrizmin Etkisi: Safranbolu Örneği (The Effect of Ethnocentrism In Restaurant Entrepreneurship: The Case of Safranbolu)

* Duran CANKÜL^a , Oğuz DİKER^b , Ayşe NUR USLU^c 

^a Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Turkey

^b Çanakkale Onsekiz Mart University, Çanakkale Faculty of Applied Sciences, Department of Museology and Cultural Heritage Management, Çanakkale/Turkey

^c Karabük University Safranbolu Tourism Faculty Gastronomy and Culinary Arts Department, Karabük/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 26.05.2022

Kabul Tarihi: 25.06.2022

Anahtar Kelimeler

Gastronomi

Etnosentrizm

Safranbolu

Restoran

Öz

Etnosentrizm; dahil oldukları kendi gruplarını evrenin merkezi gibi gören, farklı grupları ait olduğu grubun bakış açısıyla gören, kültürel anlamda kendi gruplarına benzeyen kişileri sorgulamadan kabul ederken benzemeyen kişileri ise reddeden insanlar için genel bir eğilimi ifade etmektedir. Bunun yanında etnosentrizm ürünlerin üretiminde ve satın alınmasında etkili olan bir kavramdır. Etnosentrizmin restoran girişimciliğine ne şekilde etki ettiğini tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmada, nitel araştırma yaklaşımlarından yüz yüze görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yöntemiyle elde edilen verilerin analizinde betimleyici analiz tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler Safranbolu'da faaliyet gösteren 11 restoran işletmecisi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda restoran menülerinde Safranbolu yöresel yemeklerinin yer aldığı, mutfaklarında Safranbolu kültürünü yansıtan ahşap, bakır, çömlek, kiremit gibi araç gereçleri kullanıldığı, restoranların tasarımında da Safranbolu kültürünü yansıtan öğelere yer verildiği görülmüştür. Restoranların logo, reklam ve tanıtımlarında Safran çiçeği, Safranbolu evleri gibi Safranbolu kültürünü yansıtan figürlere yer verildiği, satın alınan helal sertifikalı olmasına dikkat edildiği tespit edilmiştir. Satın alınan gıda ürünlerinin ve ekipmanların tercihinde etnosentrik eğilim gösterilmekte, çoğunlukla coğrafi işaretli ve yerli ürünler tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yemek bir aracı unsur olarak kullanılmış, yemekle birlikte destinasyonun tanıtılmasının da ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keywords

Gastronomy

Ethnocentrism

Safranbolu

Restaurant

Abstract

Ethnocentrism refers to a general tendency for people who see their own groups as the center of the universe, who see different groups from the point of view of the group to which they belong, who accept people who are similar to their own groups in a cultural sense without question, and reject people who are not similar. In addition, ethnocentrism is a concept that is effective in the production and purchase of products. In this study, which aims to determine the effect of ethnocentrism on restaurant entrepreneurship, a face-to-face interview method was used from qualitative research approaches. Descriptive analysis technique was used to analyze the data obtained by interview method. The interviews were conducted with 11 restaurant operators operating in Safranbolu. As a result of the research, it was found that Safranbolu regional dishes are included in the restaurant menus, wooden, copper, pottery, tile tools reflecting the Safranbolu culture are used in the kitchens, and elements reflecting the Safranbolu culture are included in the design of restaurants. It has been determined that figures reflecting Safranbolu culture such as Saffron flower and Safranbolu houses are included in the logos, advertisements and promotions of restaurants, and attention has been paid to the halal certification of the purchased ones. The ethnocentric trend is shown in the preference of purchased food products and equipment, and it has been concluded that mostly geographically marked and domestic products are preferred. Food was used as an intermediary element, and it was concluded that the promotion of the destination along with food also came to the fore.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: aysenuruslu@karabuk.edu.tr (A. N. Uslu)

DOI:10.21325/jotags.2022.1041