



Restoranlarda İş Modeli İnovasyonu Kapsamında Bulut Mutfaklar Üzerine Nitel Bir Araştırma (A Qualitative Research on Cloud Kitchens Within the Scope of Business Model Innovation in Restaurants)

* Adem ARMAN^a 

^a Akdeniz University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Antalya/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:22.05.2021

Kabul Tarihi:07.08.2021

Anahtar Kelimeler

Bulut mutfak

İnovasyon

İş modeli

Gastronomi

Öz

Araştırmada, son dönemde popüler hale gelen bulut mutfakların yiyecek içecek sektöründeki yerinin belirlenmesi ve bulunduğu konumda yaşanan sorunları, sağlanan faydaları, beklentileri ve yöneticilerin ticari açıdan talep odaklı değerlerine ait uygulamaları üzerinden bu mutfaklardaki üretim ve dağıtım sürecini nasıl deneyimlediklerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında, İstanbul ilindeki bulut mutfak konseptine yönelik olarak, paket yiyecek servisi hizmeti sunan işletmelerin yöneticileri ile çalışılmıştır. Nitel yaklaşım kapsamında, bulut mutfaklar ile ilgili araştırmaların sınırlı olması ve konuya dair deneyime dayalı, derinlemesine bilgi ihtiyacının olması sebebi ile nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın deseni, iç içe geçmiş tek durum çalışması olarak belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme ile veriler toplanmış ve içerik analizi ile veriler analiz edilmiştir. Bulgulara göre bulut mutfaklar çevrimiçi ödeme sistemleri gelişmiş olduğu için barındırdıkları markalara hızlı bir iletişim ve dağıtım ağı imkânı sağlayarak, iyi işleyen bir arz talep döngüsü sunmaktadır. Katılımcıların bulut mutfakları COVID-19'dan sonra popülerleşen bir trend olarak gördükleri söylenemez. Buna karşın pandemi sürecinin bu konseptteki işletmeler için uygun bir büyüme atmosferi oluşturduğunun da altını çizmişlerdir.

Keywords

Cloud kitchen

Inovation

Business model

Gastronomy

Abstract

In the research, it is aimed to determine the place of cloud kitchens in the food and beverage sector, which has become popular recently, and to reveal the problems experienced in their location, their benefits, expectations, and how managers experience the production and distribution process in these kitchens through their experience of commercially demand-oriented values. Within the scope of the research, we worked with the managers of the businesses that offer takeaway service for the cloud kitchen concept in Istanbul. Within the scope of the qualitative approach, the qualitative research method was preferred due to the limited number of studies on cloud kitchens and the need for in-depth knowledge based on experience on the subject. The design of the research was determined as a single intertwined case study. Data were collected through a semi-structured interview, and the data were analyzed with content analysis. According to the findings, cloud kitchens offer a well-functioning supply and demand cycle by providing a fast communication and distribution network to the brands they host, as online payment systems are advanced. It cannot be said that the participants see cloud kitchens as a trend that has become popular after COVID-19. On the other hand, they underlined that the pandemic process creates a suitable growth atmosphere for businesses in this concept.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: ademarman@hotmail.com (A. Arman)

DOI:10.21325/jotags.2021.856