



Önerilen atf: Saygı, Y. B. (2022). Bulut Mutfaklar Kurulum Adımları, Çalışma Şekilleri ve Modelleri, *OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-11.

Kavramsal Makale

BULUT MUTFAKLAR KURULUM ADIMLARI, ÇALIŞMA ŞEKİLLERİ VE MODELLERİ

Yaşar Birol SAYGI¹

ÖZ

Gıda endüstrisi, artan rekabet ve sürekli gelişen teknoloji nedeniyle her zaman çoklu teknolojik yeniliklerin etkisi altında gelişmektedir. Bu çerçevede bulut mutfaklar, son zamanlarda gıda endüstrisine giren küresel restoran endüstrisinin önemli bir konseptidir. Günümüzde restoran endüstrisindeki diğer segmentler arasında en yüksek büyüme oranına sahip restoran işletmelerinin akıllı yolu olarak kabul edildiği görülmektedir. Bulut mutfağı, fiziksel alanı, yemek yeme alanı veya paket servis tezgâhı olmayan, yalnızca teslim edilen bir restoran konseptidir. Geleneksel bir restoran veya yemek yeme tesisi olmadan sadece teslimat siparişlerini kabul eden bir restoran mutfağıdır. Sadece bir üretim birimi olarak işlev gören yemeklerin hazırlanması için operasyonel bir mutfaktır. Müşteriler, çevrimiçi gıda toplayıcı uygulamaları veya restoran uygulaması aracılığıyla siparişlerini çevrimiçi olarak verebilir. Bu mutfaklar bazen hayalet mutfaklar, karanlık mutfaklar veya sanal mutfaklar olarak da bilinir. Çalışmada, teslimat segmentinin potansiyeli göz önünde bulundurularak, bir bulut mutfağının çalışma şekilleri, iş modelleri, avantaj ve dezavantajları detaylandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bulut Mutfak, Hayalet Mutfak, Karanlık Mutfak, Sanal Mutfak.

CLOUD KITCHENS INSTALLATION STEPS, WORKING PATTERNS, AND MODELS

ABSTRACT

The food industry is always developing under the influence of multiple technological innovations due to increasing competition and constantly developing technology. In this context, cloud kitchens are an important concept in the global restaurant industry that has recently entered the food industry. Today, cloud kitchens show the highest growth rate among other segments in the restaurant industry and are considered the smart way for restaurant businesses. A cloud kitchen is a delivery-only restaurant concept with no physical space, dining area, or take-out counter. It is a restaurant kitchen that only accepts delivery orders, without a traditional restaurant or catering facility. It is an operational kitchen for the preparation of dishes, functioning only as a production unit. Customers can place their orders online via online food picker apps or restaurant apps. These kitchens are sometimes known as ghost kitchens, dark kitchens, or virtual kitchens. Considering the potential of the delivery segment, the working patterns, business models, advantages, and disadvantages of a cloud kitchen are detailed in the study.

Keywords: Cloud Kitchen, Ghost Kitchen, Dark Kitchen, Virtual Kitchen.

Makale Geliş Tarihi: 27.09.2021

Birinci Düzeltme: 18.06.2022

Kabul Tarihi: 25.06.2022

¹ Prof. Dr., İstanbul Topkapı Üniversitesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, ybirolsaygi@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9381-7295.

GİRİŞ

Bir bulut mutfağı, yemek servisi olmayan müşteriler olmadan yalnızca teslimat veya paket servis için yiyecek hazırlamak amacıyla ticari bir mutfak kullanır. Bulut mutfakları, restoran sahiplerinin mevcut bir restoranı genişletmesine veya minimum maliyetle sanal bir marka başlatmasına olanak tanır. Bu, restorancılara ölçeklendirme, yeni pazarları keşfetme veya yeni konseptleri deneme fırsatı sunar. Birçok restoran, yeni fikirleri test ederken personeli ve envanteri optimize ederek deneysel bir alan olarak bulut mutfaklarını kullanırlar.

Bulut mutfaklar, özellikle teslimat için gıda üretmek üzere tasarlanmış ticari tesislerdir. Bu mutfaklar, bazen bulut mutfaklar, ortak mutfaklar veya sanal mutfaklar olarak da tanımlanmakta olup içinde yalnızca teslimat yapan gıda markalarının sanal restoranları olarak da adlandırılırlar. Çin restoranları, onlarca yıldır bu teslimattan en iyi şekilde yararlanmaktadır. Pizza endüstrisi ise işini pratik olarak gerçekleştirmek için teslimat optimizasyonu üzerine kurulmuştur. Ancak son zamanlarda teknolojiye ileriye gidenler ve tüketici alışkanlıklarındaki değişiklikler sayesinde yalnızca teslimat modeline geçiş mümkün olmuştur. Geleneksel bir restorandan, teslimat sunmaya göre belirli avantajlar sunmaktadır. İster bulut mutfak, sanal mutfak, gölge mutfak ister karanlık mutfak olarak isimlendirilsin, özünde, esas olarak dijital siparişleri işleyen bir restorandır. Yerleşik bir markanın mutfağında veya kendi başlarına çalışabilirler. Ancak genellikle çevrimiçi olarak erişilebilirler. Birkaç isme sahip olmalarına rağmen, benzer özelliklere sahip olup müşterilere sadece teslim edilen yemekler sunmak için var olurlar. Bulut mutfak segmentinde birkaç ifadenin tanımlanması gerekir. Örneğin, hizmet olarak mutfak veya karanlık mutfaklar, bulut mutfak görevleri için bir konseptte kiralanmış, tamamen inşa edilmiş alanlardır. Düşük riskli ve düşük sermayeli bir teslimat restoranı başlatmayı kolaylaştıran eksiksiz bir mutfak ve teslimat modeli sunarlar. Bazı bulut mutfaklar, bir arabaya servis veya paket servis alanı içerebilse de geleneksel bir vitrin veya kapalı oturma alanı yoktur. Bu sadece dijital markalar olarak adlandırmaya karar verilmesinden bağımsız olarak, sektördeki hayati bir ihtiyacı karşılamaktadır (Moyeenudin vd. 2020; Hussain, 2021).

Bulut mutfaklar, yüksek kaliteli yemek dağıtımına yönelik artan talebe ve şehir merkezindeki konumlarda artan kiralara yanıt olarak 2010'ların başında ortaya çıkmaya başlamıştır. "Green Summit Group", 2013 yılında New York City'deki ilk bulut mutfaklarından birini açmış ve iki şehirde dört

lokasyona ulaşmıştır. Yeni bir on yıla girerken, bulut mutfakları büyük işletmeler haline gelmekte olup risk sermayesi özellikle bu yeni pazardan yararlanmayı amaçlayan yeni şirketlere açılmaktadır. Eğilim, dijital, mobil uyumlu çözümler talep eden harcanabilir gelire sahip Y kuşağı çağının gelmesiyle şekillenmektedir. Ve bu, internet ve akıllı telefonlarla büyüyen yeni nesil pazara girdikçe daha da belirginleşecektir. İleriye bakıldığında, mutfak otomasyonu, drone teslimatı ve gig ekonomisinin devam eden büyümesi, maliyetlerini daha da düşürerek bulut mutfaklara daha fazla avantaj sağlamaktadır. Trendi etkileyen diğer faktörler ise aşağıda görülmektedir (Sii vd., 2007; Beniwal ve Mathur, 2012; Oracle, 2021; Dny, 2021; Sitorus vd., 2021);

Kentsel alanlarda emlak fiyatlarının artışı: Kentsel gayrimenkul fiyatları yükselme eğilimini sürdürürken, yalnızca teslim edilen mutfaklar "sanal" doğalarından yararlanabilmektedir. Konumlarındaki tek kısıtlama, yeterince aç müşterilerin gerçekçi teslimat mesafesinde olmaları gerektiğidir. Yoğun şehir merkezlerinin dışında, ancak yerleşim alanlarının talebini karşılayacak kadar yakın olan hafif sanayi bölgelerine odaklanmaktadır. Düşük kiralara büyük depolar, onları donatacak sermaye varsa, geniş ortak mutfakları barındırmak için mükemmel mekanlardır. Teslimat uygulamalarından toplanan talep verilerini kullanarak, belirli mahallelere hizmet verecek en iyi yerleri belirleyebilirler.

Teslimat talebinde artış: Tüketicilerin neredeyse yarısının evde yemek yemeyi tercih etmesiyle birlikte, davranış değişiklikleri nedeniyle gıda dağıtımını 2025 yılına kadar 200 milyar dolarlık bir sektöre dönüştürecek. Uber, piyasayı 795 milyar dolar olarak değerlendirerek çoğundan daha iyimserdir. Aylık 91 milyon kullanıcısıyla "Uber Eats", şu anda en popüler yemek dağıtım uygulamasıdır. Tüketiciler, yiyeceklerinin teslim edilmesinin rahatlığı için önemli miktarda ödeme yapmaya giderek daha istekli hale gelmektedir.

İsteğe bağlı sözleşmeli işçilerde artış: Konser veya paylaşım ekonomisi tüm hızıyla devam etmekte ve 2025 yılına kadar 335 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. İsteğe bağlı sözleşmeli işçilerde bir artış görülmektedir. Bir işverenin bakış açısına göre hiçbir koşula bağlı olmayan düşük maliyetli işçilik sunan, ortak araç sürücüsü, teslimat sürücüsü ve uzaktan çalışan olarak çalışan kişilerin sayısı artmaktadır. Ancak konser ekonomisinin istikrarı hala bilinmemektedir. California eyaleti kısa süre önce bazı şirketlerin sözleşmeli işçilere çalışan olarak davranmasını gerektiren bir yasa çıkarmıştır.

Gelişen teknolojiler sebebiyle teslimat maliyetinde düşüş: İleriye bakıldığında, drone teslimatı ve mutfak otomasyonu, standart restoran modelini daha da bozacak şekilde ayarlanmıştır. Robot mutfaklar yükselişte ve drone teslimatı, yalnızca bölgesel düzenlemelerin yoluna devam etmesiyle kırılmaya hazırdır. Teknoloji odaklı ortak mutfaklar, bu gelişmelerden yararlanmak için mükemmel bir şekilde konumlandırılmıştır. Çok daha yetenekli ve yeni teknolojiye hızlı bir şekilde adapte olma olasılıkları yüksek olup bu da onlara vitrin restoranlarına göre daha fazla avantaj sağlamaktadır.

Bulut Mutfağı Açmak Neden İyi Bir Fikirdir?

Bulut mutfak modelinde, siparişler gelir, yemekler pişirilir, paketlenir ve ardından atanan filo tarafından hemen teslimat yerlerine ulaştırılır. Bunun işe yaramasının nedeni ise maliyetlerin düşmesi ve tüketicilerin sadece yemeğe konsantre olmalarıdır. Üçüncü taraf hizmetlerin mevcudiyeti ve mobil siparişin artan rahatlığıyla, bu model sektöre yeni giren işletmeler için deneme yapmak için doğru görünmektedir. Bulut mutfakların tercih edilmesinde etkili faktörler şunlardır (Choudhary, 2019; Lapaas, 2019; Menudrive, 2020; Oracle, 2021; Arman, 2021; Hussain, 2021; Benniwal ve Mathur, 2021; John, 2021; Kulshreshtha ve Sharma, 2022);

Düşük emlak maliyetleri: Masa servisi denklemden çıkarıldığı ve yalnızca teslimat hizmeti sunulduğu için, emlak maliyetlerinde büyük miktarda tasarruf edilmektedir. Bulut mutfak işletmeleri, görünürlüğü yüksek bir alanda sahip olma zorunluluğundan kurtarılır. Erişilebilirlik, daha iyi geliştirilmiş kompleksler, hedef pazara yakın iyi bir alanda yeterli mutfak alanına sahip olmaya odaklanabilme şansı vermektedirler.

Daha iyi genişleme fırsatları: Bulut mutfaklarda, başlamak için ağır yatırımlara ihtiyaç olmamasıdır. Küçük başlayabilir, ancak hızla genişlenebilir. Bir marka oluşturup sadık müşteriler edindikten sonra, yeni bölgelere ve hatta yeni menü çeşitliliğine genişlemek kolaylaşmaktadır.

Genel giderlerden tasarruf: Bir bulut mutfak ile genel giderlerden tasarruf edilmektedir. Müşteriye dönük personele, dekorasyona veya alan girişine, park alanına ihtiyaç bulunmamaktadır. Daha düşük fiyatlı menü öğeleri olsa bile kar marjları daha iyi olmaktadır.

Bir Bulut Mutfak İşletmesi Kurmak İçin Gereksinimler

Bir bulut mutfağı başlatmak, teslimat alanları ve restoran adından ekipmanlara, ruhsatlandırmaya ve çok daha fazlasına kadar çeşitli kararları içermektedir

(Choudhary, 2019; Alves vd., 2021; Deliverect, 2021; Süzer vd., 2021);

Konum:

1. *Hedef teslimat alanları için erişilebilir:* Tüm siparişler yalnızca teslimat olacağından, mutfağın konumunun teslimat yapmak istenen konumlara yakın olmasını sağlamak önemlidir.
2. *Ekonomik:* Bir bulut mutfağı açmanın kira ve diğer emlak maliyetlerinden tasarruf, ana noktasıdır. Uygun maliyetli bir alan olduğundan ve bundan en iyi şekilde yararlanıldığından emin olunmalıdır.
3. *Pencereler ve nefes alacak alan:* Bulut mutfakları genellikle kapalı alanlara, garajlara ve küçük komplekslere kurulur. Tüm gün süren telaşlı yemek pişirme sürecinde, aşçılar ve personelin nefes alacak yeterli alana sahip olduğundan emin olmak daha da önemli hale gelmektedir.
4. *Güvenlik:* Güvenlik her zaman öncelik olmalıdır. Tüm hijyen, altyapı, elektrik ve diğer endişelerin kontrol edildiğinden emin olunmalıdır.

Teknoloji:

Bir bulut mutfağı kurmak için gerekli olan iki temel restoran teknolojilerinden bahsedilmesi gerekir;

1. *Çevrimiçi Sipariş Platformu:* Yalnızca teslimat modelinde, çevrimiçi sipariş platformu veya uygulaması, müşterilerin markayla etkileşime girdiği ön yerdir. Kârlılık açısından da üçüncü taraf komisyonlarından uzak durmak için her zaman kendi platformundan sipariş almak tercih edilmektedir.
2. *POS ve Sipariş Yönetimi:* Bir bulut mutfağı çalıştırırken, farklı araçlarla entegre olunmasına yardımcı olan ve bulut teknolojisi üzerinde çalışan bir restoran POS'una sahip olmak hayatı çok daha kolaylaştıracaktır. Başka bir olmazsa olmaz olan teknoloji, farklı üçüncü taraflardan gelen siparişleri mümkün olduğunca hızlı bir şekilde tek bir yere getirebilen bir sipariş yönetim sistemidir.

Teçhizat:

Raflardan fırına ve diğer elektrikli eşyalara kadar ekipman, mutfağı kurmanın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Ekipmanlara yatırım yapmadan önce akıllıca araştırma yapılmalıdır.

İnsanlar:

Bir bulut mutfağı için şefler ve diğer mutfak elemanları, operasyon yöneticileri ve uygulayıcıları,

temizlik personeli ve teslimat filosu veya teslimat ortakları bulunması gereken rollerdir. Bulut mutfakların yoğun trafiğine ve baskısına katlanabilecek kalifiye elemanların istihdamı önemlidir.

Ambalajlama:

- İş tamamen teslimata bağlı olduğunda, paketleme işi bozabilir.
- Ambalaj göze hoş gelen bir yapıda ve temiz olmalıdır.
- Müşterilere, yemeğin özenle işlendiğine dair güven vermelidir.
- Paket iyi seyahat etmeli ve yiyecekleri uzun mesafeler için sıcak veya soğuk (gerektiği gibi) tutmalıdır.
- Kutuların fiziksel hasar almaması, ıslanmaması için nefes alabilmesi ve buharı dışarı çıkarabilmesidir.

Pazarlama:

Restoran pazarlaması söz konusu olduğunda, herkese uyan tek bir boyut yoktur. Pazarlamayı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır.

Sosyal Medya Pazarlaması: Sosyal medya platformları müşterilerle bağlantı kurmak ve bir marka oluşturmak için çok önemlidir. Bunun için kurum içi bir temsilci tutulabilir veya dijital pazarlamada deneyimli bir ajans ile dış kaynak kullanılabilir.

SMS ve E-posta Pazarlama: Bu, müşterilere harika tekliflerle ikna edilebileceği yerdir. SMS ve e-posta pazarlaması, tekrar sipariş almak ve müşteriyi elde tutma oranını artırmak için etkin çalışır.

Sadakat Programları: Sadakat programları, sürekli müşterilerini ödüllendirmek ve onlardan daha fazla sipariş almaya teşvik etmek için yapılır. Müşteriler verdikleri her sipariş için markanın farklı şekillerde kullanılabilen promosyonlarını alabilirler.

Çevrimiçi Listeler: Çevrimiçi olarak bulunabilmek için bulut mutfağın örneğin Google'da ve diğer çevrimiçi listelerde listelenmesi gerekir. Buradan elde edilebilecek trafik çok büyük ve sıcak siparişlere dönüşme şansı yüksektir.

Sosyal Dinleme: Bu, marka hakkında kamuoyunun duyarlılığını yakalamaya yardımcı olur. Restoranla ilgili hem olumlu hem de olumsuz yorumları fark edebilir ve bunlara hızlı yanıt verebilir.

Millennials ve Gen Z İçin Bir Bulut Mutfağı İnşa Etmek

Bulut mutfaklar ve çevrimiçi yemek dağıtımı, temelde Y kuşağı ve Z kuşağı olarak adlandırılan genç nesillerin ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu kuşaklar,

çeşitliliğe, daha fazla seçeneğe ve kentsel yaşama değer vermektedir. İştah ve isteklerini tatmin ederken akılda bulundurulması gerekenler şunlardır (Tetreault, 2019; Oracle, 2021);

Kolaylık: Dışarı çıkma veya yemek yapma fikri, Y kuşağı için daha az çekici hale gelmektedir. Kolaylık, kararlarını yönlendirmede önemli bir faktördür. Yiyecek teslimatı kolaylık, daha fazla seçenek ve hatta artan sayıda sağlıklı seçeneği beraberinde getirmektedir.

Farkındalık: Genç nesil daha meraklı ve etrafındaki şeylerin farkındadır. Cevaplar aramaktadırlar. Yiyecekleri nereden geliyor, kaç kalori var, organik mi değil mi? Markalar, bu farkındalık ölçeği için pazarlamalarını oluşturmalı ve uyumlu hale getirmelidir.

Uluslararası mutfaklara talep: İster uluslararası mutfaklar ister farklı yemeklerin füzyonları şeklinde olsun yeni şeyler keşfetmek isterler.

Deneyim önemlidir: Deneyim, bu nesiller için hala büyük önem taşımaktadır. Ancak restoranların teslimatı yaparken kontrol etmesi zorlaşmaktadır. Bu nedenle, bunu geliştirmek için teslimat deneyimine, paketlemeye ve geri bildirim görüşmelerine daha fazla odaklanılmalıdır.

Bulut Mutfağı Nasıl Çalışır?

Bulut mutfakları, bir veya iki ile düzinelerce restoranın, teslimata göre optimize edilmiş menü öğeleri hazırlamak için alan kiraladığı merkezi lisanslı ticari gıda üretim tesisleridir. Bir restoran, tümü tek bir çatı altında çalışan birden fazla marka veya sanal restoran işletebilir veya mutfak, farklı tedarikçiler tarafından paylaşılan bir kuluçka makinesi gibi çalıştırılabilir. Paslanmaz çelik hazırlık masaları, davlumbazlar, ocaklar, fırınlar ve lavabolardan oluşan ve her biri doğrudan müşterilerden gelen kendi siparişlerine sahip çok sayıda istasyonu (mini-restoranları) olan büyük bir depodur (Tetreault, 2019).

Bulut mutfakları, yalnızca teslimat iş modeline dayanmaktadır. Bu restoranlar, kendi web siteleri aracılığıyla veya teslimat uygulamaları aracılığıyla gelen siparişlere, şirket dışında yemek için yiyecek teslim etmek için güvenmektedir. Bu iş modeli, restoranların müşteri tabanlarını çeşitlendirmesine ve genişletmesine olanak tanırken, kira ve işçilik olarak en büyük iki işletme maliyetini azaltır. Düşük genel gider ve yalnızca mutfak personelinin gerekli olmasıyla işletmeler, maliyetleri en aza indirme ve siparişleri en üst düzeye çıkarma fırsatına sahiptir (Choudhary, 2019; Arman, 2021).

Yalnızca teslimat olan bulut mutfakların, müşteriler için deneyimsel bir yemek yeme deneyimi yaratması gerekmez. Yüksek kiralama maliyetleri, büyük sermaye yatırımları, restoran iç mekanları, misafir tesisleri hakkında endişelenmeleri gerekmez. Müşteri kazanımı dijital platformlar aracılığıyla sağlandığından bulut mutfakları, tüm iş operasyonunu güçlendiren teknolojiye yoğun bir şekilde yatırım yapmaktadırlar. Teknolojinin yanı sıra, büyük yatırımlar ayrıca iyi donanımlı mutfak altyapısını, şefler ve teslimat sürücülerini gibi eğitilmiş insan gücünü içerebilir. Bazı bulut restoranları, hizmetlerini kişiselleştirmek için kendi dağıtım filolarına güvenirken, diğerleri teslimat için toplayıcılardan yararlanırlar.

Bulut mutfak açmayı kimler düşünmelidir sorusuna aşağıdaki cevaplar verilebilir (Choudhary, 2019).

Gıda girişimcileri: Benzersiz bir fikir varsa ve pazara girmek için daha ucuz bir yol aranıyorsa, bulut mutfaklar tam olarak amaca hizmet etmektedir. Tam teşekküllü bir restorana kıyasla daha az yatırım gerektirirler, ancak geniş bir müşteri havuzuna ulaşmak için tam fırsat verirler.

Ev yapımı gıda markaları: Yerli marka süper hızlı mı genişliyor? Bir bulut mutfağı açmak, küçük bir yatırımla ve en iyiyi hedefleme isteğiyle teslimat alanları çevresinde mağaza kurulmasına yardımcı olabilir.

Food-Truck operatörleri: Daha yeni teslimat alanlarına genişlemek ve tıpkı bir Food-Truck gibi hızlı tempolu bir model denemek isteniyorsa cevap bulut mutfak olabilir.

Yerleşik Zincirler (QSR): Teslimat kapasitesini genişletmek isteyen hızlı servis restoranları bile, verimli bir şekilde para yatırmak için yalnızca teslimat mutfak modeline bakabilir.

Restoranlar (Dine-in): İnsanlar artık yiyeceklerin kendilerine ulaşmasını istemektedirler. Teslimat trendine yavaş yavaş adapte olan restoranlar, karanlık bir mutfak kurmaya ve daha yeni menü fikirleri denemeye bakabilirler.

Bulut Mutfakların İşletmeler İçin Faydaları Nelerdir?

Geleneksel restoran iş modeline kıyasla avantajları şunlardır (Chavan, 2020; Oracle, 2021);

Düşük genel giderler: Restoran işletmecileri için en büyük zorluklardan biri, personel maliyetleri ve daha da katılan iş kanunlarına uyumdur. Bulut mutfaklar, isteğe bağlı işçilikten daha kolay yararlanabilir ve servis personeli için endişelenmeye gerek kalmaz. Geleneksel restoranlara kıyasla bulut mutfaklar için

giriş engeli çok daha düşüktür. Bulut mutfaklar teorik olarak, ev önü operasyonlarına, oturma için taban alanına veya birinci sınıf yerlerde yüksek yaya trafiğine sahip vitrinler için yüksek kiralara olan ihtiyacı ortadan kaldırarak daha düşük maliyetlere neden olur. Ölçek ekonomilerinden yararlanarak içerik maliyetlerinden tasarruf etmek de mümkündür. Örneğin, aynı mutfakta faaliyet gösteren yalnızca teslimata yönelik bir dizi farklı marka için daha büyük siparişler vermek. Bu tasarruflar, sanal restoranlara geleneksel restoranlara göre rekabet avantajı sağlamak için tüketiciye aktarılabilir.

Daha iyi verimlilik: Özel olarak oluşturulmuş alanları kullanarak ve süreçlerini özel olarak teslimat için optimize ederek, bulut mutfaklar çok verimli çalışabilir. Bir mutfakta birkaç marka işletiliyorsa, birkaç farklı menü için hazırlık malzemeleri toplu olarak tasarlanabilir ve mutfak, hazırlama hızına ve yemeklerin teslimat görevlilerine teslim etme sürecine öncelik verecek şekilde tasarlanabilir.

Kullanıcı verilerine erişim ve gerçek zamanlı uyarlanabilirlik: Bulut mutfakları teknoloji düşünülerek tasarlandıkları için süreçleri, siparişleri ve personel planlamasını tüketici davranışına göre optimize edebilir. Menü ayrıca talebe uyacak ve marjları artıracak şekilde uyarlanabilir. Bu da modeli zaman içinde optimize eder. Fiziksel bir konuma bağlı olmamak, müşteri memnuniyeti üzerinde çok fazla etki yaratmadan menüyü veya çalışma sürelerini iş gereksinimlerine uyacak şekilde değiştirmek anlamına gelir. Bu, sipariş verme ve hazırlık kararlarında daha akıllı olunabileceği için gıda israfını azaltmaya da yardımcı olabilir. Aslında sanal restoranlar o kadar uyumludur ki, sadece bir sezon için bir marka bile başlatılabilir. Örneğin, yaz için sağlıklı bir salata markası ve kış ayları için doyurucu bir yemek (poutine) konsepti başlatılabilir ve her tür gıda için mevsimsel talepten herhangi bir düşüş yaşamadan yararlanılmasını sağlayabilir.

Yüksek pazarlama harcaması olmadan dijital marka bilinirliği: Sanal restoran markaları, kendilerini pazarlamak yerine teslimat uygulamaları aracılığıyla hızlı bir şekilde ortaya çıkabilir. Yeni bir sanal restoran konsepti, teslimat uygulaması iş modelinin bir parçası olan görünürlük için ödeme yapmak zorunda kalacak olsa da özellikle marka oluşturma konusunda yaratıcıysa, genel olarak daha ucuza çalışabilir.

Bulut Mutfaklarla İlgili Potansiyel Zorluklar Nelerdir?

Herhangi bir yeni teknoloji ile, faydaların yanı sıra bazı dezavantajlar da olacaktır. İşte bir bulut mutfağı çalıştırmanın getirdiği potansiyel zorluklardan

bazıları şunlardır (Chavan, 2020; Oracle, 2021; Sarangdhar, 2021).

İsteğe bağlı personel ile çalışma: Bir bulut mutfak çalıştırılırken, marjları kontrol etmek için isteğe bağlı personel kiralamaya daha yatkın olabilir. Bu, ücret faturasından tasarruf sağlarken, bazı uyarılarla birlikte gelir. Personel konuklarla etkileşime geçmeyecek veya bahşiş almayacağından, ağırlama işinden çok bir fabrikada çalışmak gibi hissettirebilir. Tabii ki, morali yükseltmek ve personeli başka şekillerde motive etmek denenebilir. Ancak en iyi yemek servisi yeteneğini çekilmiyorsa bir marka kültürü oluşturmak daha zor olabilir. İsteğe bağlı personelin işe alınması, her ikisi de başarılı gıda işletmeleri için hayati önem taşıyan gıda güvenliği ve tutarlılığı açısından riskler taşır. Bu işçilerin yeterli eğitime sahip olduğundan emin olmak önemlidir. Eğitime yatırım yapmak istenirse, kadrolu personel kiralamak daha mantıklıdır. Burada, isteğe bağlı çalışanlar ile kadrolu personel arasındaki en iyi dengeyi bulmaya çalışmak için üzerinde çalışmak gereklidir (Alves vd., 2021).

Üçüncü taraf dağıtım uygulamalarına güvenme: Teslimat uygulamalarını kullanmanın tüm avantajlarına rağmen, tek bir müşteri kaynağına güvenmek asla iyi bir iş kararı değildir. Yüksek ücretler ayrıca marjları da etkileyebilir ve yemeğin kalitesini etkileyebilecek ve itibarı riske atabilecek son kilometre teslimatı üzerinde çok az kontrole sahip olmaya neden olabilir. Buna karşı koymanın bir yolu, kendi teslimat hizmetini sunmaktır. Ancak bu, daha yüksek pazarlama maliyetleri ve lojistik komplikasyonlarla birlikte gelir. Birden fazla markanın yükü paylaşabileceği büyük ortak mutfaklar için mantıklı olabilir.

Kalabalık bir dijital pazarda rekabet etmek: Fiziksel bir konumu olmayan bulut mutfakları, giriş trafiğinden faydalanmaz. Yalnızca kalabalık bir çevrimiçi pazarda rekabet edilmektedir. Ürün yeterince iyiye, iyi incelemeler ve ağızdan ağıza tavsiyeler gibi sosyal kanıtlar sayesinde zirveye çıkmalıdır. Ancak bu platformlarda görünürlük için para ödemek zorunda kalınabilir. Kendi sadık takipçilerini geliştirmeden önce, özellikle başlangıçta bu potansiyel ek maliyetin farkında olunmalıdır.

Gıda kalitesi ve gıda güvenliği: Yalnızca teslimat yapan bir marka ile itibar, gıdanın müşteriye mükemmel durumda ulaşmasına bağlıdır. Bunu doğru yapmak, tekrar sipariş almanın tek yoludur. Ürünün müşteriye istendiği gibi ulaşması için uygun sıcaklıklarda tutmanın önemli zorlukları vardır. Sadece en iyi şekilde keyif almaları için doğru sıcaklıkta değil, aynı zamanda yemenin güvenli olduğundan emin olmak içindir. Bu, farklı ambalaj türlerini test etmek ve

potansiyel olarak daha pahalı ve tedarik edilmesi daha zor olan kaplara yatırım yapmak anlamına gelir. Bu, yüksek hacimli siparişleri pompalarken hızla eklenebilecek bir maliyettir. Bu hayati bir unsurdur.

Yasal düzenlemeler ve lisans: Gıda üretimi, büyük ölçüde yerel düzeyde düzenlenir. Bulut mutfaklar çok yeni olduğu için düzenleyiciler konseptte yabancı olabilir. Beklenmedik gereksinimlerle size vurmaya başlayabilir veya size tam hizmet veren bir restoran gibi davranmaya başlayabilirler. Yasal kontrolörler, gıdaların güvenli bir şekilde saklandığını, üretildiğini, paketlenildiğini ve teslim edildiğini görmek isteyecektir. Bu da HACCP'nin ve diğer üretim planlarının gözden geçirilmesini gerektirebilir. Ayrıca, tek çatı altında üretim yapan birden fazla kiracıya sahip olmak, kimin gıda üretme ve dağıtma lisansına sahip olduğunun karmaşıklığını artırır. Onlara operasyonunun güvenli ve sorumlu olduğunu göstermek için ekstra yol kat etmeye hazır olunmalıdır.

Bulut Mutfakların Avantajları Nelerdir?

Müşteri etkileşimi sanal ise, bir iş kurmak daha hızlı ve daha ucuzdur. Ekipman maliyetini düşürür, daha az yasal evrakla uğraşılır ve neredeyse anında satış yapmaya başlanabilir. Girişimciler, bir Food Truck veya gerçek bir restorana tam olarak bağlanmadan önce ürünlerini test edebilirler. Bulut mutfakların avantajları şunları içermektedir (Tereault, 2019; Lapaas, 2019; Deliverect, 2021; Gosai ve Palsapure, 2021):

Esnek menü: Uygulama veya web tabanlı olması, tabela veya basılı materyalleri güncelleme konusunda endişelenmeye gerek kalmadan istendiği zaman menü odağının değiştirebileceği anlamına gelir. Bir bileşen çok pahalı hale gelirse veya bölgede artık erişilebilir değilse, menü öğelerini mevcut olanlara uyacak şekilde kolayca değiştirebilir.

Daha düşük finansal yatırım: Bulut mutfaklar, sanal restoranlar için geçerli olmayan dekor, tabela, yemek takımı veya ek personel gibi birkaç pahalı unsuru ortadan kaldırır.

Deneme fırsatı: Bulut mutfakları, restoran sahiplerinin yeni konseptleri denemelerine, hızlı başarısız olmalarına ve çalışmayan fikirleri kolayca ayırmalarına olanak tanır.

Daha verimli: Özel olarak oluşturulmuş alanları kullanarak ve süreçleri özellikle teslimat için optimize ederek, bulut mutfakları çok verimli çalışabilir. Bir mutfakta birkaç marka işletiliyorsa, malzemeler birkaç farklı menü için toplu olarak hazırlanabilir.

Müşteri verilerine erişim: Bulut mutfakları, ilk araştırmadan çevrimiçi sipariş vermeye ve yerine

getirmeye kadar tüm müşteri yolculuğunda sorunsuz bir şekilde etkileşim kurmak üzere tasarlandığından, bulut mutfakları tüketici davranışına dayalı olarak süreçleri, siparişi ve personel planlamasını optimize edebilir.

Pazarlama için üçüncü taraf uygulamalardan yararlanılmalıdır: Sanal restoran markaları, kendilerini pazarlamak yerine teslimat uygulamaları aracılığıyla hızlı bir şekilde ortaya çıkabilir.

Bulut Mutfakların Dezavantajları Nelerdir?

Bulut mutfaklarında rekabet şiddetli olabilir. Kalabalık bir çevrimiçi pazarda rekabet edilmektedir. Müşteriler evlerinin rahatlığında birçok marka arasında gezinmek için bir teslimat uygulaması kullanabilmektedir. Bir bulut mutfağı işletmek, bir vitrin tarafından sağlanan içeri girme trafiğini kaçırmak anlamına gelir. Bir vitrin kiralamak için daha fazla para ödemenin nedeni, insanların restorana girmesidir. Bunun da ötesinde olup çalışılan mutfağın konumu (genellikle 5-7 km teslimat yarıçapı) ile sınırlandırılmalıdır. Düşük gelirli bölgelerde kira cazip gelse de uygun müşteri bulmak için doğru yerde olunmayabilir. Dikkate alınması gereken başka bir şey de yalnızca teslimat yapan bir markanın itibarının, müşteriye mükemmel durumda gelen yiyeceklere dayanmasıdır. Restoranın kontrolü dışındaki faktörler, teslimat yapan sürücülerin geç kalması gibi gıda kalitesini etkileyebilir. Yüksek bir gıda kalitesi standardını korumak, tekrar siparişleri artırmak için çok önemlidir. Ürünün müşteriye istendiği gibi ulaşması için ürünü uygun sıcaklıklarda tutmanın ve yemenin güvenli olmasını sağlamanın önemli zorlukları vardır. Bu, farklı ambalaj türlerini test etmek ve potansiyel olarak daha pahalı ve tedarik edilmesi daha zor olan kaplara yatırım yapmak anlamına gelir (Tereault, 2019; Lapaas, 2019; Deliverect, 2021; Gosai ve Palsapure, 2021).

Bulut Mutfak için Doğru Teknolojinin Seçilmesi

Çoğu sipariş bir web sitesi, uygulama veya teslimat toplayıcıları aracılığıyla çevrimiçi olarak yapıldığından, teknoloji bulut mutfaklarında çok önemli bir rol oynar. Bir bulut mutfağı, çevrimiçi siparişleri kabul etmek, ödemeleri işlemek ve verimli mutfak yönetimi için entegre bir teknoloji sistemi gerektirir.

Bir bulut mutfağı için temel gereksinim, teslimat toplayıcıları ve çevrimiçi sipariş platformları gibi çeşitli kanallardan siparişleri kabul eden bir satış noktası (POS) sistemidir. Entegre bir restoran POS sistemine sahip olmak, her platformdan gelen siparişlerin kayıtlarını tutabilmek ve hangi platformun en iyi şekilde çalıştığını görebilmek anlamına gelir. Satış verilerine erişim, satışları en üst

düzeğe çıkararak stratejiler geliştirmek için çok önemlidir. Çevrimiçi gıda toplayıcılarla ortaklık yapmak önemli olsa da ek bir satış kanalı olarak siparişleri kabul etmek için kendi restoran web sitesini veya mobil uygulamasını uygulamaya koymaya değerdir. Hızlı tempolu bir bulut mutfağında, siparişi 30 dakika içinde teslim etmek istenirse, sipariş hazırlama süresi genellikle 10-12 dakikadır.

Entegre bir Mutfak Teşhir Sistemi (MTS), sipariş hazırlama süresini optimize edecektir. Sipariş alınmaz MTS'de güncellenir. Mutfak personeli sipariş detaylarını ve siparişin teslim alınma zamanını anında görüntüleyebilir ve siparişini buna göre hazırlayabilir. Bu, mutfak yönetimini kolaylaştırır, verimliliği en üst düzeye çıkarır ve hazırlık süresini daha da optimize etmek için gecikmelerin belirlenmesini sağlar. Envanteri etkin bir şekilde yönetmek, herhangi bir restoran için çok önemlidir ve aynı şey bir bulut mutfağı için de geçerlidir. Akıllı bir envanter yönetim sistemi, günlük stok tüketiminin takip edilmesini sağlar. Ayrıca gerektiğinde daha fazla stok siparişi verilmesini ister. İsrafin azaltılmasına ve gıda maliyetlerini kontrol altında tutulmasına yardımcı olur. Teknoloji, bir bulut mutfağı işletmesinin sorunsuz işleyişinde kritik bir rol oynar ve ayrıca operasyonel verimliliği sağlar. POS, MTS ve envanter yönetimi arasında sorunsuz entegrasyona sahip kapsamlı bir teknoloji platformuna sahip olmak, bulut mutfak işletmesinin operasyonel verimliliğini ve sorunsuz çalışmasını sağlayacaktır (Gosai ve Palsapure, 2021).

Bulut mutfak iş modelini planlarken dikkat edilmesi gereken noktalar aşağıda belirtilmiştir (Lapaas, 2019; Merckaert, 2021);

Üçüncü taraf indirimlerinin yanlış tarafı: Üçüncü taraf indirimleriyle ani artan siparişler, daha fazla ekipman satın alınmasına ve daha fazla kişinin işe alınmasına yol açar. İndirim durduğunda, siparişler durur ve daha yüksek maliyetlerle karşı karşıya kalınır.

Gıda maliyet yönetimi: Envanter yönetimine dikkat etmemek, yani bir yemeğe giren bileşenlerin gerçek maliyeti aşmaz olabilir. Standart olarak yemek masrafları %30-33 arasında olmalıdır. Ancak gıda maliyetini kontrol etmek zordur. Çoğu zaman, mutfak personeli kesin ölçümler konusunda rahattır. Restoran POS'una entegre bir envanter yönetimi aracı kullanmak kesinlikle yardımcı olabilir.

Gıda Güvenliği: Bulut mutfaklar da gıda güvenliği kurallarına göre çalışmalıdır.

Popüler Bulut Mutfak İş Modelleri

Bulut mutfaklarının farklı iş modelleri uygulanmaktadır. Ancak günümüz koşulları ve tüketici eğilimleri çerçevesinde uygulanan iş modelleri gelişmekte ve çeşitlenmektedir. Günümüzde uygulanan önemli iş modelleri aşağıda detaylandırılmıştır (Lapaas, 2019; Patel, 2020; Benniwal ve Mathur, 2021; Arman, 2021; Can, 2021; Deliverect, 2021; Dny, 2021; Fridayani vd., 2021; Merckaert, 2021; Goyal, 2022; Pooja ve Buhuvana, 2022);

Bulut Mutfak Modeli #1 – Markaya Ait Bulut Mutfak:

Bir markaya ait tek mutfaklı bulut mutfak, paket servisi olmayan ve akşam yemeği yemeyen, yalnızca teslim edilen bir işlemdir.

Tipik kurulum: Mutfak genellikle kiralık bir alanda bulunur. Ancak yoğun nüfuslu yerlerden çok uzakta değildir. Nispeten küçük ve aerodinamik olup bir iskelet ekibi kullanır. Siparişler ve teslimatların etkinliğini en üst düzeye çıkarmak için farklı kaynaklar kullanılmaktadır. Bazen mutfak, özellikle tanınmış bir markaysa, paralel olarak kendi kendine teslimat yapar. Ön yatırım düşüktür. Bu, bir restoran ve bir bulut mutfak arasında seçim yapan yeni bir katılımcıdan bahsedilirse doğrudur. Bulut mutfak her zaman daha az önemli bir yatırımdır. Bununla birlikte, bir restoran sahibi, en azından konseptlerini ve taleplerini test edene kadar ortak bir akşam yemeği/bulut mutfak işletmesi yürütmekten genellikle daha iyidir. İş ölçeklendirmesi çaba sarf ederek yapılabilir. En iyi ölçeklendirme taktiği, modelde hafif bir ince ayar gerektirir, orijinal işlemi genişletmek ve merkezi bir mutfak oluşturmak gibi. Marka daha sonra maliyetleri kontrol altında tutarken açılır konumlar aracılığıyla daha fazla yer kaplayabilir (Moyeenudin vd. 2020; Patel 2020).

Bulut Mutfak Modeli #2 – Ayrı Bir Yerde Teslimat Üretim Hattı ile Akşam Yemeği

Bu bulut mutfak modelinde, mevcut bir akşam yemeği restoranı, teslimat/paket servisine ayrılmış bir yan koşturma yaratır. Temel olarak, restoran menü siparişlerini alır ve teslimat ayarlamaları yapılır. Görünüşlerine rağmen, bu bulut mutfakların çoğunun arkasında bir sistem vardır.

Tipik kurulum: Mutfak, yüksek kiralı, uğrak bir alanda yer almaktadır. Operasyonun teslimat tarafı, neredeyse yalnızca ek bir gelir akışı yaratmaya yöneliktir. Bazen, bir nakit akışı sorununu aşmak için bir önlem veya yeni menü fikirlerini ve kavramlarını test etmenin bir yoludur. Yemek ve teslimat üretim hatları, benzer (ancak farklı) menülerle ayrılmıştır. Restoran, siparişleri ve teslimatı yürütmek için birkaç

toplayıcıyla ortak çalışır (ancak kendi teslimatını da yürütebilir). Ön yatırım düşüktür. Mevcut restoranların çoğu, hacimleri artırmak, işten çıkarmaları ve mali yıkımı önlemek için bunu kaldırabilir. Bu nedenle, pandemi ile ilgili kilitlenmeler sırasında bir duraklama önlemi olarak çok popüler olmuşlardır. Operatör, yeni süreçler, ekstra çalışanlar, sağlam yazılımlar gibi teslimat tarafını büyütme odaklandığında yatırım artmaktadır. İş ölçeklendirme çok zordur. Bulut mutfak bu yinelemesini ölçeklendirmek, esas olarak gerçek bir bulut mutfak olmadığı için bir sıkıntıdır. Ölçeklendirme sırasında, bu model genellikle bir hub-and-spoke (malların merkezi bir konumda toplanıp buradan dağıtıldığı sistem) veya paylaşılan bir mutfak modeline dönüşür, çünkü yeni konumlarda bir restoran vitrini açmak finansal açıdan mantıklı değildir (Bunnag, 2020; Chavan, 2020; Yeşilyurt ve Kurnaz, 2021).

Bulut Mutfak Modeli #3 – Bir (veya Daha Fazla) Ortak Mutfak Konumundan Çalışan Bir Yemek Markası

Bu özel modelde, işletmede zaten bir yemek servisi vardır. Ancak bulut mutfak yönü fiziksel olarak ondan çıkarılır ve ortak bir mutfak alanından çalıştırılır. Yemekhane ve dağıtım mutfakları ayrı yerdedir. Teslimat için yemekler ortak mutfakta yapılır.

Tipik kurulum: İyi bilinen bir restoran, operasyonları ayırmak ve erişimi genişletmek için düşük kiralı bir alanda mutfak alanı kiralar. Çoğu durumda, bu bulut mutfak yalnızca yoğun zamanlarda (hafta sonları, tatiller, akşamlar) çalışır. Personel, restoran ve bulut mutfak arasında döner, siparişler ve teslimat, birkaç toplayıcı tarafından gerçekleştirilir. Yarı hazır ürünler bazen daha geniş bir alana hizmet vermek amacıyla restorana teslim edilir. Ön yatırım ortadır. Bu bulut mutfak modeli için başlangıçta biraz daha fazla yatırıma ihtiyaç olacaktır. Bunun nedeni, ek bir alan kiralanacak olmasıdır (muhtemelen önceden donatılmış bir ortak mutfak operasyonu). Operasyon büyürse, ekstra personel de gerekmektedir. İş ölçeklendirme çaba sarf ederek yapılabilir ancak işlerin nasıl kurulduğu ve hangi yöne gitmeye karar verilmesine bağlıdır. Birkaç ortak mutfaktan operasyon yürütmek, ölçeklenemez bir lojistik kabusa dönüşebilir. Ancak, operasyonlar tek bir yerde genişletilirse ve ardından erişimi artırmak için sadece açılır vitrinler kurularsa, ölçeklendirme daha kolay hale gelmektedir.

Bulut Mutfak Modeli #4 – Hub & Spoke

Bu bulut mutfak modelinin tek marka, çok marka, ortak mutfak gibi birkaç çeşidi bulunmaktadır. Her birinin amacı, öğelerin çoğunun hazırlandığı merkezi bir üretim birimine ve ardından erişimi kolaylaştıran

(ve öğelerin son haline getirildiği) açılır konumlara sahip olmaktadır. Merkezi üretim birimlerine ve öğelerin sonlandırıldığı (açılır) konumlara sahip bir bulut mutfak modelidir.

Tipik kurulum: Merkezi mutfak, düşük kirali bir alanda (sahip olunan veya kiralık) bulunur. Çoğu ürünün önceden hazırlandığı ve son rötuşlar için daha küçük pop-up (parlatıcı) konumlara gönderildiği üretim merkezidir. Son mesafeler, teslimat konsepti altında daha fazla alanı kapsayacak şekilde stratejik olarak yerleştirilmiştir. Ön yatırım yüksektir. Yüksek hacimler nedeniyle pahalıdır. Çoğu durumda, merkezi mutfak alanı işletmeye ait veya kiralanacak (yani ortak bir mutfak değil) yerler olabilir. Ek olarak, işçilik maliyetleri her açılan konumla birlikte artma eğiliminde olup çalışanları işe almak ve eğitmek için zamana ihtiyaç bulunmaktadır. Bu da ilk siparişi teslim etmeden önce en az birkaç ay için ekstra maliyet anlamına gelmektedir. İş ölçeklendirmesi kolaydır. Düşük maliyetli açılır ve ölçeklendirmeye uygundur. Sadece bir yerleşim bölgesinde küçük bir yer bulup bu belirli operasyonu yürütmek için bir kişi daha işe almaktır.

Bulut Mutfak Modeli #5 – Paylaşılan veya İşletmeye Ait Bir Mutfakta Birden Fazla Sanal Marka

Bu, bir işletmenin sahip olunan veya paylaşılan bir mutfak alanında birkaç farklı markayı (genellikle farklı mutfak türleri) çalıştırdığı biraz daha ayrıntılı bir kurulumdur. Akşam yemeği seçeneği ve paket servisi olmayıp bu yalnızca bir teslimat işlemidir. Bir restoran işletmesi, sahip olunan veya paylaşılan bir mutfak alanında birkaç sanal marka işletmektedir.

Tipik kurulum: Bu modele eklenen pop-up konumları yoksa, mutfak yoğun nüfuslu birinci sınıf bir emlak alanındadır. Genellikle farklı marka ürünlerin hazırlandığı birkaç üretim hattına sahip büyük bir mutfaktır (ancak olması gerekmez). Bu markalar birbiriyle yakından bağlantılı olup bu da tek bir ekip tarafından hazırlanabilecekleri anlamına gelmektedir. Bu aynı zamanda, fiyatı düşük tutmak için malzemelerin hacim olarak satın alındığı anlamına gelir. Sipariş ve teslimat, çoğunlukla toplayıcı ortaklıklar aracılığıyla gerçekleştirilir. Ön yatırım düşük/orta düzeydedir. Bu modelin kurulumu, yalnızca bir mutfaka hizmet veren bir bulut mutfağından daha pahalıdır. Sahip olunan veya kiralanılan (nispeten yüksek kirali bir alanda) daha büyük bir alana gereksinim vardır. Buna ek olarak, hacimlere ve mutfaka bağlı olarak bazı pahalı ekipmanlara ihtiyaç olabilir. Ancak, bu tür bir bulut mutfak, Hub&Spoke bulut mutfak modeli kadar pahalı değildir. Çünkü hala tek bir yerden bahsedilmektedir. İş ölçeklendirme kolay/yapılabilir. Kazanan çok markalı bir bulut mutfağını farklı bir bölgede/şehirden

kopyalamak, sunulanlar nüfusta yankı uyandırdığı sürece nispeten kolay olmalıdır. Süreçler, teknik bilgi ve yazılım çözümleri aktarılabilir. Bu da maliyetleri orijinal konuma eşit veya daha düşük tutmaya yardımcı olur. Ancak, nereye genişleneceğine bağlı olacaktır. Ölçeklendirmeden önce ve özellikle yeni bir pazara girmeye çalışmadan önce, demografiye ve sipariş/yeme alışkanlıklarına derinlemesine bir dalış yapmak önemlidir.

Bulut Mutfak Modeli #6 – Shell Kitchen, Dış Kaynaklı Yemek Hazırlama/Teslim/Destek

Bu biraz karmaşıktır. Sadece son dokunuşları yapan bir bulut mutfaktır. Bir mutfak (en yaygın) veya birkaçını sunabilir. Ancak model genellikle gerçekten zayıf ve ilhamsızdır. Genel giderler minimumda tutulur ve en büyük endişe, minimum maliyetle maksimum hacimlerin nasıl elde edileceğidir. Özel bir merkezi mutfak tarafından sunulmayan açılır bir konumdur.

Tipik kurulum: Burada sahip olunan temel olarak, özel bir merkezi mutfak tarafından sunulmayan bir açılır konumdur. Bu açılır pencere, ortak bir mutfaktan yarı hazır yemekler sipariş eder (veya bir marketten satın alır), istenen fiyatı iki katına çıkarır, siparişler ve teslimat için toplayıcılarla ortak olur. Ortak; siparişler, teslimat ve yiyecek hazırlama ile ilgilenir. Operatör, yalnızca teslimatın son ayağı için bir operasyon üssü olarak hizmet veren harika bir merkezi konuma sahiptir. Ön yatırım çok düşüktür. Bu, özellikle bir toplayıcı ile ortaklıktan bahsediliyorsa, son derece düşük maliyetli bir modeldir. Ancak, bunun gibi yerler kendi pazar paylarını yakalamakta (ve ona tutunmakta) zorlanırlar. Çoğu zaman, menü öğeleri ne yenilikçi ne de yüksek kalitelidir. İş ölçeklendirmesi kolaydır. Çok fazla rekabetin olmadığı merkezi bir yer bulunabilirse (süreçler, teknik bilgi ve yazılım çözümleri kolayca aktarılabilir) bu modeli ölçeklendirmek kolaydır.

Sonuç olarak mevcut patlamaları sayesinde, sanal restoranların 2030 yılına kadar 1 trilyon dolarlık bir endüstriye dönüşmesi beklenmektedir. Ancak, hepsi hayatta kalamayacaktır. Kesin olarak, hangi bulut mutfak modeli öne çıkarsa çıksın, hedefe iş optimizasyonu ve maliyet kontrolü yoluyla ulaşılacaktır. Çünkü şu anda başarılı bulut mutfak operatörlerinin yaptığı tam olarak budur.

Bulut mutfakları hız, verimlilik ve ölçek için tasarlanmıştır. Bu da az risk ve yatırımla bir teslimat restoranının işletilmesini kolaylaştırır. Bir girişimcinin tek bir konumdan birçok markayla iş birliği yapmasına izin vererek, mevcut altyapıda gelişmiş maliyet yönetimi şansını artırır. Aynı zamanda daha fazla esneklik sağlar. Bulut mutfakları,

neyin işe yarayıp neyin yaramadığını değerlendirerek, sunduklarını sürekli olarak gözden geçirebilir. Tüm bunlar daha ucuz maliyetler, daha fazla verimlilik ve daha az risk ile sonuçlanır. Ancak, COVID sonrası her ardışık kapatma ile bulut mutfakların sayısında önemli bir artış olmuştur. Birçok ev işletmesi ve bulut mutfak, pazardaki rekabeti artıran gıda toplayıcıları olarak piyasaya sürülmüş ve kendilerini listelemiştir. Fiziksel bir vitrin olmaması nedeniyle, marka için sadık ve düzenli bir hayran kitlesi oluşturmak zordur. Küratörün bir kutuda bir deneyim sunma amacı da bir engeldir çünkü bu sadece ambalaja değil, aynı zamanda gıdanın teslim edilmesindeki özene de bağlıdır.

KAYNAKÇA

Alves, A., Viveiros, C., Lopes, J., Nogueira, A., Pires, B., Afonso, A. E. ve Teixeira, C. (2021). Microbiological Contamination in Different Food Service Units, *Applied Science*, 11(16), 15-22.

Arman, A. (2021). Restoranlarda İş Modeli İnovasyonu Kapsamında Bulut Mutfaklar Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1569-1592.

Beniwal, T. ve Mathur, V. K. (2012). Cloud Kitchen: A Profitable Venture, *International Advanced Research Journal in Science, Engineering and Technology*, 8(10), 50-54.

Bunnag, T. (2020). *The New Normal After COVID-19: Cloud Kitchen Business Opportunities in Bangkok*, Thammasat University, Faculty of Commerce and Accountancy.

Can, Ü. (2021). A Conceptual Assessment of Current Trends in the Restaurant Industry Accompanied with Future Forecasts, *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 209-219.

Chavan, S. (2020). The Qualitative Analysis of Cloud Kitchen Emerging as a Viable Food & Beverage (F&B) Alternative Post Covid-19, *The International Journal of Analytical and Experimental Modal Analysis*, 12(9), 463-471.

Choudhary, N. (2019). Strategic Analysis of Cloud Kitchen – A Case Study, *An International Journal of Management Studies*, 9(3), 184-190.

Deliverect (2021). Dark Kitchens, 17 s. <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/5256387/Ebooks/Dark%20Kitchens%20101.pdf> Erişim Tarihi: 17.05.2022.

DNY. (2021). End-to-End Guide for the Cloud Kitchen Business – Be 100% Prepared Before You Start, <https://dnyhospitality.com/cloud-kitchen/> Erişim Tarihi: 06.03.2022.

Fridayani, H. D., Iqbal, M. ve Atmojo, M. E. (2021). Cloud Kitchen: Strategy for Indonesian Culinary Business (SMEs) Growth During and Post Pandemic Era, *Management Research and Behavior Journal*, 1(2), 41-46.

Gosai, K. M. ve Palsapure, D. (2021). A Study on Cloud Kitchens as An Emerging Food and Beverage Industry, *International Journal of Advanced Research in Science and Engineering*, 9(9), 36-48.

Goyal, V. (2022). Cloud Kitchen: Meaning, Concept, Business Models, Benefits & Resources, GOTESO, <https://www.goteso.com/blog/cloud-kitchens/> Erişim Tarihi: 06.03.2022.

Hussain, A. (2021). *Customer Analysis to Find out the Market Possible Cloud Kitchen in the Tampere*, Hame University of Applied Science.

John, K. T. (2021). Digital Disruption: The Hyperlocal Delivery and Cloud Kitchen Driven Future of Food Services in Post-COVID India, *International Hospitality*, <https://www.emerald.com/insight/2516-8142.html> Erişim Tarihi: 07.04.2022.

Kulshreshtha, K. ve Sharma, G., (2022). From Restaurant to Cloud Kitchen: Survival of the Fittest During COVID-19 An Empirical Examination, *Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121629.

Lapaas, (2019). Cloud Kitchen Business Model (Faasos), Start your own Cloud Kitchen, <https://lapaas.com/cloud-kitchen-business-model-faasos/> Erişim Tarihi: 27.04.2022.

Merckaert, M. (2021). 6 Most Popular Cloud Kitchen Business Models (& the Only Two We're Betting on to Thrive), <https://get.apicbase.com/cloud-kitchen-business-models/> Erişim Tarihi: 03.05.2022.

Menudrive, (2020). The Beginner's Guide to Ghost Kitchens Everything You Need to Know to Start and Run a Successful Ghost Kitchen, 42 s. [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http s://www.menudrive.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Beginners-Guide-to-Ghost-Kitchens-3.pdf](https://www.menudrive.com/wp-content/uploads/2021/03/The-Beginners-Guide-to-Ghost-Kitchens-3.pdf) Erişim Tarihi: 17.05.2022.

Moyeenudin, H. M., Anandan, R., Parvez, S. J. ve Bindu, G. (2020). A Research on Cloud Kitchen Prerequisites and Branding Strategies, *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(3), 983-987.

Oracle, (2021). Essential Guide to Cloud Kitchens, Considerations for Restaurateurs, 16s. <https://www.oracle.com/a/ocom/docs/dc/em/ofb-essential-guide-to-cloud-kitchens->

v02.pdf?elq_mid=168961&sh=&cmid=BUMK200604P00010 Erişim Tarihi: 17.05.2022.

Patel, B. (2020). Cloud Kitchen Setup, Eledea, 8 s. <https://5.imimg.com/data5/SELLER/Doc/2021/9/FH/GC/RU/6637015/restaurant-setup-consultant.pdf> Erişim Tarihi: 17.04.2022.

Pooja, S. ve Bhuvana, J. (2022). Strategic Analysis of Cloud Kitchen, *International Journal of Engineering Research & Technology*, 11(03), 195-197.

Sarangdhar, P., Mohite, V. ve Kharde, S. (2021). A Study on Emerging Concept of Cloud Kitchen in India, Sambodhi, *UGC Care Journal*, 44(1), 51-57.

Siio, I., Hamada, R. ve Mima, N. (2007). Kitchen of the Future and Applications, Ed. J. Jacko, *Human-Computer Interaction*, (pp. 946-955), Part II, HCII 2007, LNCS 4551.

Sitorus, A., Avianti, F., Gultom, M., Tritama, R. ve Andini, V. (2021). Virtual Kitchens: Solution or Competition? Market in Minutes, *Savills Research*, 3 s.

Süzer, Ö., Uçuk, C., Doğdubay, M. ve Dinç, Y. (2021). Endüstri 4.0'ın Yiyecek İçecek Endüstrisine Bir Yansıması Olarak Bulut Mutfaklar (Kavramsal Bir Analiz), *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 975-989.

Tetreault, A. (2019). The Cloud Kitchen Concept: An Addition to the Restaurant Delivery Marketplace, *Mobile Cooks*, 26 s. https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1776793/000177679319000001/mobilecooks_page.pdf Erişim Tarihi: 17.05.2022.

Yeşilyurt, B. ve Kurnaz, A. (2021). Koronavirüs (COVID-19) Pandemi Sürecinde Restoran Sektöründe Yeni Bir Uygulama: Bulut Mutfaklar, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 10(2), 47-62.

Destek ve Teşekkür Beyanı: Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

Çatışma Beyanı: Makalede herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Etik Beyanı: Çalışmanın hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edilmiştir. Aksi bir durumun tespiti halinde OCAK: Türk Mutfak Kültürü Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.