



# Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi

www.turib.org



## Antalya İlinde Hizmet Veren Restoranların Menülerinde Füzyon Uygulamalarının Porter'in Beş Güç Modeli İle İncelenmesi\*

Ümit SORMAZ\*\*a, Kadir DURSUN<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye ve Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Bişkek, Kırgızistan, usormaz@erbakan.edu.tr; ORCID: 0000-0001-7514-1500

<sup>b</sup> Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Konya, Türkiye, kadirdursun1999@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5145-8140

### Öz

Yiyecek içecek işletmelerinin, mevcut pazarda karşılaştıkları en büyük problemlerden birisi var olan rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve uzun dönem devam edebilmektir. Bu nedenle işletmeler, tüketicilere yenilikçi uygulamalarla faaliyet uygulamak zorundadır. Gastronomide yenilikçi uygulamalardan birisi olan ve giderek büyük bir ivme yakalayan füzyon mutfak akımı, bölge mutfakların malzemelerini, tekniklerini ya da araç gereçlerini birleştirerek yeni ve özgün lezzetlerin ortaya çıkmasına ve bu amaçla da mutfak kültürünün tanıtımının sağlanmasına yardımcı olup, özellikle son dönemde yiyecek içecek işletmeleri açısından tercih edilmeye başlanmıştır. Başarılı bir strateji oluşturmak için bir işletme organizasyonunun kendisi kadar içinde bulunduğu çevreyi de doğru anlamak gerekmektedir. Tam bu noktada, Porter'in Beş Güç Modeli kullanılarak yapılan analiz sayesinde işletme organizasyonunun bulunduğu endüstride elde edilebileceği kârlılık ve endüstrideki rakipler arasında var olan rekabetin durumu ile ilgili bilgiler elde edilmektedir. Bu çalışma, Antalya ilinde hizmet veren restoran işletmeleri menülerinde füzyon uygulamaları incelenmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu amaç doğrultusunda; Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden, menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan restoran işletmelerinin füzyon mutfak uygulamaları Porter'in "Beş Güç Modeli" ile incelenmiştir. Örneklem olarak, Antalya ilinde faaliyet gösteren ve araştırmaya katılmaya gönüllü 58 restoran işletmesi oluşmaktadır. Araştırmada veri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Porter'in "5 Güç Analizi" ölçeği kullanılarak belirli sonuçlara ulaşılmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre; yiyecek-içecek işletmeleri mevcut pazarda ayakta kalabilmek ve uzun dönem devam edebilmek için yenilikçi uygulamalara geçmeleri, özellikle otel restoranlarında çalışan mutfak şeflerinin füzyon mutfak bilgisinin artırılması, yeni ikame ürünlerin temini yapıldığında yaşanabilecek engelleri azaltmak için gerekli planlamaların yapılması önerilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Gastronomi, Füzyon mutfak akımı, Füzyon uygulamaları, Porter'in Beş Güç Modeli.

**Jel kodu:** L83, Z30, Z32

## Study of Fusion Implementation in the Menus of Restaurants Serving in Antalya with Porter's Five Forces Model

### Abstract

One of the biggest problems faced by food and beverage businesses in the current market is being durable in the existing competitive environment and to continue for a long time. For this reason, businesses have to implement activities with innovative implementations for customers. The fusion cuisine trend, which is one of the innovative implementations in gastronomy and catching great momentum, has helped to create new and original flavors by combining the materials, techniques, or tools of the regional cuisines and to promote the culinary culture for this purpose, and it has recently started to be preferred in terms of food and beverage businesses. To create a successful strategy, it is necessary to correctly understand the environment in which a business organization is located as well as itself. At this point, thanks to the analysis made using Porter's Five Forces Model, information about the profitability that the business organization can achieve in the industry and the state of competition among the rivals in the industry are obtained. This study was carried out to analyze the fusion implementations in the menus of restaurants serving in Antalya. By this purpose; The fusion kitchen implementations of the independent restaurant businesses operating in the province of Antalya and the restaurant businesses operating within the hotel, which have fusion cuisine applications in their menus and serves fusion dishes to their guests, have been examined with Porter's "Five Forces Model". As a sample, there are 58 restaurant businesses operating in Antalya and volunteering to participate in the research. The Surveying technique, one of the quantitative research methods, was used to collect data in the study. Certain results were obtained using Porter's "5 Forces Analysis" scale. According to the results, food and beverage businesses should adopt innovative practices in order to survive in the current market and to continue in the long term, increasing the fusion kitchen knowledge of kitchen chefs working in hotel restaurants, it has been suggested to make the necessary plans to reduce the obstacles that may be experienced when new substitute products are procured.

**Keywords:** Tourism, Gastronomy, Fusion kitchen trend, Fusion implementations, Porter's Five Forces Model.

**Jel Code:** L83, Z30, Z32

**Makalenin Geçmişi:**

Gönderim Tarihi : 05.04.2023

Birinci Düzeltme : 15.05.2023

Kabul : 12.06.2023

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Sormaz, Ü., & Dursun, K. (2023). Antalya İlinde Hizmet Veren Restoranların Menülerinde Füzyon Uygulamalarının Porter'in Beş Güç Modeli ile İncelenmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 2(3), 175-197

\* Bu araştırmanın etik kurul izni Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun 09/12/2022 tarihli 2022 / 454 nolu toplantı kararı ile ele alınmıştır.

\*\* Sorumlu yazar e-posta: Ü. Sormaz (usormaz@erbakan.edu.tr)

## 1. Giriş

Yeme-içme faaliyeti insanoğlunun yaradılışından ötürü bir fizyolojik ihtiyaç olup, yaşamını sürdürebilmesi için en önemli gereksinimdir (Kılıç, 2021: 3). Bu gereksinimi karşılayabilmek adına ilk çağlardan itibaren yiyecek içecek sektörünün temellerinin atıldığı bilinmektedir (Sarıışık, Çavuş & Karamustafa, 2019: 2). İnsanların çalışma saatlerinin değişmesi, kadınların çalışma hayatına aktif bir şekilde katılması ve yeme içme alışkanlıklarının farklılaşması gibi sebeplerden dolayı insanların dışarıda yemek yeme eylemlerinin artmıştır. Bu durum, yiyecek ve içecek sektörünün hızlı bir şekilde gelişimini de sağlamıştır (Akarçay & Suğur, 2015: 5). Yiyecek içecek işletmelerinde zaman içerisinde karşılaşılan en büyük problemlerden biri sektörde yoğun şekilde olan rekabet ortamında ayakta kalabilmektir. Dolayısıyla işletmeler, müşteri istek ve ihtiyaçlarını en iyi karşılayabilecek yenilikçi uygulamalarla onların karşısına çıkmak zorundadır (Albayrak, 2017: 53). Yeni lezzetler keşfetmek, eğlenmek ve sosyalleşmek için yiyecek içecek işletmelerinde bulunan insanların faaliyetleri ise giderek artmakta olup, özel deneyim için özel restoranları tercih etmektedirler (Kılıç & Babat, 2011: 97).

Sürekli değişim ve gelişim içerisinde olan gastronomide yeni trendler; insanların sağlığını koruma, yemek deneyimini geliştirme ve alternatif yollar ortaya koyma gibi etkiler barındırmaktadır. Bu trendlerden birisi olan “füzyon mutfak” kavramının insanların yeme-içme faaliyetlerindeki zevkin arttırılması için ortaya çıktığı görülmektedir (Yıldız & Yılmaz, 2020: 19). Bölge mutfakların malzemelerini, tekniklerini ve ya araç gereçlerini birleştirerek daha yeni daha özgün lezzetlerin oluşturulmasını ve bu amaçla da mutfak kültürünün istenilen tanıtımını sağlayan füzyon mutfak akımı, yiyecek ve içecek işletmelerinde yeni ürün gelişimini sağlamak ve ürünleri çeşitlendirmek için pazarlama stratejisi olarak kullanılmaktadır (Turan ve diğerleri, 2020: 336). Başarılı bir strateji oluşturmak için bir işletme organizasyonunun kendisi kadar içinde bulunduğu çevreyi de doğru anlamak gerekmektedir. Tam bu noktada, Porter’in Beş Güç Modeli kullanılarak yapılan analiz sayesinde işletme organizasyonunun bulunduğu endüstride elde edebileceği kârlılık ve endüstrideki rakipler arasında var olan rekabetin durumu ile ilgili bilgiler elde edilmektedir (Şahin, 2020).

Restoranlarda, gastronomide büyük bir ivme kazanan füzyon mutfak akımının menülerde uygulanıp uygulanmaması bizi birtakım sorulara yöneltmektedir. Araştırmada, Antalya ilinde hizmet veren restoranların menülerinde füzyon uygulamalarının; yeni ürünlerin, hizmetlerin veya işletmelerin kârlı olma potansiyeline sahip olup olmadığını belirlemek için kullanılan Michael Porter tarafından geliştirilen “Beş Güç Modeli” yaklaşımının analizi ile incelenmesi yapılacaktır.

## 2. Literatür Taraması

### 2.1. Restoran Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Restoran kavramı, “*yemek pişirilip satılan yer, aşevi olarak tanımlanmaktadır*” (Türk Dil Kurumu, 2022). Türkçeye Fransızcadan geçen ve “yenilenmek veya onarmak” anlamlarına gelen restoran kavramı Fransızca *restaurer* kelimesinden gelmektedir (Zencir, 2017: 2). Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa (2019)’ya göre restoran, her bir müşteriye oturmaları için onlara özel masa ve sandalyeleri barındıran, kişiye seçme hakkı tanıyan, yemek yeme eyleminin tamamını kapsayan, zengin bir menüsü olan, her bir yiyeceğin ve içeceğin ayrı ayrı fiyatlandığı, müşteriden de tek tek sipariş alınıp bunun hazırlanması ve pişirilmesinin ardından belli bir sırayla müşteriye sunulmasının gerçekleştiği ve bunların yanında alternatif faaliyetlerin de sunulduğu mekan olarak tanımlanmıştır (Sarıışık, Çavuş & Karamustafa, 2019: 20). Ninemeier (1995: 17) ise “*bağımsız yeme içme yerleri*” şeklinde tanımladığı restoranlar, ilerleyen yıllarda Walker (2010: 2) tarafından, “*yemek ve*

*ıçkilerin hazırlanıp müşterilere sunulduğu yer*” şeklinde tanımlanmış ve hatta gerektiği takdirde yemeklerin müşteriler tarafından götürülebileceği gibi evlere de servis yapılabileceği konusunda açıklamalar getirmiştir.

İnsanların binlerce yıldır seyahat olayını gerçekleştirmeleri sırasında, evlerinden uzakta buldukları süre içerisinde en temel ihtiyaçları olan konaklama ve yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamak zorundadırlar. Bundan dolayı da yiyecek içecek işletmelerinin geçmişi, konaklama işletmeleri gibi çok eskilere dayanmaktadır (Koçak, 2016: 1).

İlk insanların mağara duvarlarına çizdikleri hayvan resimleri ve av sahneleri; insanların karnını doyurmak için, çekinmeden canlarını tehlikeye atabildiklerini ve böylece de en temel ihtiyaçları olan yemek yeme eylemini gerçekleştirdikleri görülmektedir (Maviş, 2008: 2). Diğer yandan, yiyecek içecek sektörünün gelişimi yeme-içme alanındaki gelişmelere paralellik göstermektedir. Bu gelişim bazı kaynaklarda yakın geçmişe dayandırırken, bazı kaynaklar ise ilk çağlardaki medeniyetlere dayandırılmaktadır (Sarışık, Çavuş & Karamustafa, 2019: 2). Selçuklular zamanında kullanılmaya başlanan kervansaraylar, askeri amaçla kurulmuş, ancak zamanla seyahat edenler için her türlü ihtiyacın giderildiği yer olarak kullanılmıştır (Kuban, 1965). Yemek servisi yapan ve ilk örneklerden olan kervansaraylar daha çok konaklama işletmelerini anımsatmaktadır. 1100-1200 yılları arasında Çin’de bugünkü restoran işletmelerine benzer işletmelerin kurulduğu, ancak bunların restoran olarak tanımlanmadığı görülmektedir (Kiefer, 2002). Romalılar döneminde yemek ve şarap sunulan küçük lokantalar “taberna” olarak adlandırılıp, günümüzde eğlenmek için gidilen ve çalgılı meyhane anlamına gelen “taverna” kelimesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Maviş, 2008: 4). Asurluların yerleşim yeri olan Kaniş’te (Kültepe/Kayseri) yapılan arkeolojik çalışmalar neticesinde ise, lokanta ve benzeri yerlerin varlığından söz edilmektedir (Gürsoy, 1995: 11).

Restoranların ortaya çıkışı ise özellikle XIV. Louis’in gösterişli döneminden sonra Fransa’ya gelen kişilerin, yemek ihtiyaçlarını gidermeleri adına toplu yemek sunan yerlerden sipariş vermelerine dayanmaktadır. Günümüzde catering işletmelerine benzeyen, bu hizmeti sunan yerlerden o dönemde sadece kalabalık gruplar yararlanmış olup, her ihtiyaçta bunu sağlama konusunda sıkıntıların yaşanmasından dolayı, bu hizmeti veren işyerlerinin açılması gerekliliği ortaya çıkmıştır (Zencir, 2017: 5). 1765 yılında Monsieur Boulanger tarafından Paris’te bugünkü anlamda ilk restoran açılmıştır. Boulanger “Restorante” adını verdiği restoranında insan sağlığına iyi geldiği ve besleyici olduğu çeşitli çorbaları sunmuştur. 1782 yılında ise, Antoine Beauvilliers tarafından “La Grande Taverne de Londres” adıyla yeni bir restoran açılmıştır. Şık masa ve sandalyelerin yer aldığı bu restoranda bugünün alakart restoran anlayışı hakimdir. Beauvilliers aynı zamanda “L’art du Cuisinier” adlı bir kitap hazırlayarak, Fransız mutfak sanatının ve modern restorancılığın kuralları ile standartlarını belirlemiştir (Maviş, 2008: 8).

Türkiye’de ise resmi kayıtlara göre ilk restoranın Konya’da açıldığı bilinmektedir (Bingöl, 2007:25). Özellikle 1980’li yıllarda uluslararası sermayelerin etkisiyle yiyecek içecek sektörü içerisinde “zincir üyesi hızlı servis restoranların” sayısında artış yaşanmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında gelişen ve profesyonelleşen restoranlar, ilk başlarda aile işletmeleri gibi olup daha sonraları ise imtiyazlı ortaklıklar gelişip, zincir işletmeler kurulmuştur. Ardından bağımsız işletmelerin sayısında hızlı bir artış yaşanmış olup işletmelerde zaman ve kalite odaklı anlayışlar gelişmiş ve rekabet koşulları da sertleşmiştir (Sarışık, Çavuş & Karamustafa, 2019: 5).

## **2.2. Füzyon Mutfak Kavramı ve Tarihsel Gelişimi**

Füzyon mutfak kavramı, birbirinden farklı mutfak kültürlerinin sahip olduğu tekniklerin, malzemelerin veya ürünlerin bir araya gelmesiyle farklı lezzetler sunabilmeyi amaç edinen bir gastronomi akımı olarak

tanımlanmaktadır (Turan ve diğerleri, 2020: 332). Sarioğlan ve Sezen (2017: 574) füzyon mutfağı için, en az iki kültürün teknikleri ve içerikleri ile bir üretim sanatı olduğunu belirtmişlerdir. Stano (2017: 904) ise füzyon mutfağı için, farklı gıda alanlarındaki malzemeleri ve teknikleri bir araya getiren bir pişirme tarzına atıfta bulunmak için kullanıldığını belirtmiştir. Özellikle 1980’li yıllarda Batı ve Uzakdoğu tekniklerinin ve malzemelerinin birleştirilmesi ile ortaya çıkan füzyon mutfak akımı (Elmacioğlu, 2019: 28), son yıllarda yiyecek-içecek işletmeleri tarafından kullanılan inovasyon olgusu ile beraber, ürün ve hizmetlerde farklılaşma yaratarak daha rekabetçi kalabilmek adına, üzerinde yoğunlaşılan bir konudur (Erdem, Doğdubay & Sarioğlan, 2012: 213).

Üç farklı yöntemle sınıflandırılan füzyon mutfak kavramının birincisi, farklı kültürlerden yakın bölgelerin yemeklerinin bir araya getirilmesidir. İkinci yöntem ise elektrik olarak da adlandırılıp, yemek kültürü belirleyicisi olarak diğer mutfakların teknik ve malzemelerinin kullanılmasını kapsamaktadır. Son yöntem ise, herhangi bir mutfağın belirleyiciliği olmadan tüm dünya mutfaklarının bir araya getirilip kullanılmasını içermektedir (Sarioğlan, 2014: 64).

Füzyon mutfak son dönemlerde medyada sıklıkla gündeme gelmiştir. Her ne kadar yeni bir mutfak akımı gibi görüle de gastronomi uzmanlarının yapmış olduğu açıklamalardan bu akımın çok eski yıllardan itibaren var olduğu ve uygulandığı bildirilmektedir. Bir görüşe göre füzyon mutfağı, Avusturalya’nın keşfine dayanmakta olup, 1600’lü yıllarda kıtanın keşfedilmesinin ardından yerliler ile kıtaya göçenlerin çok kültürlü bir yapıyı benimsediği ve bu kültürlülüğün tabaklara da yansıdığı söylenmektedir (Zencir, 2017: 114). Bu konudaki diğer bir görüş ise füzyon mutfağının aslında Osmanlı döneminde ortaya çıktığı yönündedir. Osmanlı İmparatorluğunun İstanbul’u fethi ve sonrasındaki fetihleriyle aldığı topraklara kendi yemek kültürünü götürmesi ve o topraklarda var olan kültürü kendi yemek kültürüne katması füzyon mutfağının ortaya çıktığı dönem olarak kabul edilmektedir. Hatta Osmanlıda şehzadeler için düzenlenen bir sünnet yemeğinde sunulan yemekler ve bu yemeklerde kullanılan malzemelerin çeşitliliği o dönemde füzyon mutfağının kullanıldığına kanıt olarak gösterilmektedir (Tezcan, 1998). Fetihler ve keşiflerle birlikte yüzyıllar öncesinde başlamış olan füzyon mutfağının yeni bir akım olarak algılanması, teknolojik gelişme ve küreselleşmenin bir sonucu olarak gösterilmektedir. Özellikle son yıllarda seyahatlerin daha sık ve kolay olması, teknolojinin gelişmesi, insanların farklı kültürleri tanınması ve etkileşim içinde olması ile birlikte füzyon mutfağı kavramının daha çok geliştiği söylenebilir (Zencir, 2017: 115).

### **2.3. Füzyon Mutfağın Önemi ve Örnekleri**

Geleneksel tatlar ile yeni tatların birleştirilmesi veya farklı kültürlere ait mutfak öğelerinin aynı tabakta bulunması doğru ve dengeli bir şekilde yapıldığında yeni lezzetler ortaya çıkmaktadır. Her birleştirmenin de başarılı olduğu düşünülmemelidir. Özensiz ve uyumsuz yapılan yemeklerin füzyon mutfağının yanlış anlaşılmasına sebep olmaktadır. Örneğin, soya sosunun içeriğinde uygun olmayan bir yemeğe konulması iyi sonuç vermeyip, bu durum da “konfüzyon” yani akıl karışıklığı içinde hazırlanmış yemeklerin ortaya çıktığını göstermektedir (Milor, 2012). Füzyon mutfağında çalışan mutfak şefleri önce neyi neden yaptıklarını bilmeli, mutfağa belirli bir felsefe ile yaklaşmalı ve yaratıcılıklarını “milli” veya “yöresel” yemek kültürü üzerine inşa edebilecek bir birikime sahip olmalıdır. Bunun için de her bir mutfak şefi bir yandan kendi ülkelerindeki yöresel kültürleri bir yandan da farklı ülkelerdeki yemek kültürleri üzerinden uygulamalar gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Ulusal ve uluslararası geziler, festivaller, etkinlikler, eğitimler, ortak yapılan çalışmalar ve farklı uygulamalarla kaliteli füzyon mutfağı örnekleri oluşturulabilir (Zencir, 2017: 115).

Mutfak kültürü, toplumsal bir değer olmakla birlikte bu değeri geliştiren temel etmenlerden birisi füzyon mutfak olgusudur (Sarioğlan, Abacıgil & Avcıkurt, 2020: 2202). İki veya daha fazla bölgenin pişirme stillerinin bileşimi olarak adlandırılan füzyon mutfak kavramı, özellikle son yıllarda dünyada hızla büyüyen mutfak trendlerinden birisidir (Özkale, 2021: 1252). Kaiboriboon (2014), füzyon yemek restoranlarında, müşteri memnuniyetini etkileyen öncelikli faktörlerin; lezzet benzersizliği, menü, atmosfer ve hizmet kalitesi olduğunu belirtmiştir.

#### **2.4. Füzyon Mutfağı ile İlgili Alanyazın**

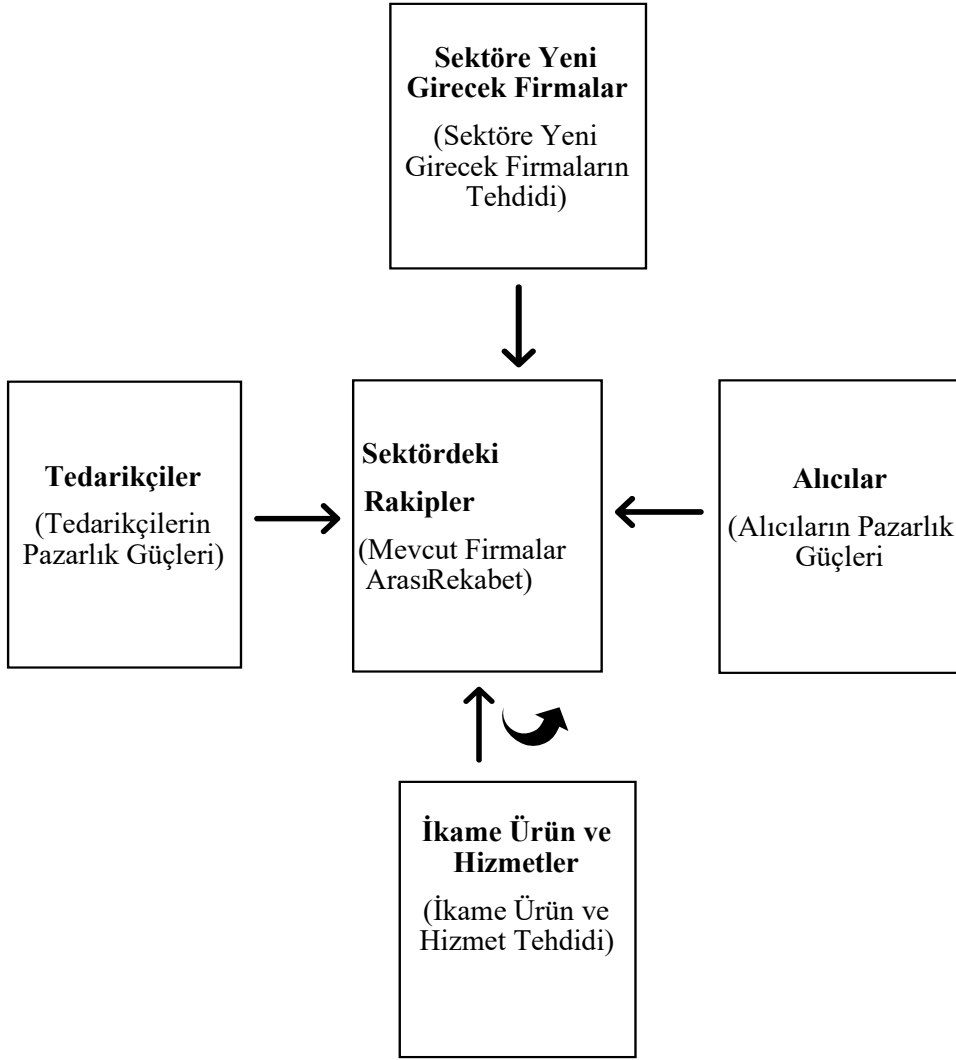
Füzyon mutfak akımı, hem bölge mutfaklarının kullanmış olduğu malzemelerin, tekniklerin ya da araç gereçlerin birleştirilmesi ile yeni ve özgün lezzetlerin ortaya çıkartılması için hem de bu amaçla kullanılan mutfak kültürünün tanıtımını yaparak sürdürülebilirliğini sağlamak açısından oldukça önemlidir (Turan ve diğerleri, 2020: 336). Bu kadar önemli olan bu kavram için yapılan çalışmalara bakıldığında; Saçılık (2020) yenilikçi mutfak akımlarının Türk mutfağı kapsamında uygulanabilirliğinin araştırıldığı bir çalışmada, yenilikçi mutfak akımı olarak füzyon mutfak kavramı örnek olarak gösterilmiştir. Çalışmanın sonucunda, farklı kültürlerin birleşmesi durumunun yeni lezzetler ortaya çıkmasında etkili olduğu, yerel mutfak gastronomi özelliklerinin ise tanıtımında önemli bir rol oynayabileceği tespit edilmiştir. Gelenekçi düşünen katılımcılarda, Türk mutfağının geniş çaplı olması ve bu mutfağın bozulmaması adına füzyon mutfağı uygulamasının yapılmaması adına görüşlerin olduğu belirtilmiştir.

Erdem ve Akyürek (2017)'in yeni bir mutfak akımı olarak yaşayan mutfak uygulamalarının incelediği çalışmada, araştırmaya katılan katılımcıların bu uygulamalar ile ilgili düşüncelerinin olumlu olduğu belirtilmiştir. Füzyon mutfağı açısından özellikle müşterilere farklı lezzetler, sunumlar ve deneyimler yaşatmada, yaşayan mutfak uygulamalarının oldukça önemli olduğu tespit edilmiştir.

Sarioğlan ve diğerleri (2020) tarafından zeytinyağlı yemek kültürünün füzyon mutfak olgusu ile geliştirilebilirliğinin incelendiği çalışmada, araştırma alanı olarak seçilen Edremit Körfezi yöresine ait zeytinyağlı yemeklerin bazılarının füzyon mutfak uygulaması için uygun olduğu belirtilmiştir. Bu yemeklerin uyumlu olmasının tespiti ile bölgedeki gastronomik gelişimin artabileceği düşünülmüştür.

Kamış, Türk ve İlhan (2016) tarafından Nevşehir yemeklerinin füzyon mutfağa uygunluğunun araştırıldığı çalışmada, Nevşehir'e özgü bazı yemeklerin dünya mutfağındaki bazı yemekler ile birleştirilmesiyle oluşturulan füzyon, yöredeki turizm faaliyetlerine olumlu bir etki yapacağı ve yörede gastronomi turizmine yönelik çekiciliğin artacağı düşünülmüştür.

Turan ve diğerleri (2020) tarafından yapılan mutfak şeflerinin füzyon mutfağı kavramına yönelik görüşlerinin ve Çanakkale iline ait yöresel yemekler ile füzyon mutfak önerilerinin araştırıldığı çalışmada, İtalyan pizza hamuru ve Çanakkale'nin yöresel ürünleri kullanılarak bir füzyon mutfağı örneği amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, Çanakkale'de çalışan 12 mutfak şefinin çoğunluğunun kendi menülerinde füzyon mutfak ürünlerine yer verdiği, Çanakkale'ye ait yöresel ürünlerin füzyon mutfağa uygun olduğu ve şeflerin görüşlerinden yola çıkarak Çanakkale yöresel ürünlerinin en çok Uzakdoğu ve İtalyan mutfağı ile uyum sağlayacağını düşünöldüğü tespit edilmiştir.

**Resim 1.** Porter'in 5 Güç ( Kuvvet) Modeli

**Kaynak:** Coşkun, B. (2014). M. Porter'in 5 Kuvvet Modeline Göre Sağlık Hizmetleri Sektörünün Rekabet Analizi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 7(1), 43-60.

### 2.5. Porter'in 5 Güç (Kuvvet) Modeli

Michael Porter tarafından geliştirilen “Beş Güç Modeli” rekabet avantajına dayanmakta olup şirket kârlılığını etkileyen küçük çevredeki dış güçlerin değerlendirilmesi üzerine kuruludur. Porter, şirketlerin stratejik kararlarını etkileyebilecek beş ana faktörün iş çevresinde bulunduğunu, bu faktörlerin her birinin ayrı ayrı incelenmesi ile rekabet stratejilerinin bu inceleme sonucunda geliştirilmesini önermektedir. Bu beş kuvvet; tedarikçiler (tedarikçilerin pazarlık gücü), alıcılar (alıcıların pazarlık gücü), ikame ürün ve hizmetler (ikame ürünlerin yarattığı tehditler), mevcut rakipler (sektördeki rakipler arası rekabetin şiddeti) ve yeni firmalardır (sektöre girebilecek yeni işletmelerin tehdidi) (Akmermer & Ayyıldız, 2016: 51; Cengiz ve diğerleri, 2019: 210).

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Bu araştırma, Antalya ilinde hizmet veren restoran işletmeleri menülerinde füzyon uygulamaları incelenmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu amaç doğrultusunda; Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden, menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan restoran işletmelerinin füzyon mutfak uygulamaları Porter'ın "Beş Güç Modeli" ile incelenmiştir.

#### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni; Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otellerin bünyesindeki restoran işletmelerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise; Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan ve araştırmaya katılmaya gönüllü 58 restoran işletmesi oluşmaktadır.

#### 3.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada; nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Uygulanan anket formu Elsayed ve diğerleri (2022) çalışmasından uyarlanmıştır. Porter'ın "5 Güç Analizi" ölçeğinde yer alan bölümler ve Cronbach's Alpha değerleri şöyledir;

- (1) Yeni girişimcilerin tehdidi (5 soru; Cronbach's alpha: 0.725)
- (2) Yeni ikame ürünlerin tehdidi (4 soru; Cronbach's alpha: 0.919)
- (3) Tedarikçilerin pazarlık gücü (5 soru; Cronbach's alpha: 0.946)
- (4) Misafirlerin alım gücü (3 soru; Cronbach's alpha: 0.742)
- (5) Sektördeki rekabet (3 soru; Cronbach's alpha: 0.821)

Araştırmada veri toplanmaya başlanmadan önce Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı'nın 09.12.2022 tarih ve 13 sayılı toplantısında 2022/454 karar no ile etik kurul izni alınmıştır. Araştırma kapsamında veriler 20.12.2022-20.01.2023 tarihleri arasında araştırmacılar tarafından yüz yüze anket uygulaması ile toplanmıştır.

#### 3.4. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, bir istatistik paket programında değerlendirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen demografik ve mesleki bilgilerin değerlendirilmesinde "Frequence", işletmelerin füzyon mutfak uygulamalarının değerlendirilmesi için uygulanan Porter'ın "5 Güç Analizi" ölçeğinde yer alan bölümler için "Frequence" ve "t test" kullanılmıştır.

### 4. Bulgular

Katılımcılara ait demografik bilgiler incelendiğinde; katılımcıların %63.8'inin erkek, %41.4'ünün 25-40 yaş aralığında olduğu, %31.0'inin ortaöğretim mezunu, %51.7'sinin bekar olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %39.7'sinin turizm sektöründe 21-30 yıl arasında çalıştığı ve %53.5'inin işletmelerinde executive chef olarak görev yaptığı tespit edilmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Katılımcılar Ait Demografik Bilgiler

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
<b>Cinsiyet</b>						
Kadın	9	40.9	12	33.3	21	36.2
Erkek	13	59.1	24	66.7	37	63.8
<b>Medeni Durum</b>						
Bekar	14	63.6	16	44.4	30	51.7
Evli	8	36.4	20	55.6	28	48.3
<b>Yaş</b>						
25 yaş altı	5	22.7	2	5.6	7	12.1
25-40 yaş	13	59.1	11	30.6	24	41.4
41-60 yaş	3	13.6	19	52.8	22	37.9
61 yaş ve üstü	1	4.5	4	11.1	5	8.6
<b>Eğitim Düzeyi</b>						
İlköğretim	2	9.0	6	16.7	8	13.8
Ortaöğretim	2	9.0	16	44.4	18	31.0
Ön lisans	5	22.7	8	22.2	13	22.4
Lisans	10	45.5	4	11.1	14	24.2
Lisansüstü	3	13.6	2	5.6	5	8.6
<b>Sektörde Deneyim Yılı</b>						
10 yıldan az	9	40.9	2	5.6	11	19.0
11-20 yıl	9	40.9	8	22.2	17	29.3
21-30 yıl	3	13.6	20	55.6	23	39.7
31 yıldan daha fazla	1	4.5	6	16.7	7	12.0
<b>İşletmedeki Görevi</b>						
İşletmeci/Yönetici	5	22.7	7	19.4	12	20.6
Executive Chef	11	50.0	20	55.6	31	53.5
Sous Chef	6	27.3	9	25.0	15	25.9
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>

Katılımcıların çalıştıkları işletmelere ait bilgiler incelendiğinde; bağımsız restoran işletmelerinin %50.0'sinin 11-20 yıldır ve otel işletmeleri restoranlarının %52.8'inin 21-30 yıldır turizm sektöründe hizmet verdiği, bağımsız restoran işletmelerinin 63.6'sının 1-49 kişi ve otel işletmeleri restoranlarının %58.3'ünün 150 kişiden daha fazla sayıda personelinin olduğu, bağımsız restoran işletmelerinin %63.6'sının F&B departmanında 1-49 sayıda ve otel işletmeleri restoranlarının %55.6'sının F&B departmanında 50-99 sayıda personelinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 2).



**Tablo 2.** İşletmelere Ait Bilgiler

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
<b>İşletme Hizmet Yılı</b>						
10 yıldan az	7	31.8	3	8.3	10	17.2
11-20 yıl	11	50.0	9	25.0	20	34.5
21-30 yıl	2	9.1	19	52.8	21	36.2
31 yıl ve üzeri	2	9.1	5	13.9	7	12.1
<b>İşletmenin personel sayısı</b>						
1-49 personel	14	63.6	2	5.6	16	27.6
50 -99 personel	4	18.2	3	8.3	7	12.1
100-149 personel	3	13.7	10	27.8	13	22.4
150 personel den daha fazla	1	4.5	21	58.3	22	37.9
<b>F&amp;B Departmanı personel sayısı</b>						
1-49 personel	17	77.3	9	25.0	26	44.8
50 -99 personel	4	18.2	18	50.0	22	37.9
100-149 personel	1	4.5	6	16.7	7	12.1
150 personelden daha fazla	0	0.0	3	8.3	3	5.2
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>

İşletmelerin füzyon mutfak uygulamaları incelendiğinde; bağımsız restoran işletmelerinin %63.6'sının uyguladıkları menülerinin %26-50 oranında füzyon uygulamalara yer verilirken otel restoranı işletmelerinin %55.6'sının bu oranı %25'ten az tuttuğu, bağımsız restoran işletmelerinin %63.6'sının füzyon mutfak uygulamalarının %51'den fazla oranda popüler olduğunu ve otel restoranı işletmelerinin %58.3'ünün ise %25'ten az olduğunu ifade ettikleri, füzyon mutfak uygulamalarından bağımsız restoran işletmelerinin %50.0'sinin farklı pişirme yöntemlerinin Türk mutfağı yemeklerine uyguladıkları ve otel restoranı işletmelerinin %52.7'sinin farklı ulus mutfaklarına ait mutfak ürünlerini diğer ulus mutfaklarına uyguladıkları tespit edilmiştir. Ayrıca; bağımsız restoran işletmelerinin %81.8'inin ve bağımsız restoran işletmelerinin %69.4'ünün füzyon mutfak uygulamalarının işletmeye rekabet avantajı sağladığını düşündükleri bulgulanmıştır. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin menülerinde sundukları yiyeceklerin de uyguladıkları füzyon mutfak oranında ( $p>0.01$ ) ve füzyon mutfak uyguladıkları ürünlerin popülerlik oranında ( $p>0.05$ ), füzyon mutfak uygulamalarında ( $p>0.05$ ) restoran ve otel restoranları arasında anlamlı fark tespit edilmiştir (Tablo 3).

**Tablo 3.** İşletmelerin Füzyon Uygulamaları

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b>Menünüzde Sunduğunuz Ürünlerin Ne Kadarında Füzyon Uygulamaları Vardır</b>								
%25'ten az	4	18.2	20	55.6	24	41.4	12.185	0.008
%26-50 arası oranda	14	63.6	11	30.5	25	43.1		
%51-75 arası oranda	3	13.6	3	8.3	6	10.3		
%76'dan fazla	1	4.6	2	5.6	3	5.2		
<b>Füzyon Uygulamalarını İçeren Ürünlerin Popülerlik Oranı</b>								
%25'ten az	6	27.3	21	58.3	27	46.6	10.766	0.015
%26-50 arası	2	9.1	12	33.4	14	24.1		
%51'den fazlası	14	63.6	3	8.3	17	29.3		
<b>Restoran İşletmenizde Füzyon Mutfak Uygulamaları Nelerdir?</b>								
Farklı sosların Türk mutfağı yemeklerine uygulanması	7	31.8	4	11.2	11	19.0	9.528	0.028
Farklı pişirme yöntemlerinin Türk mutfağı yemeklerine uygulanması	11	50.0	6	16.7	17	29.3		
Türk mutfağına ait pişirme yöntemlerinin diğer ulus mutfaklarına uygulanması	2	9.1	7	19.4	9	15.5		
Farklı ulus mutfaklarına ait mutfak ürünlerinin diğer ulus mutfaklarında uygulanması	2	9.1	19	52.7	21	36.2		
<b>Füzyon Mutfak Uygulamalarının İşletmenize Rekabet Avantajı Sağlaması</b>								
Sağlamamaktadır	2	9.1	7	19.4	9	15.5	2.610	0.882
Kararsızım	2	9.1	4	11.2	6	10.4		
Sağlamaktadır	18	81.8	25	69.4	43	74.1		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

Porter'in "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Yeni Girişimcilerin Tehdidi" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %67.2'sinin füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin büyümesi ve gelişmesine olumlu yönde bir etkisinin olduğunu ve %72.4'ünün füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin pazar payını korumasına olumlu yönde bir etkisinin olduğunu düşündükleri, %43.1'inin füzyon uygulamalarına yönelik herhangi bir engelin olmadığını, %51.7'sinin restoranlardaki şeflerin füzyon uygulama bilgisinin olduğunu düşündükleri ve %58.6'sının restoran yönetiminin pazarlama ve reklam desteği sağlayarak füzyon uygulanan yemekleri teşvik ettikleri belirlenmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; füzyon uygulamalarına yönelik engellerin nedenleri ( $p>0.05$ ) ve restoran şeflerinin füzyon uygulama bilgi düzeylerinde ( $p>0.01$ ) bağımsız restoran ve otel restoranları anlamlı fark bulgulanmıştır (Tablo 4).

**Tablo 4.** Yeni Girişimcilerin Tehdidi

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b><i>Füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin büyümesi ve gelişmesine etkisi</i></b>								
Olumsuz bir etkisi vardır	2	9.1	5	13.9	7	12.1	2.582	0.790
Etkisi yoktur	4	18.2	8	22.2	12	20.7		
Olumlu bir etkisi vardır	16	72.7	23	63.9	39	67.2		
<b><i>Füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin pazar payını korumasına etkisi</i></b>								
Olumsuz bir etkisi vardır	2	9.1	4	11.1	6	10.4	2.269	0.752
Etkisi yoktur	3	13.6	7	19.4	10	17.2		
Olumlu bir etkisi vardır	17	77.3	25	69.5	42	72.4		
<b><i>Füzyon uygulamalarına yönelik engellerin nedenleri</i></b>								
Herhangi bir engel yoktur	9	40.9	16	44.4	25	43.1	7.289	0.044
Daha fazla zamana ihtiyaç duyulması	4	18.2	8	22.2	12	20.7		
Daha pahalı malzemeye ihtiyaç duyulması	2	9.1	3	8.4	5	8.6		
Daha fazla personele ihtiyaç duyulması	7	31.8	9	25.0	16	27.6		
<b><i>Restoran şeflerinin füzyon uygulama bilgisi olması</i></b>								
Bilgisi yoktur	3	13.6	17	47.3	20	34.5	11.317	0.002
Kararsızım	1	4.6	7	19.4	8	13.8		
Bilgisi vardır	18	81.8	12	33.3	30	51.7		
<b><i>Restoran yönetimi füzyon uygulanan yemekleri nasıl teşvik etmektedir</i></b>								
Finansal bütçe ayırarak	6	27.3	5	13.9	11	19.0	3.655	0.750
Personel eğitimleri sağlayarak	2	9.1	11	30.6	13	22.4		
Pazarlama ve reklam desteği sağlayarak	14	63.6	20	55.5	34	58.6		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Yeni İkame Ürünlerin Tehdidi" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %77.6'sının füzyon yemeklerini uygulamak için 1-5 pişirme tekniği kullandıkları, %36.2'sinin füzyon yemekleri uygulamak için kullandıkları katkı maddelerinden yerel olanların daha kaliteli olduğunu düşündükleri, %60.3'ünün restoranda füzyon yiyeceklerini uygulamak için gereken ürünlerin transfer ve teslim alma maliyetlerinin yüksek olduğunu ve %55.2'sinin restoranların bu ürünleri temin ederken hiçbir zaman engellerle karşılaşmadıkları belirlenmiştir. Elde edilen veriler istatistik olarak değerlendirildiğinde; füzyon yemekleri uygulamak için kullandıkları katkı maddelerinin kalitesine yönelik düşüncelerinde ( $p>0.05$ ) bağımsız restoran ve otel restoranları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 5).

**Tablo 5.** Yeni İkame Ürünlerin Tehdidi

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b><i>Füzyon yemeklerini uygulamak için kullanılan pişirme tekniği sayısı</i></b>								
1-5 teknik	18	81.8	27	75.0	45	77.6	2.730	0.826
6-10 teknik	3	13.6	7	19.4	10	17.2		
10'dan daha fazla sayıda teknik	1	4.6	2	5.6	3	5.2		
<b><i>Füzyon yemeklerini uygulamak için gerekli olan gıda katkı maddelerinin kalitesi</i></b>								
Yerel gıda katkı maddeleri daha kalitelidir	16	72.7	5	13.9	21	36.2	9.379	0.041
Yerel ve ithal gıda katkı maddeleri kalitesi aynıdır	5	22.7	14	38.8	19	32.7		
İthal gıda katkı maddeleri daha kalitelidir	1	4.6	17	47.3	18	31.1		
<b><i>Restoranda füzyon yiyeceklerini uygulamak için gereken ürünlerin transfer ve teslim alma maliyetleri</i></b>								
Maliyetleri düşüktür	2	9.1	5	13.9	7	12.1	3.266	0.734
Diğerleri ile aynıdır	4	18.2	12	33.3	16	27.6		
Maliyetleri yüksektir	16	72.7	19	52.7	35	60.3		
<b><i>Restoran bu ürünleri temin ederken engellerle karşılaşma durumu</i></b>								
Hiçbir zaman karşılaşmamaktadır	11	50.0	21	58.3	32	55.2	2.423	0.841
Zaman zaman karşılaşmamaktadır	4	18.2	7	19.4	11	19.0		
Her zaman karşılaşmaktadır	7	31.8	8	22.2	15	25.8		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Tedarikçilerin Pazarlık Gücü" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %29.2'sinin en çok deniz ürünlerini ithal ettikleri, %50.0'sinin yerel, ulusal ve uluslararası tedarikçileri tercih ettikleri, %74.1'inin ülke dışındaki tedarikçilerden talep ettikleri ürünlerin maliyetleri arttırdığı, %43.1'inin füzyon mutfak uygulamaları için ithal edilen ürünlerin başka bir gıda maddesi ile ikame edilebilip onlardan vazgeçilebileceğinin mümkün olduğunu ve %46.6'sının ulusal tedarikçilerden daha memnun olduklarını bildirdikleri tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin tedarikçilerden en çok ithal ettikleri ürünler ( $p>0.05$ ), füzyon mutfak uygulamaları için ithal edilen ürünlerin başka bir gıda maddesi ile ikame edilebilip onlardan vazgeçilebilme durumu ( $p>0.05$ ) ve füzyon uygulamaları için çalışılan tedarikçiler ( $p>0.001$ ) verilerinde bağımsız restoran ve otel restoranları arasında anlamlı farklılıklar bulgulanmıştır (Tablo 6).

**Tablo 6.** Tedarikçilerin Pazarlık Gücü ve Alıcıların Alım Gücü

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b>Restoranın tedarikçilerden en çok ithal ettiği ürünler</b>								
Baharat çeşitleri	8	36.4	7	19.4	15	25.9	9.428	0.036
Deniz ürünleri	9	40.9	8	22.2	17	29.2		
Makarna çeşitleri	2	9.1	13	36.2	15	25.9		
Pirinç çeşitleri	2	9.1	5	13.9	7	12.1		
Diğer	1	4.5	3	8.3	4	6.9		
<b>Restoran, füzyon uygulanan yemekler için ürünler satın alırken çalışılan tedarikçiler</b>								
Yalnızca yerel tedarikçiler	2	9.1	1	2.8	3	5.2	17.118	0.000
Yalnızca ulusal tedarikçiler	3	13.6	4	11.1	7	12.1		
Hem yerel hem de ulusal tedarikçiler	11	50.0	8	22.2	19	32.7		
Tümü (yerel, ulusal ve uluslararası)	6	27.3	23	63.9	29	50.0		
<b>Restoranın, ülke dışındaki tedarikçilerden talep ettikleri ürünler maliyetleri etkilemesi</b>								
Maliyetleri arttırmaktadır	16	72.8	27	75.0	43	74.1	3.622	0.716
Maliyetlere etkisi olamaz	5	22.7	6	16.7	11	19.0		
Maliyetleri arttırmamaktadır	1	4.5	3	8.3	4	6.9		
<b>Füzyon mutfak uygulamaları için ithal edilen ürünlerin başka bir gıda maddesi ile ikamesi ile onlardan vazgeçmek</b>								
Evet, mümkün	15	68.2	10	27.8	25	43.1	8.142	0.044
Kararsızım	3	13.6	8	22.2	11	19.0		
Hayır, mümkün değil	4	18.2	18	50.0	22	37.9		
<b>Tedarikçiler arası farklılıklar</b>								
Yerel tedarikçilerden daha memnunuz	15	68.2	8	22.2	23	39.6	2.954	0.815
Ulusal tedarikçilerden daha memnunuz	4	18.2	23	63.9	27	46.6		
Uluslararası tedarikçilerden daha memnunuz	3	13.6	5	13.9	8	13.8		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Alıcıların Gücü" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %46.6'sının misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere yönelik taleplerinin zaman zaman yoğun olduğunu, %51.7'sinin fiyatların diğer ürünlere göre pahalı olmasından dolayı misafirlerin füzyon uygulanan yemekleri denemediklerini ve %29.3'ünün merak ettikleri için misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere ihtiyaç duyduklarını düşündükleri tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere olan talebi ( $p>0.01$ ), misafirlerin füzyon uygulanan yemekleri denemekten geri kalma tehdidi ( $p>0.001$ ) ve misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere ihtiyaç duyması ( $p>0.001$ ) verilerinde bağımsız restoran ve otel restoranları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur (Tablo 7).

Tablo 7. Alıcıların Alım Gücü

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b>Misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere olan talebi</b>								
Talep her zaman yoğun değildir	3	13.6	9	25.0	12	20.7	11.375	0.003
Talep zaman zaman yoğundur	5	22.7	22	61.1	27	46.6		
Talep her zaman yoğundur	14	63.7	5	13.9	19	32.7		
<b>Misafirlerin füzyon uygulanan yemekleri denemekten geri kalma tehdidi</b>								
Fiyatların diğer ürünlere göre pahalı olması	7	31.8	23	63.9	30	51.7	13.524	0.000
Yeni lezzetlere karşı önyargılı olmaları	13	59.1	8	22.2	21	36.2		
Restoranın yetersiz pazarlama ve reklam faaliyetleri	2	9.1	5	13.9	7	12.1		
<b>Misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere ihtiyaç duyması</b>								
Hayır, ihtiyaç duymuyorlar	1	4.5	5	13.9	6	10.3	16.689	0.000
Yeni tatlar istedikleri için	9	40.9	4	11.1	13	22.4		
Yeni ürünler istedikleri için	3	13.6	6	16.7	9	15.6		
Yeni servis teknikleri istedikleri için	2	9.2	1	2.8	3	5.2		
Merak ettikleri için	3	13.6	14	38.9	17	29.3		
Restoranın iyi pazarlama ve reklam faaliyetleri	4	18.2	6	16.6	10	17.2		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

Porter'in "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Sektördeki Rekabet" e yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %50.0'sinin sektörde 100'den fazla işletmenin faaliyet göstermekte olduğunu, %50.0'sinin restoranını çevreleyen rakiplerinin büyüklüğü ve gücünün işletmelerinden daha büyük ve daha güçlü olmadığını düşündükleri ve %41.4'ünün diğer işletmeler ile benzer füzyon uygulamalar yaptıkları tespit edilmiştir. Elde edilen veriler istatistiki olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin sektördeki rakip işletme sayıları ( $p>0.001$ ) ve rakipler arasında füzyon uygulanan yemekler farklılaşma ( $p>0.01$ ) verilerinde bağımsız restoran ve otel restoranları arasında anlamlı farklılıklar bulgulanmıştır (Tablo 8).

**Tablo 8.** Sektördeki Rekabet

	Bağımsız Restoran		Otel Restoranı		TOPLAM		t	p
	n	%	n	%	n	%		
<b>Sektördeki rakip işletme sayısı</b>								
10'dan az	1	4.5	0	0.0	1	1.8	20.441	0.000
11-50 arası	6	27.4	2	5.6	8	13.8		
51-100 arası	14	63.6	6	16.7	20	34.4		
100'den daha fazla	1	4.5	28	77.7	29	50.0		
<b>Restoranınızı çevreleyen rakiplerinizin büyüklüğü ve gücü</b>								
İşletmemizden daha büyük ve güçlü değil	12	54.5	17	47.2	29	50.0	2.377	0.775
İşletmemiz ile aynı büyüklük ve güçtedirler	6	27.3	11	30.6	17	29.3		
İşletmemizden daha büyük ve güçlülerdir	4	18.2	8	22.2	12	20.7		
<b>Rakipler arasında füzyon uygulanan yemeklerde farklılaşma olma</b>								
Diğer işletmelerden farklı füzyon uygulamaları sunuyoruz	16	72.8	6	16.7	22	37.9	10.125	0.002
Diğer işletmeler ile aynı füzyon uygulamalarını sunuyoruz	1	4.5	11	30.5	12	20.7		
Diğer işletmeler ile benzer füzyon uygulamalarını sunuyoruz	5	22.7	19	52.8	24	41.4		
<b>TOPLAM</b>	<b>22</b>	<b>37.9</b>	<b>36</b>	<b>62.1</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>		

## 5. Sonuç, Tartışma ve Öneri

Yiyecek içecek işletmelerinin, mevcut pazarda karşılaştıkları en büyük problemlerden birisi var olan rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve uzun dönem devam edebilmektir. Bu nedenle işletmeler, tüketicilere yenilikçi uygulamalarla faaliyet uygulamak zorundadır. Gastronomide yenilikçi uygulamalardan birisi olan ve giderek büyük bir ivme yakalayan füzyon mutfak akımı, bölge mutfakların malzemelerini, tekniklerini ya da araç gereçlerini birleştirerek yeni ve özgün lezzetlerin ortaya çıkmasına ve bu amaçla da mutfak kültürünün tanıtımının sağlanmasına yardımcı olup, özellikle son dönemde yiyecek içecek işletmeleri açısından tercih edilmeye başlanmıştır (Turan ve diğerleri, 2020: 336). Saçılık (2020), yaptığı bir çalışmada, füzyon mutfak akımının, farklı kültürlerin birleşmesi durumu ile yeni lezzetler ortaya çıkmasında etkili olduğu, yerel mutfak gastronomi özelliklerinin ise tanıtımında önemli bir rol oynayabileceği tespit edilmiştir. Dolayısıyla füzyon mutfak akımı, yiyecek içecek işletmelerinde özellikle pazarlama stratejisi olarak kullanılmalıdır.

Başarılı bir strateji oluşturmak için bir işletme organizasyonunun kendisi kadar içinde bulunduğu çevreyi de doğru anlamak gerekmektedir. Tam bu noktada, Porter'ın Beş Güç Modeli kullanılarak yapılan analiz sayesinde işletme organizasyonunun bulunduğu endüstride elde edebileceği kârlılık ve endüstrideki rakipler arasında var olan rekabetin durumu ile ilgili bilgiler elde edilmektedir (Şahin, 2020). Elsayed ve diğerleri (2022) Mısır'da bulunan restoranlarda moleküler gastronomi akımının Porter'ın "5 Güç Analizi" ölçeği ile araştırdığı çalışmada, Mısır'da bulunan restoranlarda, gastronomi ile rekabet avantajı arasındaki ilişkiyi şeflerin bakış açısıyla incelenmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu çalışmada da, Elsayed ve diğerleri (2022)'nin yaptıkları çalışma referans olarak alınıp, moleküler gastronomi akımının değil de füzyon mutfak akımının incelenmesi yapılmıştır. Antalya ilinde hizmet veren restoran işletmeleri menülerinde füzyon uygulamaları incelenmesi amacıyla yürütülmüştür. Bu amaç doğrultusunda; Antalya ilinde faaliyet gösteren bağım-

sız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden, menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan restoran işletmelerinin füzyon mutfak uygulamaları Porter'ın "Beş Güç Modeli" ile incelenmiştir. Örneklem olarak, Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan ve araştırmaya katılmaya gönüllü 58 restoran işletmesi oluşmaktadır. Araştırmada veri toplamak için nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği uygulanmıştır. Porter'ın "5 Güç Analizi" ölçeği kullanılarak belirli sonuçlara ulaşılmıştır.

Örneklem olarak seçilen işletmelerde, füzyon mutfak uygulamaları incelenmiştir. Yapılan anket sonucunda, bağımsız restoran işletmelerinin otel restoranlarına kıyasla menülerinde daha fazla füzyon mutfak uygulamalarına yer verdikleri tespit edilmiştir. Füzyon mutfak uygulamalarından bağımsız restoran işletmelerinin %50.0'sinin farklı pişirme yöntemlerinin Türk mutfağı yemeklerine uyguladıkları ve otel restoranı işletmelerinin %52.7'sinin farklı ulus mutfaklarına ait mutfak ürünlerini diğer ulus mutfaklarına uyguladıkları belirlenmiştir. Ayrıca; bağımsız restoran işletmelerinin %81.8'inin ve bağımsız restoran işletmelerinin %69.4'ünün füzyon mutfak uygulamalarının işletmeye rekabet avantajı sağladığını düşündükleri bulgulanmıştır. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, Mısır'da bulunan ve örneklem olarak seçilen 23 farklı restoranın menülerinde hepsinin moleküler gastronomi akımını uyguladıkları, menüde bulunan yiyecek ve içeceklerde %10 oranında 20 restoranın, %25 oranında ise 3 restoranın moleküler gastronomi teknikleri kullandıkları, en çok kullanılan tekniğin Sous-Vide "*Vacuum Bags / low temperature / long time*" olduğu ve bu işletmelerde moleküler gastronomi tekniğinin rekabet avantajı olarak sağlanmasında; yiyecek maliyeti ve fiyatları ile yiyecek çeşitliliği ve esnekliğin önemli anlamda rol oynadığı tespit edilmiştir.

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Yeni Girişimcilerin Tehdidi" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %67.2'sinin füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin büyümesi ve gelişmesine olumlu yönde bir etkisinin olduğunu ve %72.4'ünün füzyon uygulanan yemeklerin işletmenin pazar payını korumasına olumlu yönde bir etkisinin olduğunu düşündükleri, %43.1'inin füzyon uygulamalarına yönelik herhangi bir engelin olmadığını, %51.7'sinin restoranlardaki şeflerin füzyon uygulama bilgisinin olduğunu düşündükleri ve %58.6'sının restoran yönetiminin pazarlama ve reklam desteği sağlayarak füzyon uygulanan yemekleri teşvik ettikleri belirlenmiştir. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, moleküler gastronomi akımının işletmelerin büyüme ve gelişmesinde %10 oranında bir etkisinin olduğu, pazar payının ise standart tariflerin kullanılması sonucu korunabileceği, moleküler gastronomi akımının kullanılmasına yönelik engellerin -şeflerin verdiği yanıtlara göre- moleküler gastronomi yemeklerinin hazırlanmasının daha fazla zaman ve emek gerektirdiği ve moleküler gastronomi yemeklerinin hazırlanmasında kullanılan gıda katkı maddelerinin fiyatlarının ve maliyetlerinin yüksek ve pahalı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca bu çalışmanın sonucuna benzer olarak, restoran yönetiminin, moleküler gastronomi tekniklerinin uygulandığı yemekleri teşvik etme adına, en çok pazarlama ve reklam desteğinin sağlanması gerektiği vurgulanmıştır.

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %77.6'sının füzyon yemeklerini uygulamak için 1-5 pişirme tekniği kullandıkları, %36.2'sinin füzyon yemekleri uygulamak için kullandıkları katkı maddelerinden yerel olanların daha kaliteli olduğunu düşündükleri, %60.3'ünün restoranda füzyon yiyeceklerini uygulamak için gereken ürünlerin transfer ve teslim alma maliyetlerinin yüksek olduğunu ve %55.2'sinin restoranların bu ürünleri temin ederken hiçbir zaman engellerle karşılaşmadıkları belirlenmiştir. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, moleküler gastronomi tekniklerinin uygulandığı yemekleri yapmak için kullanılan gıda katkı maddeleri sayısının %2 ile %10 oranında değiştiği ve



bu değişimin, tedarikçiye, gıda katkı malzemelerinin kalitesine ve güvenilirliğine bağlı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örneklem olarak seçilen işletmelerde, moleküler gastronomi tekniğinin uygulandığı yemekleri yapmak adına temin edilecek ürünleri alabilmek için seçilen tedarikçilerde; gümrük, nakliye masrafları ve sağlık kontrolleri gibi engellerin olabileceği şeflerin yapmış olduğu görüşme sonucunda ulaşılmıştır.

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Tedarikçilerin Pazarlık Gücü" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %29.2'sinin en çok deniz ürünlerini ithal ettikleri, %50.0'sinin yerel, ulusal ve uluslararası tedarikçileri tercih ettikleri, %74.1'inin ülke dışındaki tedarikçilerden talep ettikleri ürünlerin maliyetleri arttırdığı, %43.1'inin füzyon mutfak uygulamaları için ithal edilen ürünlerin başka bir gıda maddesi ile ikame edilebilip onlardan vazgeçilebileceğinin mümkün olduğunu ve %46.6'sının ulusal tedarikçilerden daha memnun olduklarını bildirdikleri tespit edilmiştir. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, restoranların en çok ithal ettikleri ürünlerin; Agar-Agar, Pektin, Ksantan Sakızı, Soya Lesitin, Tütsüleme Yağı, Sodyum Aljinat ve Kalsiyum Laktat gibi ürünler olduğu, çalışılan tedarikçilerin 2 ile 3 tedarikçi arasında değişebildiği, bazı ürünlerin benzeri ile ikamesinin yapılabileceği (örneğin agar-agar, jelatin ile değiştirilebilir.) ve ürünlerin temininin yapılacağı tedarikçiler arasında bazı farklılıkların da olabileceği şeflerin görüşlerinin ardından tespit edilmiştir.

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Alıcıların Gücü" ne yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %46.6'sının misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere yönelik taleplerinin zaman zaman yoğun olduğunu, %51.7'sinin fiyatların diğer ürünlere göre pahalı olmasından dolayı misafirlerin füzyon uygulanan yemekleri denemediklerini ve %29.3'ünün merak ettikleri için misafirlerin füzyon uygulanan yemeklere ihtiyaç duyduklarını düşündükleri tespit edilmiştir. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, müşterilerin moleküler tekniği kullanılan yemeklere olan talebinin değişebileceği, müşterilerin moleküler teknik uygulanan yemekleri denemekten geri kalma tehdidi olarak, restoranın modern gelişmeleri ve teknolojileri takip edememesi ve yeni müşteri çekememesi nedeniyle satışlarını azaltacağı için müşterilerin bu yemekleri denemeyi reddetmesi halinde restoranın bir tehditle karşı karşıya kalacağı sonucuna ulaşılmış olup, müşterilerin moleküler teknik uygulanan yemeklere ihtiyaç duyma nedenlerinin en çok yeni tat ve deneyimler yaşamak istemeleri sonucuna ulaşılmıştır.

Porter'ın "5 Güç Analizi" sorularından işletmelerin "Sektördeki Rekabet" e yönelik yanıtları incelendiğinde; restoran işletmelerinin %50.0'sinin sektörde 100'den fazla işletmenin faaliyet göstermekte olduğunu, %50.0'sinin restoranını çevreleyen rakiplerinin büyüklüğü ve gücünün işletmelerinden daha büyük ve daha güçlü olmadığını düşündükleri ve %41.4'ünün diğer işletmeler ile benzer füzyon uygulamalar yaptıkları tespit edilmiştir. Elsayed ve diğerleri (2022) yapmış oldukları çalışmada, örneklem olarak seçilen işletmelerin mevcut pazarda 2 ile 3 arasında rakip işletmeleri olduğu, bu işletmelerin büyüklük ve gücünün restoran konseptine göre değişebileceği ve restoranda sunulan moleküler gastronomi tekniği uygulanan yemeklerin hazırlık, pişirme ve servis aşamalarında farklılıkların oluşabileceği şeflerin yapmış olduğu görüşmenin ardından tespit edilmiştir.

Antalya ilinde hizmet veren restoran işletmeleri menülerinde, füzyon uygulamaları incelenmesi amacıyla yürütülen bu çalışmada, Antalya ilinde faaliyet gösteren bağımsız restoran işletmeleri ile otel bünyesinde faaliyet gösteren restoran işletmelerinden, menülerinde füzyon mutfak uygulamaları olan ve misafirlerine füzyon yemekler sunan restoran işletmelerinin füzyon mutfak uygulamaları Porter'ın "Beş Güç Modeli" ile incelenmiştir. Yapılan inceleme ve seçilen veri toplama aracı olarak uygulanan anketin sonucunda, bağımsız

restoran işletmelerinin otel restoranlarından farklı olarak menülerinde daha fazla füzyon uygulamalarına yer verdikleri, genellikle farklı pişirme yöntemlerinin Türk mutfağı yemeklerine uygulanması veya farklı ulus mutfaklarına ait mutfak ürünlerinin diğer ulus mutfaklarında uygulanması gibi füzyon uygulamalarının yapıldığı, füzyon uygulamalarının işletmelerin büyüme ve gelişimine olumlu katkılar sağladığı, yeni ikame ürünler ve tedarikçiler adına gerekli planlamaların yapıldığı, işletmelere gelecek olan müşterilerin ihtiyacı ve bu ihtiyacı karşılayabilecek gerekliliklerin incelendiği ve mevcut pazarda bulunan rakip işletmelerin yaptıkları uygulamaların izlendiği ve buna karşın gerekli planlama ve çalışmaların yapıldığı tespit edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre bazı öneriler sunulmaktadır. Bunlar;

- Yiyecek-içecek işletmeleri mevcut pazarda ayakta kalabilmek ve uzun dönem devam edebilmek için yenilikçi uygulamalar kullanmalıdırlar. Bu uygulamalardan birisi olan füzyon mutfak akımı, menülerde kullanıldığı takdirde müşteri istek ve beklentilerine yeni bir ivme kazandırıp, pozitif anlamda destek sağlayacaktır.
- Örneklem olarak seçilen işletmelerin menülerinde genellikle füzyon uygulamalarının olduğu tespit edilmiştir. Ancak hem popülerlik oranı arttırmak için hem de rekabet avantajı sağlamak için gerekli planlamaların işletme yöneticisi ve çalışanlar tarafından yapılması gerekmektedir.
- Özellikle otel restoranlarında çalışan mutfak şeflerinin füzyon mutfak bilgisi düşüktür. Bu oranı arttırmak için, işletmelerde gerekli eğitimlerin verilmesi gerekmektedir.
- Füzyon uygulamalarına yönelik engelleri azaltmak adına gerekli planlamaların yapılması ve daha fazla pazarlama ve reklam desteği sağlayarak füzyon uygulanan yemeklerin teşviki sağlanmalıdır.
- Yeni ikame ürünlerin temini yapıldığında yaşanabilecek engelleri azaltmak için gerekli planlamaların yapılması önerilmektedir.
- Müşterilerin ihtiyaç ve istekleri belirlenmeli ve buna uygun çizelge ve planlamalar yapılmalıdır.
- Yiyecek-içecek işletmeleri için menüde uygulanabilecek füzyon uygulamaları birçok avantaj sağlamaktadır. Ancak hem işletmede çalışan personel bu konuda eğitilmeli, gerekli planlamalar yapılmalı, tedarikçiler konusunda oluşabilecek engeller azaltılmalı hem de müşteri istek ve ihtiyaçlarına dikkat ederek var olabilecek yenilikçi uygulamalar sağlanmalıdır.
- Aynı zamanda yapılan bu çalışma ile restoranlarda uygulanan füzyon uygulamalarının Porter'ın "5 Güç Analizi" ile incelenmesi sonucunda literatürde daha önce bu tarz bir çalışmaya rastlanılmadığı için alana katkı sağlayacaktır (Elsevad ve diğerleri (2022) yaptıkları çalışma benzerdir, ancak bu çalışmada moleküler gastronomi akımı ele alınmıştır) ancak füzyon mutfak uygulamaları ile moleküler gastronomi uygulamalarının birlikte incelendiği çalışmaların yapılması ile farklı bir araştırma sonuçlarına ulaşılabileceği önerilmektedir.

**Destek Bilgisi:** Bu çalışmanın hazırlanması süresince herhangi bir bireyden ya da kurumdan aynı ya da nakdi bir yardım/destek alınmamıştır.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** 1. Yazar: %50, 2. Yazar: %50.

## Kaynakça

- Akarçay, E., & Suğur, N. (2015). Dışarıda yemek: Eskişehir'de yeni orta sınıfın fast-food yeme-içme örüntüleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 1-29.
- Akmermer, B. & Ayyıldız, H. (2016). Kuyumculuk sektörünün Porter'in Beş Güç Modeli ile rekabetçilik analizi: Trabzon ili örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 47-68.
- Alaa Ibrahim Elsayed, M., Gamal Saad Soliman, S., & Zohry, A. E. F. (2022). The Relationship between Molecular Gastronomy and Competitive Advantage of Egyptian Restaurants from the Point of View of Chefs by Using the Five Forces Model. *Research Journal of the Faculty of Tourism and Hotels Mansoura University*, 3(11), 339-383.
- Albayrak, A. (2017). Restoran işletmelerinin yenilik uygulama durumları: İstanbul'daki birinci sınıf restoranlar üzerine bir çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 53, 73.
- Bingöl, R. (2007). *Restoran işletmeciliği*. Timaş Yayınları: İstanbul.
- Cengiz, A. Ş., Aydınli, S. & Oral, E. (2019). Porter'in beş kuvvet modeli temelinde konut sektöründeki rekabeti etkileyen faktörlerin analizi. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 34(2), 209-218.
- Çoşkun, B. (2014). M. Porter'in 5 Kuvvet Modeline göre sağlık hizmetleri sektörünün rekabet analizi. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 7(1), 43-60.
- Elmacioğlu, N. (2019). Kentlerin pazarlanmasında yeni bir araç olarak gastronomi: Kayseri örneği, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Erdem, B. & Akyürek, S. (2017). Yeni bir mutfak akımı: Yaşayan mutfaklar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 103-126.
- Erdem, B., Doğdubay, M. & Sarıoğlu, M. (2012). The relationship between product innovation and fusion cuisine in food and beverage establishments: A discussion on Turkish cuisine. *Current Issues in Hospitality and Tourism Research and Innovations*, 213.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve yemekçiliğin evrimi*. İstanbul: Kurtiş Matbaacılık.
- Kamış, M. D., Türk, O. & İlhan, İ. (2016). II. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu. içinde (ss. 943-950). Nevşehir yemeklerinin füzyon mutfaka uygunluğunun incelenmesi. 2-3-4 Mayıs 2016, Nevşehir.
- Kaiboriboon, T. (2014). *Key success factors of fusion food restaurant affecting customer satisfaction in Thailand*. A Thematic Paper Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Management Collage of Management Mahidol University.
- Kılıç, S. (2021). *Halkbilimi bağlamında Türkiye'de yeme-içme kültürü*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Kılıç, B., & Babat, D. (2011). Kalite fonksiyon göçerimi: yiyecek içecek işletmelerine yönelik kuramsal bir yaklaşım. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(1), 93-104.

- Kiefer, N. M. (2002). Economics and the origin of the restaurant. *Cornell Hotel and Administration Quarterly*, 43, 58-64.
- Koçak, N. (2016). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kuban, D. (1965). *Anadolu-Türk Mimarisi kaynak ve sorunları*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi.
- Maviş, F. (2008). *Endüstriyel yiyecek üretimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Milor, V. (2012, 05 Haziran ). Mükemmel füzyon mutfağı, <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/vedat-milor/mukemmel-fuzyon-mutfagi-1536782> adresinden erişilmiştir.
- Ninemeier, J. D. (1998). *Food and beverage controls*. (4.ed.). USA: East Lansing, The Educational Institute of the Amer -Motel Association.
- Özkale, E. A. (2021). Füzyon mutfağına yönelik restoran deneyimi şikâyetlerinin içerik analizi yöntemi ile incelenmesi: Tripadvisor-İstanbul Örneği (Examination of Restaurant Experience). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(2), 1250-1270.
- Saçılık, M. Y. (2020). Yenilikçi mutfak akımlarının Türk mutfağı kapsamında uygulanabilirliği ve yerel mutfağın menülerde kullanılması ile ilgili görüşlerin belirlenmesi. *Journal of Tourism and Management*, 1(1), 21-39.
- Sarıışık, M., Çavuş, Ş. & Karamustafa, K. (2019). *Profesyonel restoran yönetimi: ilkeler, uygulamalar ve örnek olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sarioğlan, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis. *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 5(3), 64-70.
- Sarioğlan, M., Abacıgil, T. Ö., & Avcıkurt, C. (2020). Zeytinyağlı yemek kültürünün füzyon (Fusion) mutfak olgusu ile geliştirilebilirliğine yönelik bir alan araştırması (Edremit Körfezi örneği). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (3), 2202-2213.
- Sarioğlan, M., & Sezen, T. S. (2017). Project based learning approach in fusion cuisine education: A proposal, *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 4(1), 574-5
- Stano, S. (2017). Con-fusion cuisines: Melting foods and hybrid identities. In *New Semiotics. Between Tradition and Innovation-12th World Congress of Semiotics* (ss. 904-913). NBU Publishing House & IASS Publications.
- Şahin, D. (2020, 19.Temmuz). Porter'in 5 Güç Analizi (Porter's 5 Forces Analysis) Nedir?. <https://medium.com/operations-management-t%C3%BCrkiye/porter%C4%B1n-5-g%C3%BC%C3%A7-analizi-porter-s-5-forces-analysis-nedir-5f38fc0f9a1>.
- Tezcan, S. (1998). *Bir ziyafet defteri*. İstanbul: Simurg Yayıncılık.
- Turan, H., Başaran, G., Ayduğ, İ., Bayesen, D., & Sünnetçioglu, S. (2020). Mutfak şeflerinin füzyon mutfağına yönelik görüşleri ve Çanakkale iline ait yöresel gıdalar ile füzyon mutfak önerileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 23(2), 332-358.

Türk Dil Kurumu (TDK) (2022, 06.Haziran). Restoran kavramı. <https://sozluk.gov.tr/>.

Walker, J. R. (2010). *Outlines and highlights for restaurant: From concept to operations*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Yıldız, M., & Yılmaz, M. (2020). Gastronomi alanındaki trendlere bir bakış. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (5), 19-35

Zencir, E. (2017). *Restoran yönetimi kavramlar ve süreçler*. Ankara: Detay Yayıncılık.

## Extensive Summary

### Investigation of Fusion Applications in the Menus of Restaurants Serving in Antalya with Porter's Five Power Model

Ümit SORMAZ\*, Kadir DURSUN

One of the biggest problems faced in food and beverage businesses over time is to survive in an intense competitive environment. Therefore, businesses have to confront them with innovative applications that can best meet customer requests and needs (Albayrak, 2017: 53). The activities of people working in food and beverage businesses are increasing in order to discover new tastes, have fun and socialize, and they prefer special restaurants for a special experience (Kılıç & Babat, 2011: 97).

New trends in gastronomy, which is constantly changing and developing; It has effects such as protecting people's health, improving the dining experience and revealing alternative ways. It is seen that "fusion cuisine", one of these trends, emerged to increase the pleasure of people in eating and drinking activities (Yıldız & Yılmaz, 2020: 19). The fusion cuisine trend, which creates new and original flavors by combining the materials, techniques or tools of the regional cuisines and for this purpose, provides the promotion of culinary culture, is used as a marketing strategy to develop and diversify products in food and beverage businesses (Turan et al., 2020: 336). In order to create a successful strategy, it is necessary to correctly understand the environment in which a business organization is located as well as itself. At this point, thanks to the analysis made using Porter's Five Powers Model, information about the profitability that the business organization can achieve in the industry and the state of competition among the competitors in the industry are obtained (Şahin, 2020).

This research was carried out to examine the fusion applications in the menus of restaurants serving in Antalya. In accordance with this purpose; The fusion kitchen applications of the independent restaurant businesses operating in the province of Antalya and the restaurant businesses operating within the hotel, which have fusion cuisine applications in their menus and serve fusion dishes to their guests, have been examined with Porter's "Five Powers Model". The universe of the research; It consists of independent restaurant businesses operating in the province of Antalya and restaurant businesses within the hotels. The sample of the research is; Among the independent restaurant businesses operating in Antalya and the restaurant businesses operating within the hotel, 58 restaurant businesses that have fusion cuisine applications in their menus and that offer fusion dishes to their guests and volunteer to participate in the research consist of. In the research; Questionnaire technique, one of the quantitative research methods, was applied. The applied questionnaire was adapted from the study of Elsayed et al. (2022).

In this study, which was carried out to examine fusion applications in the menus of restaurant businesses serving in Antalya, fusion kitchen applications of independent restaurant businesses operating in Antalya and restaurant businesses operating within the hotel, which have fusion cuisine applications in their menus and serve fusion dishes to their guests, are presented by Porter. Five Power Models". As a result of the examination and the questionnaire applied as the selected data collection tool, independent restaurant businesses include more fusion applications in their menus, unlike hotel restaurants, and fusion applications

\* Corresponding author at: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi,  
E- Mail Address: umit.sormaz@manas.edu.kg

such as the application of different cooking methods to Turkish cuisine dishes or the application of cuisine products from different national cuisines in other national cuisines are made. It has been determined that fusion applications make positive contributions to the growth and development of enterprises, necessary plans are made for new substitute products and suppliers, the needs of the customers coming to the enterprises and the requirements that can meet this need are examined, the applications made by the rival enterprises in the current market are followed and the necessary planning and studies are carried out. has been done. Some suggestions are presented according to the results obtained. These;

- Food and beverage businesses should use innovative practices in order to survive in the current market and to continue in the long term. Fusion kitchen trend, which is one of these applications, will give a new impetus to customer requests and expectations and provide positive support if used in menus.
- It has been determined that there are generally fusion applications in the menus of the selected businesses. However, the necessary planning should be made by the business manager and employees, both in order to increase the popularity rate and to provide competitive advantage.
- Especially the kitchen chefs working in hotel restaurants have low knowledge of fusion cuisine. In order to increase this rate, necessary trainings should be given in the enterprises.
- In order to reduce the obstacles to fusion applications, necessary planning should be made and more marketing and advertising support should be provided to encourage fusion meals.
- It is recommended to make the necessary plans to reduce the obstacles that may be experienced when new substitute products are procured.
- The needs and wishes of the customers should be determined and appropriate schedules and plans should be made.
- Fusion applications that can be applied in the menu for food and beverage businesses provide many advantages. However, both the personnel working in the enterprise should be trained on this subject, necessary planning should be made, the obstacles that may arise regarding the suppliers should be reduced, and innovative applications should be provided by paying attention to the customer requests and needs.
- At the same time, this study will contribute to the field, as no such study has been encountered in the literature before, as a result of the examination of fusion applications applied in restaurants with Porter's "5 Power Analysis". (The study of Elseyard et al. (2022) is similar, but molecular gastronomy is discussed in this study.) However, it is suggested that different research results can be achieved by conducting studies in which fusion kitchen applications and molecular gastronomy applications are examined together.