

Hayalet Mutfakların Yükselişi: Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Bir Analiz

The Rise of the Ghost Kitchen: A Bibliometric Analysis with Visual Mapping Technique

Meriç Esat BEBİTOĞLU, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye, meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-5013-913X

Gökhan DEMİRAY, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye, gokhan.demiray@nisantasi.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-6417-1293

Uğur YOZGAT, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye, ugur.yozgat@nisantasi.edu.tr

Orcid No: 0000-0001-9893-3551

Sefa CEYHAN, İstanbul Nişantaşı Üniversitesi, Türkiye, sefa.ceyhan@nisantasi.edu.tr

Orcid No: 0000-0002-3788-0756

Öz: Hayalet Mutfaklar (Ghost Kitchen), son yıllarda restoran sektöründe yaşanan teknolojik yenilikler, değişen tüketici davranışları ve ekonomik koşullar nedeniyle ortaya çıkan yenilikçi bir iş modelidir. Bu mutfaklar, fiziksel bir restoran alanı olmadan yalnızca teslimat ve paket servis siparişlerine odaklanarak faaliyet göstermektedirler. Kavram çeşitli şekillerde; maliyet, pazarlama, avantajlar, operasyonel özellik, işçi ve tüketici açısından ele alınabilmektedir. Sektörde hayalet mutfaklara olan ilgi hızla artarken, akademik çalışmalar henüz yeni çeşitlenmektedir. Bu alanın farklı açılardan ele alınma potansiyeli bulunmaktadır. Bibliyometrik araştırmalar; bilimsel üretimleri inceleyerek araştırma eğilimlerini analiz etme, öncü çalışmaları belirleme ve gelecekteki araştırmalar için yeni yönelimler önerme açısından önemlidir. Bu nedenle, bu çalışmada hayalet mutfak kavramının bibliyometrik analizi yapılarak literatürdeki eğilimlerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla Web of Science veri tabanında 315 çalışmaya ulaşılmıştır. Bunlar içinden araştırma amacı doğrultusunda 23 çalışma ile incelemeler yapılmıştır. Sonuç olarak, hayalet mutfakların giderek artan bir ilgi odağı haline geldiği ve farklı disiplinlerden araştırmacıların bu alana katkıda bulunduğu ortaya konmuştur. Gelecek araştırmalar için, daha geniş kapsamlı veri setleri ve nitel araştırma yöntemleri kullanılarak sektör profesyonelleri ve tüketicilerle yapılacak çalışmalar önerilmiştir. Bu tür çalışmalar, hayalet mutfak modelinin daha iyi anlaşılmasına ve pratik uygulamalarla akademik araştırmaların buluşmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Hayalet Mutfak, Hizmet Sektörü, Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Yönetim ve Strateji

JEL Sınıflandırması: L81, L86, O33, D83

Abstract: Ghost Kitchens have emerged as an innovative business model in the restaurant industry due to technological advancements, changing consumer behaviors, and economic conditions in recent years. These kitchens operate solely by focusing on delivery and takeout orders without a physical restaurant space. The concept can be examined from various perspectives, including cost, marketing, advantages, operational features, labor, and consumer aspects. While interest in ghost kitchens is rapidly increasing in the industry, academic studies on the topic are still in their early stages. This field holds potential for exploration from different angles. Bibliometric research is crucial for analyzing research trends, identifying pioneering studies, and suggesting new directions for future research by examining scientific productions. Therefore, this study aims to conduct a bibliometric analysis of the ghost kitchen concept to reveal trends in literature. For this purpose, 315 studies were identified in the Web of Science database. Among them, 23 studies were selected for analysis based on the research objective. As a result, it has been revealed that ghost kitchens are becoming an increasing focal point of interest and that researchers from different disciplines are contributing to this field. For future research, studies involving broader datasets and qualitative research methods, including industry professionals and consumers, are recommended. Such studies are expected to enhance the understanding of the ghost kitchen model and bridge the gap between practical applications and academic research.

Keywords: Ghost Kitchen, Service Sector, Food-Beverage Industry, Management and Strategy

Jel Classification: L81, L86, O33, D83

Makale Geçmişi / Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 16 Ağustos / August 2025

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 27 Ekim / October 2025

© 2025 Journal of Yaşar University. Published by Yaşar University. Journal of Yaşar University is an open access journal.

1. Giriş

Restoran sektörü, son yıllarda teknolojik yenilikler, değişen tüketici davranışları ve ekonomik koşullar nedeniyle köklü dönüşümler geçirmiştir. Bu dönüşümün en dikkat çekici unsurlarından biri, bulut mutfaklar veya sanal mutfaklar olarak da bilinen hayalet mutfakların (Ghost Kitchen) yükselişidir. Geleneksel yemek yeme mekanları olmadan faaliyet gösteren bu mutfaklar, yalnızca teslimat ve paket servis siparişlerine odaklanmaktadır. Özellikle COVID-19 salgınıyla birlikte yemek dağıtım platformlarının yaygınlaşması, bu modelin benimsenmesini hızlandırarak modern hizmet sektörünün ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Jones vd., 2024).

Hayalet mutfaklar, restoran işletmecilerine yenilikçi bir iş modeli sunarak geleneksel restoran işletmelerine kıyasla daha düşük maliyetli operasyonlar yürütme imkânı tanımaktadır. İşletmeler, birden fazla gıda markasını tek bir mutfak alanında birleştirerek operasyonel verimliliği artırabilir ve daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilir (Neria vd., 2024). Bu model, menü tekliflerini optimize etmek ve lojistiği kolaylaştırmak için veriye dayanarak yararlanırken, gayrimenkul, işçilik ve kamu hizmetleriyle ilgili maliyetleri de en aza indirmektedir (Francis, 2024). Ekonomik avantajlarının ötesinde, hayalet mutfaklar restoranların yeni mutfak konseptlerini test etmelerine ve pazardaki talepleri minimum finansal riskle değerlendirmelerine olanak sağlamaktadır. Bu esneklik, gıda girişimcilerinin tek bir operasyonel çerçeve altında birden fazla markayı piyasaya sürmesine ve hızlı ölçeklendirme yapmasına imkân tanımaktadır (Rout vd., 2021). Özellikle kira maliyetlerinin yüksek olduğu ve tüketicilerin hızlı ve uygun fiyatlı gıda teslimatına yönelik taleplerinin arttığı yoğun nüfuslu kentsel bölgelerde bu model önemli avantajlar sunmaktadır (Nigro vd., 2022).

Ancak, hayalet mutfakların bazı zorlukları da bulunmaktadır. Fiziksel bir yemek alanının olmaması, marka ile müşteri arasındaki bağı zayıflatarak marka sadakatini olumsuz etkileyebilir (Shapiro, 2022). Ayrıca, bu modelin yaygınlaşması, yemek dağıtım pazarındaki rekabeti artırmış ve işletmelerin kârlılığını sürdürebilmesi için stratejik pazarlama ve farklılaşma çabalarını zorunlu kılmıştır (Giousmpasoglou vd., 2023). Genel olarak, hayalet mutfaklar, operasyonel verimlilik, ekonomik uyum sağlama yeteneği ve değişen tüketici beklentileriyle şekillenen modern mutfak dünyasında önemli bir evrimi temsil etmektedir. Bu işletmelerin büyümesi, pandemi sonrası ekonomide hem piyasa taleplerine hem de toplumsal değişimlere uyum sağlayarak devam edecektir (Jones vd., 2024; Shapiro, 2022; Nigro vd., 2022).

Sektörde artan rağbete karşılık akademik alanda ilgili çalışmaların daha yeni çeşitlenmeye başlaması ve konunun çeşitli açılardan ele alınabilecek olması potansiyel taşımaktadır. Buna yönelik bibliyometrik araştırmalarla bilimsel üretimlerin çeşitli şekillerle incelenmesi mümkün olabilmektedir (Ellegaard & Wallin, 2015). Araştırma eğilimlerinin analiz edilmesi (Zupic & Cater, 2015), öncü araştırmacıların ve yayınların belirlenmesi (Garfield, 1979) ve gelecekteki araştırmalar için yeni yönelimler önermek açısından bilimsel literatürdeki ortaya çıkan eğilimleri görselleştirmek faydalı olmaktadır (Chen, 2006). Dolayısıyla araştırmada hayalet mutfak kavramının bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Hizmet sektöründeki dijital dönüşüm, restoran işletmeciliğinde ve yiyecek hizmetlerinin sunulmasında köklü bir değişimi beraberinde getirerek hayalet mutfakların hızla yayılmasına zemin hazırlamıştır (Cheng vd., 2023). İşletmeleri, hayalet mutfaklar için cazip hale getiren en güncel itici güç krizler olarak görülmektedir (Baltacı & Yıldız, 2023). Hayalet mutfaklar en çok COVID-19 salgınıyla birlikte yiyecek ve içecek sektöründe kötüleşen pazar değişimleriyle gelişmeye başladığı söylenebilmektedir. Bu mutfaklar, işyeri için gayrimenkul maliyetleri ve personel gibi genel giderleri azaltmak için geleneksel restoranlardan uzaklaşarak yalnızca teslimat tabanlı hizmet modellerine dayanmaktadır (Wulandari vd., 2023; Leung vd., 2023). Sanal mutfaklar, karanlık mutfaklar veya bulut mutfaklar olarak da adlandırılan bu model, yiyecek içecek sektörünün işleyişini yeniden şekillendiren yenilikçi bir iş yaklaşımıdır (Khan, 2020).

Yalnızca paket servise yönelik yemek üretimi için tasarlanan bu ticari mutfaklarda, müşteriyle doğrudan temas veya fiziksel bir restoran ortamı bulunmamakta, bu da geleneksel restoran anlayışının nasıl evrildiğini gösteren bir unsur olmaktadır (Cai vd., 2022). Daha az sermaye ve işletme maliyeti gerektirmesi, aynı zamanda daha az personelle yönetilebilmesi nedeniyle, hayalet mutfaklar basit ve verimli bir yiyecek hizmeti modeli olarak stratejik bir dönüşümü temsil etmektedir (Hakim vd., 2022). Verimlilik açısından değerlendirildiğinde önemli bir avantaj olarak görülebilir. Ayrıca hayalet mutfakların en büyük avantajı, tek bir mutfaktan birden fazla marka yönetme imkanı sunmasıdır. Bu sayede restoranlar, teslimat seçeneklerini çeşitlendirerek pazar paylarını artırırken, düşük kar marjlarıyla bilinen sektörde operasyonlarını daha verimli ve ölçeklenebilir hale getirebilmektedirler (Shapiro, 2023). Potansiyelleri umut verici olsa avantajlarının yanı sıra bazı zorlu durumlarda meydana gelebilmektedir. Leung ve diğerlerine (2023) göre müşterilerin yaklaşık %70'i hayalet mutfaklar yerine fiziksel restoranlardan yemek siparişi vermektedirler. Bu açıdan koşullar

zorlu olabilmektedir. Diğer olumsuz konulardan birisi ise etkileşimin eksikliğidir. Fiziksel bir restoran ile doğrudan müşterilerin etkileşimlerinin eksik olması belirsizlik ve güvensizlik yaratabilir (Hakim vd., 2022). Bu durumlarda ilk güvenin oluşması önemlidir. Daha önce deneyim olmadığı için hayalet mutfak hizmeti sunan işletmelere müşterilerin duydukları güven ilk güven açısından önemsenmesi gereken önemli bir konudur (Lu, Cai & King, 2020; Song vd., 2023). Bunun yanında yemeklerin görünmeyen bir mutfakta hazırlandığı müşteriler açısından düşünüldüğünde güvenle ilgili endişeler oluşabilecektir (Cai vd., 2022). Bu koşulların önüne geçebilmek adına güven sorunlarının ele alınması gerekmektedir (Jiang, Balaji & Lyu, 2024). Dolayısıyla hayalet mutfakların başarısı, tüketici tanınırlığını ve güvenini artırmayı amaçlayan stratejik pazarlama girişimlerine önemli düzeyde bağlıdır. Bu mutfaklarla etkileşimi şekillendirmede tüketicilerin ne kadar bilgi sahibi olduklarının önemi vurgulanmaktadır. Algılanan gıda güvenliği, hijyen standartları ve marka bilinirliği gibi faktörler satın alma niyetlerini etkilemektedir (Fridayani vd., 2021; Nield vd., 2024; Jiang, Balaji & Lyu, 2024).

Hayalet mutfakların günümüzdeki pazarlama stratejileri literatür taramasında çalışmalar incelendiğinde üç konu başlığında değerlendirilebileceği görülmektedir. Bunlardan ilki veri odaklı pazarlama ve büyüme olarak isimlendirilebilir (Jones, Cain & Deel, 2024; Sharma & Dey, 2021). Düşük başlangıç yatırımları ve veri analizleri sayesinde yeni restoran konseptleri test edebilir. Tüketicilere ve işletmelere doğrudan satış modelleriyle rekabet avantajı kazanılabilmektedir. İkinci konu başlığı, sosyal medya ve dijital pazarlama olarak isimlendirilebilir (Paul, Sajnani & Sharma, 2024; Wismayani, Yuliani & Lio, 2023; Moyeenudin & Anandan, 2020). Üçüncü başlık ise müşteri odaklı yaklaşımlar olarak isimlendirilebilir (Kim Vu, Duarte Alonso & Tran, 2024; Cai vd., 2022). Anlaşılabileceği üzere kavrama çeşitli konularda kategorize etmek mümkün olmaktadır. Kavrama yönelik çeşitli avantaj ve dezavantajlar, fırsatlar ve tehditler bulunmaktadır. Genel anlamda kavramın mevcut durum tespitinin yapılması amacıyla bibliyometrik çalışmanın yapılarak durumun ortaya koyulması amaçlanmıştır. Böylece sonraki çalışmalar için yol gösterici olunabilecektir.

3. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada Ghost Kitchen başlıklı çalışmaların bibliyometrik analiz yardımı ile genel bir çerçevesinin sunulması amaçlanmıştır (Ball, 2017). Araştırma kapsamında çok yönlü değerlendirme yapılarak, farklı veri tabanları ve arama motorları üzerinde inceleme yapılmıştır. İlk olarak Google Scholar akademik arama motorunda Ghost Kitchen başlıklı çalışmalar araştırılmıştır. Bu araştırma sonucunda konunun düzensiz ve sistematik olmayan

bir dağılım sergilediği tespit edilmiştir. Ardından YÖK-TEZ ve diğer veri tabanları incelenmiş benzer sonuçlarla karşılaştırılmıştır. Son olarak uluslararası geçerliliği ve veri tabanı kapsamında güvenilirliği kanıtlanmış olan Web of Science (WOS) veri tabanının incelenmesi kararlaştırılmıştır. Bu seçimin iki temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki, herhangi bir yayın türü kısıtlamasına gidilmeden konu ile ilgili yapılmış tüm çalışmaların sistematik olarak sıralanabilmesidir (Yu, Xu, ve Wang 2018). İkincisi, söz konusu veri tabanı dünya çapında kabul görmüş ve güvenilir kaynakların sunulduğu bir alandır. Bu doğrultuda araştırma süreci başlatılmış ve herhangi bir yıl veya yayın türü sınırlamasına gidilmemiştir. Araştırma, “Ghost Kitchen”, “Cloud Kitchen” ve “Dark Kitchen” ifadeleriyle 10.02.2025 – 13.02.2025 tarihleri arasında tarama yapılmıştır. Söz konusu anahtar kelimeler taranırken, çalışmaların tüm alanları kriter olarak alınmıştır. Bu kapsamda 315 yayın belirlenmiştir. 315 yayın, yazarlar tarafından başlık, özet, anahtar kelime ve giriş bölümleri kapsamında tek tek incelenmiştir. Nihayetinde 23 çalışmanın Ghost Kitchen kapsamında değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmış ve tekrar inceleme süreci başlatılmıştır. Bu inceleme süreci sonucunda 22 makale ve 1 bildiri ile veri seti oluşturulmuştur. Söz konusu sürecin özeti Tablo 1’de yer almaktadır. Elde edilen veri setinin analizinde, ağ haritaları ve görselleştirme için VOSviewer 1.6.16 yazılımı kullanılmıştır.

Tablo 1. Araştırma Süreci

Tarama Yapılan Veri Tabanı	Web of Science (WOS)
Tarama Yapılan Tarih	10.02.2025 – 13.02.2025
Konu ile İlgili Toplam Makale Sayısı	315
Tarama Yapılan Anahtar Kelimeler	Ghost Kitchen, Cloud Kitchen ve Dark Kitchen
Analize Tabi Tutulan Makale Sayısı	23
Analiz Aracı	VosViewer 1.6.16

Bibliyometrik araştırmalarda temel amaç ilgili konunun genel bir çerçevenin sunulması ve sonraki araştırmalara yol gösterici nitelik taşımaktır. Bu amaç kapsamında bazı parametrelerin kullanılması gerekir. Söz konusu parametreler genel çerçeveyi belirleyici esas unsurlardır. Dolayısıyla araştırma kapsamında seçilen parametreler şu şekildedir;

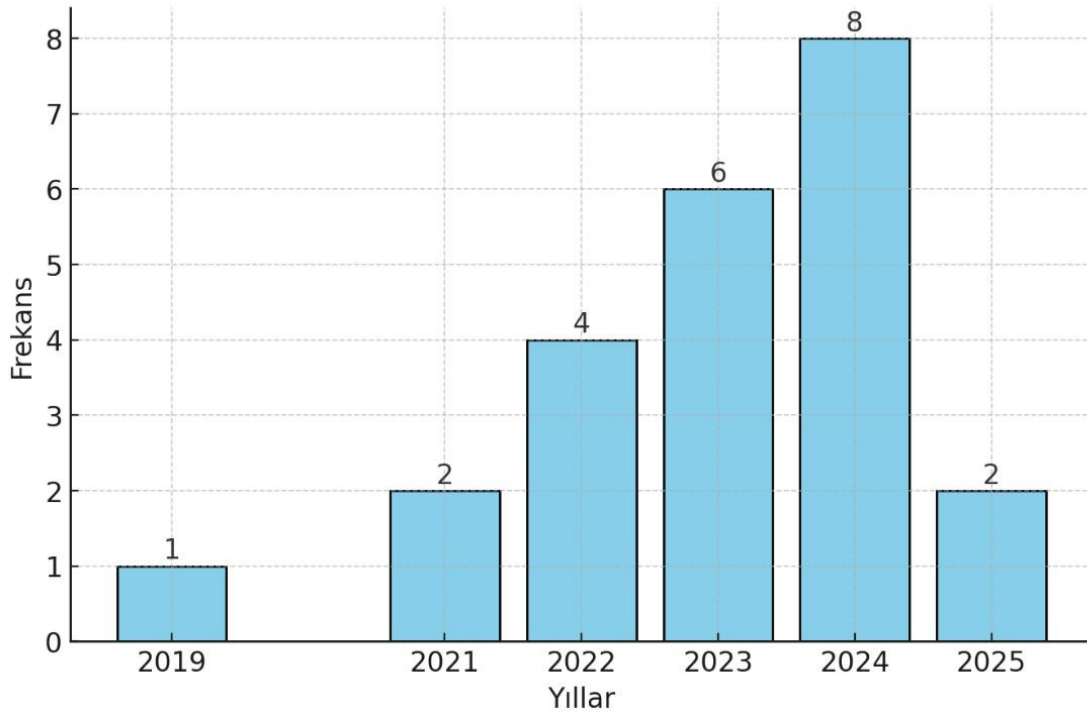
1. Ghost Kitchen konusundaki yayınların en sık yayımlandığı dergiler hangileridir?
2. Ghost Kitchen konusundaki yayınların üretildiği ülkeler hangileridir?
3. Ghost Kitchen konusundaki yayınlarda en sık kullanılan anahtar kelimeler nelerdir?
4. Ghost Kitchen konusunda en çok atıf alan yayınlar hangileridir?

5. Ghost Kitchen konusundaki yayınlar arasındaki benzerlik durumu bibliyografik eşleşme analizine göre nasıldır?
6. Ghost Kitchen konusuyla ilgili atıf, dergi ve araştırmacılar arasındaki ortak atıf ağında önemli unsurlar nelerdir?

4. Çalışmanın Bulguları

4.1. Genel Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma kapsamında ulaşılan 22 makale ve 1 bildirinin yayınlandığı yıllara göre dağılımını gösteren grafik Şekil 1’de yer almaktadır. Şekil 1 incelendiğinde konu ile ilgili ilk çalışmanın 2019 yılında yayınlandığı ($n = 1$), en çok çalışmanın ise 2024 yılında ($n = 8$) görülmektedir.



Şekil 1. Yayımlanan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Tablo 2’de, çalışmaların yayınlandığı dergiler ve bu dergilerdeki sayılar görülmektedir. Söz konusu değerler incelendiğinde konu ile ilgili en çok çalışmanın International Journal of Hospitality Management’da yayınlandığı görülmektedir ($n = 3$). Bu sıralamayı ikişer yayınlı; Food Research International ve International Journal of Gastronomy and Food Science dergileri takip etmektedir. Diğer dergilerde ise birer yayın yapıldığı yine aynı tabloda yer alan değerler arasında görülmektedir.

Tablo 2. Çalışmaların Yayımlandığı Çeşitli Dergiler Bakımından İncelenmesi

Dergi İsmi	Sıklık
International Journal of Hospitality Management	3
Food Research International	2
International Journal of Gastronomy and Food Science	2
British Food Journal	1
International Journal of Development and Systems Engineering	1
Technological Forecasting and Social Change	1
DISP - The Planning Review	1
International Journal of Environmental Research and Public Health	1
Revista de Administração	1
Food Control	1
Communications of the Association for Information Systems	1
International Journal of Contemporary Hospitality Management	1
Journal of Hospitality and Tourism Management	1
International Journal of Hospitality and Tourism Administration	1
Journal of Hospitality and Tourism Insights	1
Production and Operations Management	1
Transportation Science	1
Journal of Consumer Culture	1
Food Technology (Chicago)	1

Tablo 3’te Ghost Kitchen konulu çalışmaların yayınlandıkları ülkelere göre sıralamaları yer almaktadır. Söz konusu sıralamaya göre konu ile ilgili en çok çalışmanın Brezilya (5), İngiltere (4), ABD (4), Vietnam (3), Hindistan (2) ve Polonya’da (2) yapıldığı görülmektedir.

Tablo 3. Çalışmaların Çeşitli Ülkeler Bakımından İncelenmesi

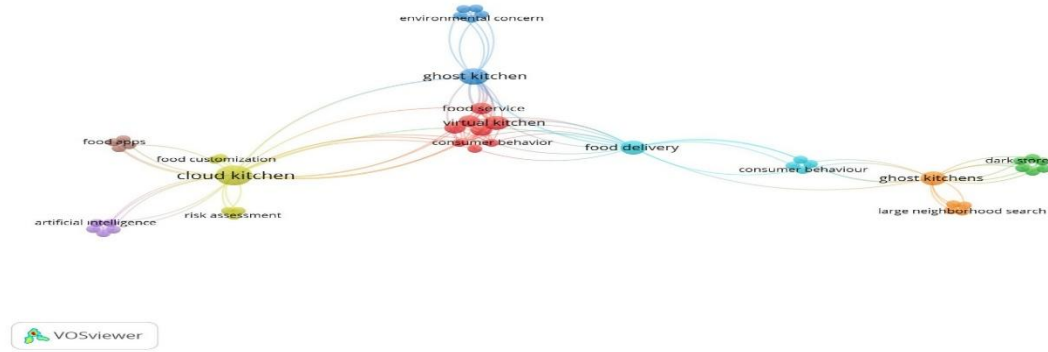
Ülke İsmi	Sıklık
Brezilya	5
İngiltere	4
Amerika Birleşik Devletleri	4
Vietnam	3
Hindistan	2
Polonya	2

Fransa	1
Almanya	1
Malezya	1
Çin	1
Güney Afrika	1
Tayvan	1
İsrail	1
İtalya	1

4.2. Bibliyometrik Analiz

4.2.1. Anahtar Kelime Ağ Analizi

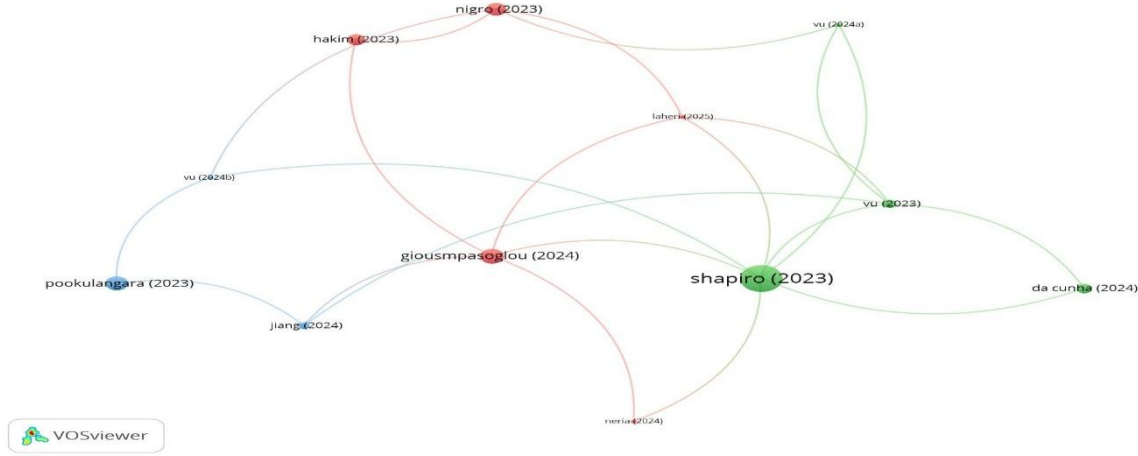
Şekil 2’de yer alan görsel incelendiğinde, konu ile ilgili çalışmalarda yer alan anahtar kelimelerin dağılımı görülmektedir. Bu çalışmalarda toplam 111 anahtar kelime kullanılmıştır.



Şekil 2. Anahtar Kelime Ağ Analizi

4.2.2. Atıf Analizi

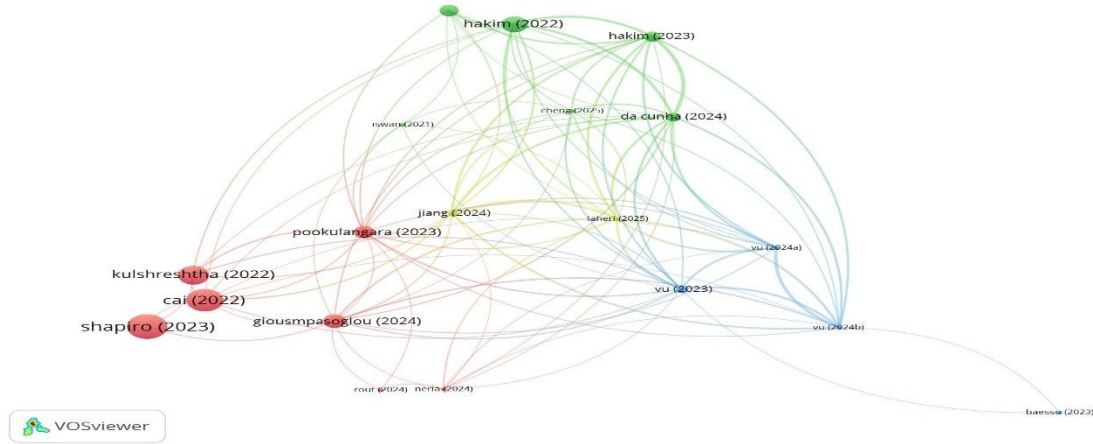
Şekil 3’te Ghost Kitchen ile ilgili en çok atıf alan çalışmaların yazar ağ analizine yer verilmiştir. Buna göre en çok atıf alan yazar sıralaması şu şekildedir; 44 atıf = Giousmpasaglou, 2024; 38 atıf = Cai 2022; 25 atıf = Rinaldi 2022; 26 atıf = Kulshreshtha; 19 atıf = Hakim 2022; 14 atıf = Giousmpasaoglu; 12 atıf = Pookulangara ve 10 atıf ve altı diğerleri.



Şekil 3. En Çok Atıf Alan Çalışmaların Ağ Analizi

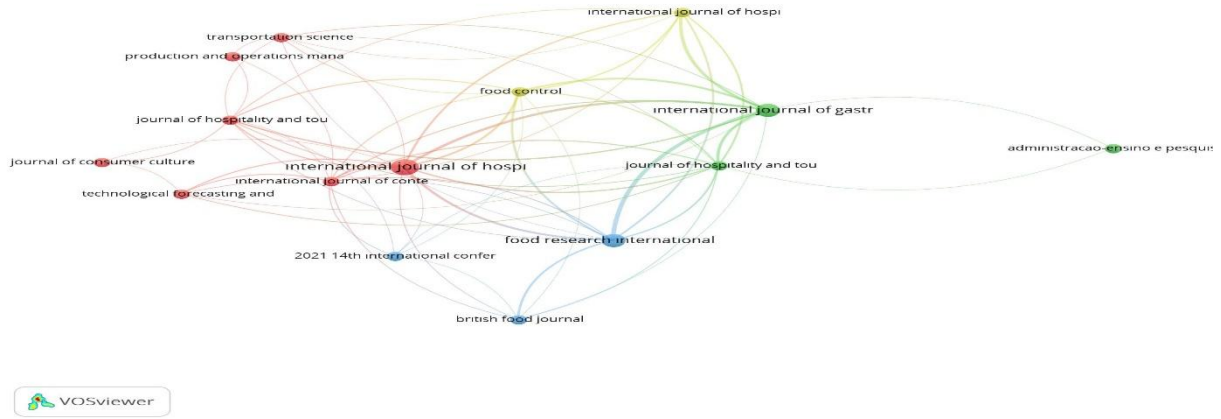
4.2.3. Bibliyografik Eşleştirme Analizi

Yayınların bibliyografik eşleştirme analizi yapılmadan önce yazarların minimum atıf sayısına ilişkin herhangi bir sınırlama kriterime gidilmemiştir. Bu durumun temel sebebi konu ile ilgili yapılan yayın sayısının sınırlı düzeyde olmasıdır. Analiz sonucunda 4 ayrı kümenin meydana geldiği görülmektedir. Bağlantı gücü açısından Shapiro (2023) ilk sırada yer almaktadır. Söz konusu değerlere ilişkin görsel Şekil 4'te yer almaktadır.



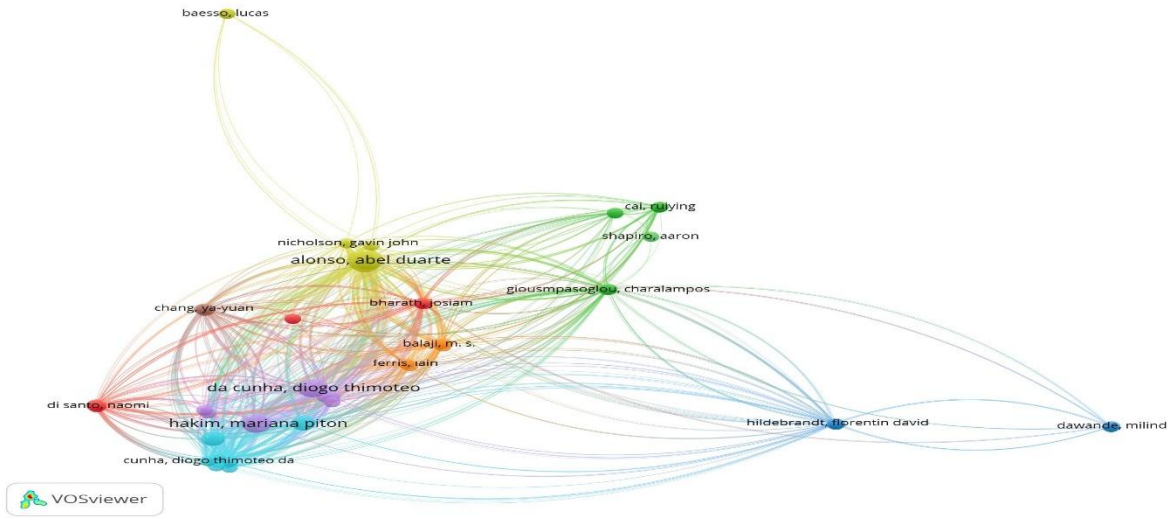
Şekil 4. Yayınların Bibliyografik Eşleşme Analizi

Dergilerin bibliyografik eşleştirme analizi yapılmadan önce yayınlara benzer şekilde minimum dergi kıstasına gidilmemiştir. Bağlantı gücü açısından International Journal of Hospitality Management dergisinin ilk sırada yer aldığını ifade etmek mümkündür. Bunun yanı sıra International Journal of Gastronomic Studies ve Food Research International dergilerinin ilgili sıralamayı takip ettiği Şekil 5'te yer almaktadır.



Şekil 5. Dergilerin Bibliyografik Eşleştirme Analizi

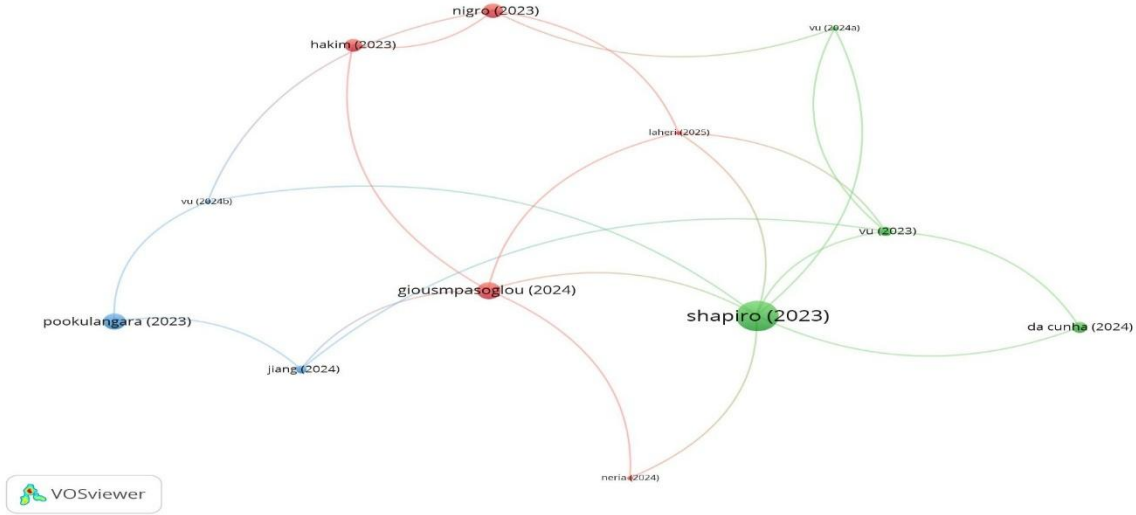
Yazarların bibliyografik eşleştirme analizine ilişkin bulgular ise Şekil 6’da yer almaktadır. Haritada ortalama 9 küme oluşmuştur. Bu kümeler detaylı incelendiğinde, bağlantı gücü bakımından mor kümede yer alan Diogo Thimoteo ilk sırada yer almaktadır. Diğer yazarlar birbirlerine yakın ya da eşit bağlantı gücüne sahiptir.



Şekil 6. Yazarların Bibliyografik Eşleştirme Analizi

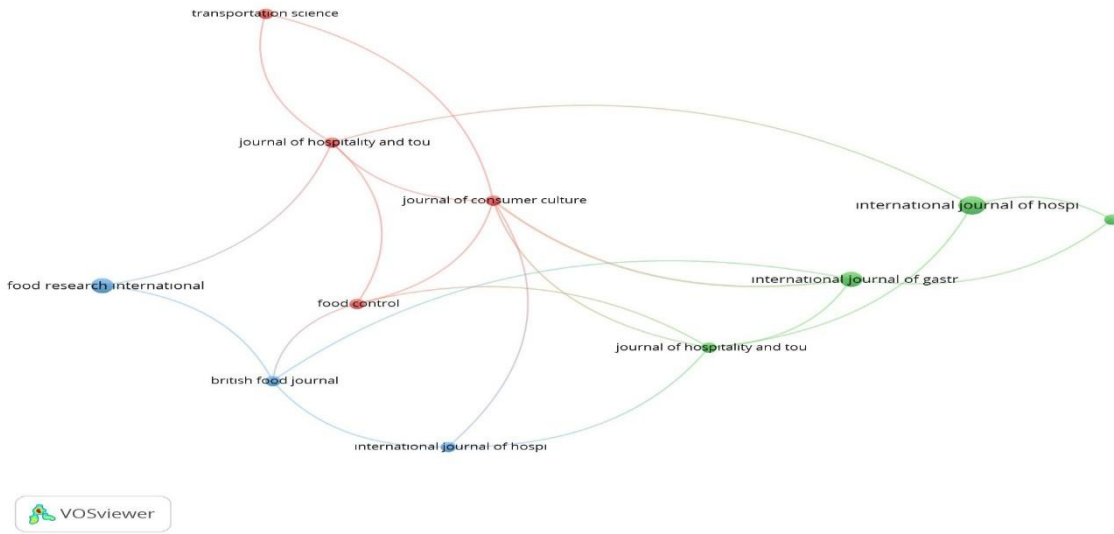
4.2.4. Ortak Atıf Analizi

Ortak atıf analizine ilişkin gerçekleştirilen ilk analiz atıfların ortak analizidir. Bu kapsamda 3 küme oluşmuştur. Söz konusu kümelere ilişkin grafik Şekil 7’de yer almaktadır. Kırmızı küme en fazla yazara sahipken, bu sıralamayı yeşil ve mavi kümeler takip etmektedir.



Şekil 7. Atıfların Ortak Atıf Analizi

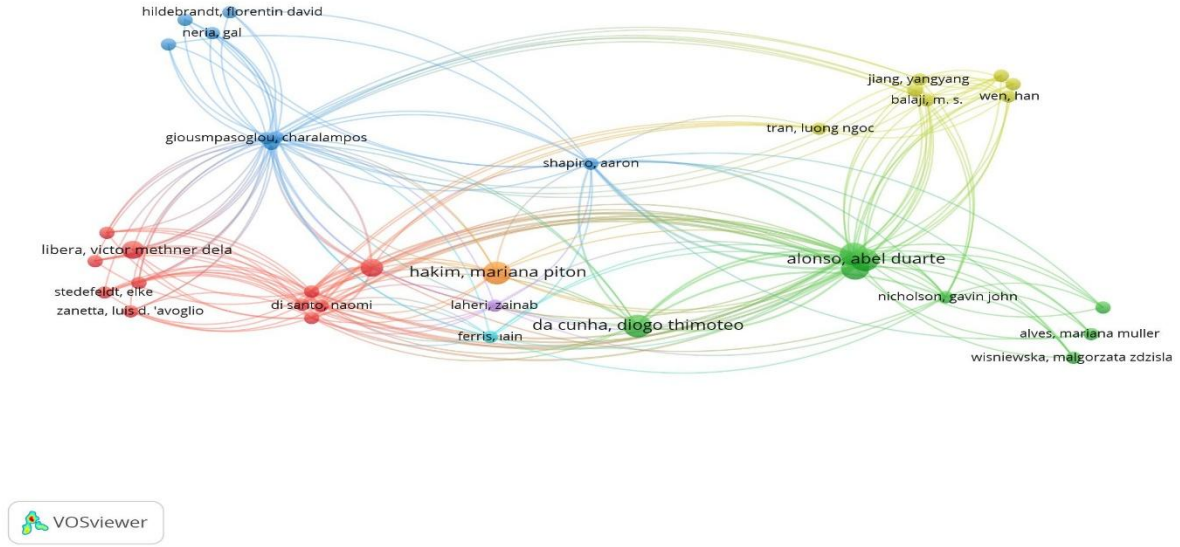
Dergilerin ortak atıf analizine ilişkin Şekil 8’de yer alan grafik incelendiğinde 3 farklı kümeden söz edilebilmektedir. Bu kümeler içerisinde 4’er bağlantı gücüne sahip kırmızı ve yeşil kümeler Şekil 8’de yer alan görselde yer almaktadır.



Şekil 8. Dergilerin Ortak Atıf Analizi

Yazarların ortak atıf analizinin sonuçları incelendiğinde, yedi farklı kümenin oluştuğu ifade edilebilmektedir. Söz konusu kümeler Şekil 9’da yer almaktadır. Bu kümelerde ortalama 18 yazar bulunmaktadır. Bu durum, kümedeki yazarların daha sık atıf alışverişinde bulunduklarını ve araştırma alanındaki bilgi akışını büyük ölçüde yönlendirdiklerini göstermektedir. Ayrıca, yeşil kümenin diğer kümelere kıyasla merkezi konumu, literatürdeki

etkisini ve görünürlüğünü ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla söz konusu kümenin kavram içindeki temel tartışmalarda önemli bir rol oynadığı ifade edilebilmektedir.



Şekil 9. Yazarların Ortak Atıf Analizi

5. Çalışmanın Sonuçları

Bu araştırmada, Ghost Kitchen kavramının bibliyometrik araştırma çerçevesinde genel bir portresinin çizilmesi amaçlanmıştır. Dark kitchen, virtual restaurant gibi adlarla yaygın olarak anılan ghost kitchen, temelde paket servis odaklı ve fiziksel müşteri etkileşiminden uzak işletme modelini yansıtan bir yaklaşımdır. Bu terminolojik çeşitlilik, kavramın farklı disiplinler çerçevesinde sahiplenildiğinin açık bir göstergesidir. Araştırma amacı doğrultusunda Web of Science (WOS) veri tabanında yer alan 22 araştırma makalesi ve 1 bildiri incelemeye alınmıştır. Bu çalışmaların seçim aşamasında öncelik hakemli dergilere verilmiş ve atıf kriterlerinin dikkate alınması, elde edilen bulguların geçerliliğinin ve güvenilirliğini arttıran önemli bir unsurdur. Araştırma sonucunda ilgili kavrama yönelik ilk çalışmanın 2019 yılında yayınlandığı, en çok çalışmanın ise 2024 yılında yayınlandığı bulgulanmıştır. Bu zaman çizelgesi, özellikle 2020 sonrasında çevrimiçi yemek platformlarının yaygınlaşması ve pandeminin tetiklediği tüketim alışkanlığı değişimleriyle birlikte konunun ivme kazandığına işaret etmektedir. Elde edilen söz konusu bulgu sonucunda konunun akademik literatürde oldukça yeni olduğu ifade edilebilmektedir. Bu durum,

araştırma gündeminin henüz olgunlaşma evresinde bulunduğunu, kuramsal çerçeve ve ölçme araçlarının da evrilmekte olduğunu da düşündürmektedir.

Konu ile ilgili en çok yayın yapan dergi ise "International Journal of Hospitality Management"dır. Bu dergi, hayalet mutfakların konaklama sektörünün iş modeli, gelir yönetimi, kapasite planlaması ve marka mimarisi üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bu dergiyi sıralama olarak takip eden dergilerin "Food Research International" ve "International Journal of Gastronomy and Food Science" yine benzer kapsam ve içerikte olduğu söylenebilir. Nitekim bu dergilerin önemi, gıda güvenliği, menü mühendisliği, ürün standardizasyonu, duyu kalite ve tedarik zinciri verimliliği dahil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere operasyonel ve bilimsel boyutların Ghost Kitchen araştırmaları alanında çok önemli olduğunu göstermektedir. Araştırma kapsamında elde edilen bu bulgu neticesinde kavramın, konaklama yönetimi, gıda araştırmaları ve gastronomi alanlarında yoğunlaştığı ifade edilebilmektedir. Ayrıca, işletme, girişimcilik, kentsel ve bölgesel planlama, sürdürülebilirlik ve dijital platform ekonomileri gibi alanlarla kesişim noktaları da belirginleşmiştir, ancak bu alanlardaki yayınların sayısı nispeten sınırlı düzeyde kalmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen bir başka önemli bulgu ise konu ile ilgili en çok çalışmanın Brezilya, İngiltere ve ABD'de gerçekleştirildiğidir. Söz konusu dağılım, iFood (Brezilya), Deliveroo/Just Eat (İngiltere) ve DoorDash/Uber Eats (ABD) gibi platformların pazar bölümlendirmesini dönüştürmesi ya da metropol şehirlerde yer alan mevcut sipariş yoğunluğunun artması ve yatırım araçlarının dinamik yapısıyla açıklanabilmektedir. Bu ülkelerdeki Ghost Kitchen uygulamalarının yaygınlığının akademik ilgiye dönüşmesi, konunun küresel ölçekte önem kazandığını göstermektedir. Ayrıca söz konusu ülkelerdeki kimi politika ve kuralların (hijyen standartları, çalışma koşulları, imar ve ruhsat politikaları vb.) tartışmaya açık olması, konu ile ilgili yapılacak araştırmalara da yön vermektedir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalara ilişkin anahtar kelime analizi sonuçları incelendiğinde 111 anahtar kelimenin kullanıldığı tespit edilmiştir. Anahtar kelimeler; operasyon yönetimi ve kapasite planlaması, tüketici davranışı ve güven, marka/menü sanallaşması ve çoklu-etiket stratejileri, platform ekonomisi ve aracılık ilişkileri, gıda güvenliği ve izlenebilirlik, sürdürülebilirlik ve atık yönetimi, emek piyasaları ve algoritmik yönetim, mekânsal kümelenme ve kentsel lojistik gibi kümelerde yoğunlaşmaktadır. Bu geniş anahtar kelime çeşitliliği, kavramın disiplinler arası önemini ortaya koyan ciddi bir gösterge olarak kabul edilebilir.

Atıf analizine ilişkin bulgularda ise en çok atıf alan yazarın Giousmpasaglou (44 atıf) olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla söz konusu yazarın çalışmaları, ilgili kavram çerçevesinde önemli bir referans noktası olarak kabul edilebilir. Bu referans noktası, ghost

kitchen kavramının konaklama endüstrisi literatüründeki dönüşümlere (teknoloji destekli hizmet tasarımının kavramsallaştırılması, back-of-house/dark production alanlarının yeniden kurgulanması vb.) yönelik önemli kaynakların ortaya çıktığına da işaret etmektedir. Bibliyografik eşleştirme analizinde ise yazarlar, dergiler ve yayınlar arasında farklı kümeler ve bağlantı güçleri belirlenmiştir. Kümeler arasındaki nispeten sınırlı bağlantılar, mevcut literatürün ağ yapısı açısından parçalı bir tablo sunduğunu gösterebilir. Öte yandan, köprü yazarların ve dergilerin artan rolü, bu alanın yakın gelecekte daha bütünleşmiş bir bilgi mimarisine doğru evrimleşebileceğini düşündürmektedir. Bu analiz, Ghost Kitchen alanındaki araştırmacıların ve yayınların birbirleriyle olan ilişkilerini ve etkileşimlerini anlamamıza yardımcı olmaktadır. Özellikle gelecekteki araştırmaların hangi tema ve kaynakların öne çıktığı, hangi dergi ve çalışma grupları arasında iş birliği fırsatlarının olduğu söz konusu ağ haritasıyla daha görünür hale gelmektedir. Ortak atıf analizinde ise atıflar, dergiler ve yazarlar için farklı kümeler ve bağlantı güçleri ortaya konmuştur. Ortak referans noktalarının iki ana alanda yoğunlaştığı gösterilmiştir. Bu durum, uygulama ve pazarlama literatürü arasında metodolojik bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Bu analiz, Ghost Kitchen konusundaki temel referansların ve etkili araştırmacı gruplarının belirlenmesini sağlamaktadır. Söz konusu bulgular, araştırmaların çevirim içi platform datalarının (sipariş yoğunluğu, teslimat süreleri, puanlamalar vb.) kullanımının arttığına işaret etmekte ve gizlilik standartları gibi kimi faktörlerin gelecekteki araştırmaların hızını ve kapsamını belirlemede kritik faktörler olacağını göstermektedir. Araştırma kapsamında elde edilen söz konusu bulgular, Ghost Kitchen konusunun giderek artan bir ilgiye sahip olduğunu ve farklı disiplinlerden araştırmacıların bu alana katkıda bulunduğuna işaret etmektedir. Özellikle 2024 yılında yayınlanan çalışmaların sayısındaki belirgin artış, konunun güncelliğini ve önemini vurgulamaktadır.

6. Çalışmanın Önerileri

Gelecek araştırmalar için, farklı veri tabanlarından elde edilecek daha geniş kapsamlı veri setleri ile daha derinlemesine analizler yapılması önerilmektedir. Scopus, Google Scholar ve yerel indekslerin WoS ile entegrasyonu, endüstri raporları, belediye yönetmelikleri ve platform kılavuzları gibi kriterlerin dahil edilmesi, bu alanın kurumsal ve düzenleyici boyutlarının daha kapsamlı bir şekilde ele alınmasını kolaylaştıracaktır. Bu sayede, Ghost Kitchen konseptinin daha kapsamlı bir çerçevesi çizilebilir ve farklı araştırma alanlarıyla olan ilişkileri daha net bir şekilde ortaya konabilir. Örneğin, tedarik zinciri yönetimi ve kentsel lojistik ile ilgili mevcut literatürün yanı sıra pazarlama/algı yönetimi ile ilgili literatür de

incelenerek teslimat süresi-algılanan kalite-yeniden satın alma niyeti üçgenindeki nedensel ilişkiler test edilebilir. Ayrıca, nitel araştırma yöntemleri kullanılarak sektör profesyonelleri ve tüketicilerle yapılacak çalışmalar, Ghost Kitchen konseptinin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Sektördeki uygulamaların ve tüketici algılarının derinlemesine incelenmesi, akademik araştırmaların pratik uygulamalarla buluşmasına olanak tanıyacaktır.

7. Çalışmanın Kısıtları

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, belirli metodolojik ve kapsam sınırlamaları çerçevesinde ele alınmaktadır. Öncelikle, Web of Science'ın tek veri kaynağı olarak kullanılması, Scopus, Google Scholar ve saha raporları gibi alternatif kaynaklardan elde edilen çalışmaların hariç tutulmasına neden olmuş ve bu da mevcut literatürün kapsamlı bir şekilde ele alınmasını sınırlamıştır. İkinci olarak, araştırmada kullanılan arama kriterleri ve anahtar kelime stratejisi, herhangi bir bibliyometrik analizde olduğu gibi, seçim önyargısı riskini taşımaktadır. “Dark kitchen”, “cloud kitchen” ve “virtual brand” gibi eşanlamlı etiketlerin tüm varyasyonlarını kapsayamama, bazı yayınların hariç tutulmasına neden olmuş olabilir. Üçüncü olarak, atıf analizleri doğası gereği zamana duyarlıdır; nispeten yeni çalışmaların atıf alma fırsatları sınırlı olabilir, bu da etkilerinin gerçekte olduğundan daha düşük görünmesine neden olabilir. Dördüncü olarak, örneklem büyüklüğünün 22 makale ve 1 konferans bildirisi ile sınırlandırılması, özellikle ağ metriklerinin ve kümeleme sonuçlarının genelleştirilmesi üzerinde kısıtlayıcı bir etkiye sahiptir. Beşinci olarak, Web of Science veri tabanı politikası gereği ilgili yayınların İngilizce olması, diğer dillerdeki yayınların görünürlüğü engellemektedir. Bu durum konu ile ilgili yapılan yerel çalışmaların erişilebilirliğini sınırlamaktadır. Altıncı olarak, bibliyografik eşleştirme ve ortak atıf analizinde kullanılan eşik değerlerinin sonuçlar üzerindeki potansiyel etkisini göz önünde bulundurmak önem taşımaktadır. Minimum atıf sayısı ve anahtar kelime eşzamanlılık sıklığı gibi eşik değerleri, gözlemlenen sonuçları etkileyebilir. Farklı eşik ve parametre yapılandırmaları altında ağ yapısındaki değişiklikler gözle görülür değişikliklere yol açabilir. Son olarak, bu çalışmanın kapsamlı bir kalite değerlendirmesi yapmamış olmasıdır. Örneğin, metodolojik ölçekler kullanılmamıştır. Bu nedenle, yüksek atıf yoğunluğuna sahip çalışmaların metodolojik sağlamlığının ayrı bir tasarımla ayrı olarak incelenmesi önerilir. Sonuç olarak , değinilen kısıtlar çalışmanın yorumlanmasını temkinli duruma getirir de çalışmanın ilgili literatüre ilişkin güncel durumu bütüncül bir çerçevede sunduğu ve gelecek araştırmalar için somut bir yol haritası sağladığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ball, R. 2017. *An Introduction to Bibliometrics: New Development and Trends*. Chandos Publishing.
- Baltacı, F., & Yıldız, A. 2023. Restoran işletmecilerinin hayalet mutfak girişimine yönelik bakış açılarının belirlenmesi: Gaziantep ilinde nitel bir uygulama. *Gaziantep University Journal of Social Sciences* 22(1): 350–371. <https://doi.org/10.21547/jss.1190251>.
- Cai, R., Leung, X. Y., & Chi, C. G. Q. 2022. Ghost kitchens on the rise: Effects of knowledge and perceived benefit–risk on customers’ behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management* 101: 103110. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103110>.
- Cheng, X., Xue, T., Yang, B., & Ma, B. 2023. A digital transformation approach in hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 35(8): 2944–2967. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2022-0679>.
- Ellegaard, O., & Wallin, J. A. 2015. The bibliometric analysis of scholarly production: How great is the impact? *Scientometrics* 105: 1809–1831. <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1645-z>.
- Francis, A. A. 2024. ‘Online Cloud Kitchen’: A Virtual Kitchen. *Gurukul International Multidisciplinary Research Journal* 8(11).
- Garfield, E. 1979. *Its Theory and Application in Science, Technology, and Humanities*. John Wiley & Sons.
- Giousmpasoglou, C., Ladkin, A., & Marinakou, E. 2024. Worker exploitation in the gig economy: The case of dark kitchens. *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 7(1): 414–435. <https://doi.org/10.1108/JHTI-10-2022-0477>.
- Hakim, M. P., Libera, V. M. D., Zanetta, L. D. A., Nascimento, L. G. P., & da Cunha, D. T. 2022. What is a dark kitchen? A study of consumers’ perceptions of deliver-only restaurants using food delivery apps in Brazil. *Food Research International* 161: 111768. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111768>.
- Jiang, Y., Balaji, M. S., & Lyu, C. 2024. Cultivating initial trust in ghost kitchens: A mixed-methods investigation of antecedents and consequences. *International Journal of Hospitality Management* 119: 103727. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103727>.
- Jones, S., Cain, L., & Deel, G. L. 2024. Virtual restaurants and ghost kitchens: A new opportunity. *Journal of Hospitality & Tourism Cases* 12(3): 108–112. <https://doi.org/10.1177/21649987241241948>.
- Khan, M. A. 2020. Technological disruptions in restaurant services: Impact of innovations and delivery services. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 44(5): 715–732. <https://doi.org/10.1177/1096348020908636>.
- Kim Vu, O. T., Duarte Alonso, A., & Tran, T. D. 2024. Harnessing the dark kitchen consumer potential through sensing, seizing, and reconfiguring. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*: 1–22. <https://doi.org/10.1080/15256480.2024.2425742>.
- Leung, X. Y., Cai, R., Zhang, H., & Bai, B. 2024. When causal attribution meets cuisine type: How consumer power and moral identity moderate virtual kitchen patronage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 36(4): 1279–1298. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2022-1554>.
- Lu, L., Cai, R., & King, C. 2020. Building trust through a personal touch: Consumer response to service failure and recovery of home-sharing. *Journal of Business Research* 117: 99–111. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.049>.
- Moyeenudin, H. M., Anandan, R., & Bindu, G. 2020. A research on cloud kitchen prerequisites and branding strategies. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering* 9(3): 983–987. <https://doi.org/10.35940/ijitee.C8188.019320>.
- Neria, G., Hildebrandt, F. D., Tzur, M., & Ulmer, M. W. 2024. The restaurant meal delivery problem with ghost kitchens. *Transportation Science*. <https://doi.org/10.1287/trsc.2024.0510>.
- Nield, L., Martin, H., Wall, C., Pearce, J., Rundle, R., Bowles, S., ... & Beaumont, J. D. 2024. Consumer knowledge of and engagement with traditional takeaway and dark kitchen food outlets. *NIHR Open Research* 4(64): 64. <https://doi.org/10.3310/nihropenres.13735.2>.
- Paul, N. I. J., Sajjani, M., & Sharma, K. 2024. Effectiveness of digital marketing on Instagram: A study on EatSure multi-brand cloud kitchen. *Proceedings of the International Conference on Innovation and Regenerative Trends in Tourism and Hospitality Industry (IRTTHI 2024)*, 268–279. Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-437-2_18.
- Rout, A., Dawande, M., & Janakiraman, G. 2021. Cloud-Kitchens in High-Density Cities: Economies of Scale Through Co-Location. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3914446>.
- Shapiro, A. 2023. Platform urbanism in a pandemic: Dark stores, ghost kitchens, and the logistical-urban frontier. *Journal of Consumer Culture* 23(1): 168–187. <https://doi.org/10.1177/14695405211069983>.
- Sharma, A. J., & Dey, D. 2021. One stop kitchen: Managing a multi-brand cloud kitchen. *Emerald Emerging Markets Case Studies* 11(4): 1–17. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-03-2021-0070>.

- Bebitoğlu, M. E., Demiray, G., Yozgat, U, Ceyhan, S. / Journal of Yasar University, 2026, Special Issue on 24th International Business Congress, 351-367
- Song, X., Gu, H., Li, Y., & Ye, W. 2023. A systematic review of trust in sharing accommodation: Progress and prospects from the multistakeholder perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 35(4): 1156–1190. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2021-1555>.
- Wismayani, S. D., & Yuliani, N. M. 2023. Rumpis Kitchen Restaurant marketing communication strategy to maintain the business during the Covid-19 pandemic abstract. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Budaya* 18(2): 173–186. <https://doi.org/10.25078/wd.v18i2.3083>.
- Wulandari, K., Mukti, M., & K. 2023. Operation efficiency in the F&B enterprise through digitalization and cloud kitchen integration: A systematic literature review. *4th Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. <https://doi.org/10.46254/AP04.20230296>.
- Yu, D., Xu, Z., & Wang, W. 2018. Bibliometric analysis of fuzzy theory research in China: A 30-year perspective. *Knowledge-Based Systems* 141: 188–199. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2017.11.018>.
- Zupic, I., & Čater, T. 2015. Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods* 18(3): 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>.