

Restoran Tüketicilerinin Dijital Menü Deneyimine Yönelik Görüşleri** (Restaurant Consumers' Opinions on The Digital Menu Experience)

* Merve ÖZGÜR GÖDE ^a 

^a Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Eskişehir/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 14.08.2023

Kabul Tarihi: 23.09.2023

Anahtar Kelimeler

Akıllı uygulamalar

Dijital menü

Akıllı restoran

uygulamaları

Yiyecek içecek işletmeleri

Öz

Son zamanlarda pek çok sektörde olduğu gibi yiyecek içecek işletmeleri de tüketici deneyimini zenginleştirmek için teknoloji temelli akıllı uygulamaları kullanmaya başlamışlardır. Tüketiciler farklı deneyimler yaşamak, yeni şeyler keşfetmek ve hızlı servis gibi etkenler sebebiyle yiyecek içecek işletmelerinde yeni teknolojik uygulamaların talep etmektedirler. Bu çalışmada restoran tüketicilerinin deneyimlerinden yola çıkılarak dijital menü uygulamalarının avantajları ve dezavantajlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bu araştırmanın nitel araştırma deseni olgu bilim (fenomenoloji) desenidir. Çalışmada örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır ve dijital menü kullanma deneyimine sahip 12 tüketici ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda restoranlarda dijital menü uygulamalarının tüketiciler tarafından talep edildiği görülmüştür. Dijital menünün avantajları; görsel çekicilik sunması, hızlı sipariş imkânı sunması, modern olması, hijyenik olması ve karar vermede kolaylık sağlamasıdır. Dijital menünün dezavantajları ise menü yükleme sorunu, ileri yaşlarda kullanım zorluğu, karekod okutmada yaşanan zorluklar ve garsonla iletişim halinde olunamamasıdır. Bu çalışmayla dijital menü konusundaki literatüre katkı sağlamanın yanı sıra yiyecek içecek işletmelerine rekabet avantajı sağlayacak öneriler sunulmuştur.

Keywords

Smart applications

Digital menu

Smart restaurant applications

Food and beverage businesses

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

Abstract

Recently, as technology has gained importance in every field, food and beverage businesses have started to use technology-based smart applications to enrich the consumer experience. Consumers demand new technological applications in food and beverage businesses due to factors such as having different experiences, discovering new things and fast service. This study aims to reveal the advantages and disadvantages of digital menu applications based on the experiences of restaurant consumers. Qualitative research methods were used in the study. The qualitative research design of this study is the phenomenology design. In the study, easily accessible situation sampling, one of the purposeful sampling methods, was used in sample selection, and face-to-face interviews were conducted with 12 consumers who had experience in using digital menus. The data obtained was analyzed descriptively. As a result of the study, it was seen that digital menu applications in restaurants are demanded by consumers. Advantages of digital menu; It offers visual appeal, offers fast ordering, is modern, hygienic and provides ease of decision-making. The disadvantages of the digital menu are the problem of loading the menu, difficulty of use in older ages, difficulties in scanning the QR code and the inability to communicate with the waiter. In addition to contributing to the literature on digital menus, this study also offers suggestions that will provide a competitive advantage to food and beverage businesses.

* Sorumlu Yazar

E-posta: merveozgurcode@anadolu.edu.tr (M. Ö. Göde)

DOI: 10.21325/jotags.2023.1286

** Bu çalışma Anadolu Üniversitesi tarafından desteklenen 2207E064 no'lu bilimsel araştırma projesinden üretilmiştir.

GİRİŞ

Günümüzde işletmeler rekabet koşullarına ayak uydurmak için yenilikçi fikirler geliştirmek zorundadırlar. Teknoloji işletmelere rekabet avantajı sağlamada ve yenilikçi fikirler oluşturma noktasında yardımcı olmaktadır (Topsakal, Yüzbaşıoğlu, Çelik & Bahar, 2018). Teknoloji günlük yaşamda kullanımı çok yaygınlaşmış ve işletmeler de teknolojiyi önemli düzeyde kullanır hale gelmiştir (Bekar & Kılıç, 2017, s. 271). Güncel durumda robotlar, 3D yazıcılar, nesnelerin interneti, yapay zekâ, artırılmış gerçeklik ve bulut sistemi gibi birçok yeni nesil uygulamalar sıklıkla kullanılır hale gelmiştir (Keşkekçi & Gençer, 2023).

Müşteriler farklı deneyimler yaşamak, yeni şeyler keşfetmek, sağlıklı beslenmek, hızlı servis gibi etkenler sebebiyle yiyecek içecek işletmelerinde yeni teknolojik uygulamaların olmasını beklemektedirler. Bunun yanında yiyecek içecek işletmeleri müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek ve rekabet avantajı elde etmek için teknolojiyi kullanmaktadır (Wong, Huan, Lin & Jiao, 2022). Mobil uygulamalar, robotlar, 3D yazıcılar, kiosklar, dijital masa ve dijital menüler yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan akıllı uygulamalardır (Ayyıldız & Eroğlu, 2021).

Müşterilerin restoranlarda sunulan hizmetlere karşı giderek daha duyarlı hale gelmesiyle birlikte, restoranlarda sunulan hizmeti daha verimli, kolaylaştırıcı ve kullanıcı dostu bir yapıya dönüştürmeyi amaçlayan akıllı restoran uygulamaları müşterilerin tercihlerinin değişmesinde belirleyici bir rol oynamıştır (Ghosh, Bhoir, Patel, Mehta & Mhatre, 2015). Son zamanlarda teknolojinin daha da önem kazanmasıyla birlikte yiyecek içecek işletme yöneticileri, müşterilerinin yemek deneyimini zenginleştirmek için kablosuz internet ve tablet menüler gibi bilgi iletişim teknolojilerini kullanmaya başlamışlardır (Gayke, Kaur, Gorhe & Kore, 2017, s. 38).

Menüdeki ürünlerin fiyat değişimi, menü materyalinin deforme olması ve görsel özelliklerini kaybetmesi, yeni ürün eklenip çıkarılmaması gibi sebeplerin çoğalmasıyla basılı menüler restoranlardaki yerini kaybetmeye başlamıştır. Teknolojinin gelişmesi ve sağladığı kolaylıklar sebebiyle basılı menülerin yerini dijital menüler almıştır (Türk & Yılmaz, 2023). Kovid-19 salgını da dijital menülerin yaygınlaşmasında teşvik edici bir etken olmuştur.

İlgili literatüre bakıldığında dijital menü ile ilgili yapılan çalışmaların genellikle davranışsal niyet (Borovska & Yılmaz, 2021; Yusni, 2022), tüketici karar verme süreci (Peter & Mennecke, 2011), yenilik (Chen vd., 2021; Lin vd., 2023), tüketici algısı (Türk & Yılmaz, 2023; Oktavia vd., 2023), konsept oluşturma (İlbay, 2022), dijital menü tasarımı (Wang, 2012), tüketici davranışı (Migliavada vd., 2023; Chen vd., 2021) kapsamında olduğu görülmektedir. Bu çalışmada restoranlarda dijital menü uygulamalarına yönelik tüketici deneyimlerini araştırarak avantajlarını ve dezavantajlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmanın teorik katkısı tüketici deneyimlerinden yola çıkarak dijital menüye yönelik literatürü genişletmesidir. Çalışmanın pratik katkısı ise işletmelere dijital menüyü etkili bir şekilde kullanımına ilişkin ip uçlarının sunulmuş olmasıdır.

Kavramsal Çerçeve

Restoranlarda Dijitalleşme ve Akıllı Restoran Uygulamaları

Endüstri 4.0 ile başlayan, Turizm 4.0 ve Gastronomi 4.0 ile devam eden teknolojik gelişmeler veya dijital dönüşüm, geleceği tasarlarken üzerinde durulması gereken en önemli konulardan biri olmaya devam etmektedir. Başta sanayi, fabrika ve otomasyonu etkileyen teknolojik gelişmeler olmak zamanla diğer sektörlerle de yayılmaya başlamıştır. Bu sektörlerden biri de yiyecek içecek sektörüdür (Yıldız & Davutoğlu, 2020). Temelde insanların

fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek üzere kullandığı yiyecek içecek işletmeleri zamanla sosyalleşme ve verimli vakit geçirme alanlarına dönüşmüştür. Bu değişim ve dönüşüm ile insanların yiyecek içecek işletmelerini tercih etme durumları da artmıştır. Bu bakımdan müşterilerinin ihtiyaçlarını anlamak, hızlı bir şekilde cevap vermek ve rekabet avantajı sağlayabilmek için yiyecek içecek işletmeleri lezzetli yemekler pişirmeleri ve iyi hizmet sunmalarının yanı sıra iyi teknoloji kullanımına sahip olmalıdırlar (Keeler, 2019).

Akıllı Restoran, sipariş verme, yemek hazırlama, servis ve ödeme seçeneklerinden çeşitli eğlence etkinliklerine ve geri bildirim seçeneklerine kadar tüm restoran süreçlerinde teknolojiyi kısmen veya tamamen kullanan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Ghosh vd., 2015; Bolden, 2017). Dijital teknolojiye dayalı akıllı uygulamalar ile müşterilerin restoranla nasıl etkileşime girdiği ve restoranın müşteri etkileşiminin her aşamasında müşterilere nasıl rehberlik ettiği ve onlara nasıl tepki verdiği görülmektedir. Akıllı restoranlarda geleneksel restoran sistemindeki işleyişin yerini mobil uygulamalar, robotlar, nesnelerin interneti, self servis kiosklar, akıllı telefonlar, tabletler, dijital masalar, dijital menüler ve interaktif dokunmatik ekranlar gibi uygulamalar almaktadır (Rahman, 2017; Rastegar, 2018; Borovska & Yılmaz, 2021; Süzer, Uçuk, Doğdubay & Dinç, 2021).

İnsanların her an yanında taşıyabileceği ve kullanabileceği mobil cihazlar için tasarlanmış yazılım programlarına "mobil uygulamalar" denir (Bilgili, 2014: s.10). Günümüzde internetin aktif kullanımı ile mobil uygulamalar; eğlence, alışveriş ve bilgi edinme gibi birçok imkân sunmaktadır (Karakuş, 2020). Mobil uygulamalar, menüler, siparişler, ödeme seçenekleri ve sadakat programları başta olmak üzere, restoranlarda sunulan hizmet öncesi ve sonrası hizmetleri de içeren geniş bir işlem yelpazesi sunmaktadır (Borovska & Yılmaz, 2021).

Restoran sektöründe akıllı uygulamalara yönelik temel gelişmelerden bir diğeri de robot kullanımıdır. Akıllı düzeyde ve farklı fonksiyonlar için kullanılan robotların restoranlarda çeşitli şekillerde yer aldığı görülmektedir (Süzer, vd. 2021). Günümüzde robotların gıda endüstrisinde kullanımı popülerlik kazanmaktadır. Robotlar sadece garson olarak değil aynı zamanda yemek pişirmek ve servis yapmak için de kullanılabilir (Kuo, Chen & Tseng, 2017; Murphy, Hofacker & Gretzel, 2017; Ivanov, Webster & Garenko, 2018; Ivanov, Gretzel, Berezina, Sigala & Webster, 2019; Hong Zhu & Ping Chang, 2020). Son dönemlerde mutfaklarda da robotik teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır. Karıştırma ve parçalama gibi bazı işlevleri robotik kollarla gerçekleştiren robotlar mevcuttur ve bu robotların yakın gelecekte akıllı sistemlerle donatılması beklenmektedir (Süzer, vd. 2021).

Nesnelerin interneti, nesneler arasında veya nesneler ve insanlar arasında iletişim için araçlar sağlar (Haller, 2010). Nesnelerin İnterneti sayesinde, internet tabanlı sistemler dışarıdan fiziksel müdahaleye ihtiyaç duymadan gerekli işlevleri yerine getirir. Nesnelerin İnterneti ve büyük veri teknolojileri yaygın olmasa da son yıllarda restoranlarda kullanılmaya başlanmıştır (Rahman, 2017). Nesnelerin İnterneti teknolojisine dayalı uygulamalarla müşterilere ücretsiz otopark, ücretsiz masa rezervasyonu, yemek siparişi ve cep telefonlarından kolay fatura ödemesi sunulduğu gözlemlenmiştir.

Nesnelerin İnterneti kullanımı yiyecek içecek işletmelerinde özellikle mutfakta da yaygındır. Örneğin nesnelerin interneti teknolojisi sayesinde restoran mutfaklarında yer alan pişirme tavasının altında sıcaklık sensörü bulunabilir ve bu sensör kendisi ile bağlantılı olan akıllı telefon yardımıyla bluetooth üzerinden harekete geçirilir (Mogali, 2015).

Restoranlarda da özellikle sipariş verme sürecini daha verimli hale getirmek için kiosklardan yararlanılmaktadır (Rastegar, 2018). Kiosklar, müşterilerin hızlı bir şekilde sipariş vermelerini sağlayan bir restoranda belirli konumlarda bulunan dijital ekranlardır. Restoranlarda yaygınlaşan self servis sipariş noktaları, üst düzey teknolojiyi deneyerek, kullanımı kolay bir arayüz ile müşteri beklentilerini karşılama fırsatı sunmaktadır (Toasttab, 2021).

Yiyecek içecek işletmelerinde interaktif ve garsonsuz sipariş verilebilen restoran masaları da kullanılmaya başlanmıştır (Deshmukh & Vyawahare, 2017). Bu sistem sayesinde müşteriler yemeklerini beklerken; mutfakta yemeklerinin nasıl yapıldığını görebilmekte, isterlerse oyun oynayabilmekte ve hatta yemek bitiminde hesaplarını mobil ödeme ile entegre edip ödeme yapabilmektedir.

Restoranlarda Dijital Menüler

Dijital dönüşüm, geleneksel restoran menülerini de etkilemiş ve geleneksel menüler yerini dijital menülere bırakmaya başlamıştır (Peter & Mennecke, 2011; Wang, 2012; Borovska & Yılmaz, 2021; Chen vd., 2021; İlbaý, 2022; Lin vd., 2023; Türk & Yılmaz, 2023; Oktavia vd., 2023; Migliavada vd., 2023). Dijital menüler, yemek işletmelerinde müşterilere yiyecek ve içecek bilgilerini elektronik ekranlar aracılığıyla sunmaktadır. Bu ekranlar işletmenin tercihine göre tablet veya TV boyutunda olabilmektedir. Ayrıca dijital menülerin sistemleri donanım ve bu donanımla beraber çalışan bir yazılımı içermektedir (Hazarhun & Yılmaz, 2020).

Dijital menü, bir donanım ve yazılımdan oluşan, yiyecek ve içeceklerle ilgili bilgi veren menülerinin elektronik bir ekran aracılığı ile müşteriye sunulmasını ifade etmektedir (Atar, 2020). Dijital menüler, sunumu hızlandırdığı ve menü öğeleri hakkında ayrıntılı bilgiler içerdiği için müşteri memnuniyetini de arttırmaktadır. Ekincek, Yayla ve Göde (2021) menü sertifikasyonuna yönelik yaptıkları çalışmalarında sertifikasyon sürecinde teknolojinin gelişmesi ile işletmelerin dijitalleşmenin etkilerini menülerine yansıtmaları gerektiğini vurgulamışlardır. Ercan ve Yılmaz (2022) QR menü uygulamalarının tüketici açısından kullanımı kolay, özel hissettiren ve ilgi çekici bir deneyim olarak ifade etmişlerdir. Yim vd. (2020) benzer olarak çalışmalarında dijital menülerin sipariş sürecini hızlandırdığını ve tüketicilere keyif verdiğini ortaya koymuşlardır. Tüketicilere işletmelerden beledikleri yenilikçi uygulamaları sorguladıkları çalışmasında Cankül (2019) QR kod uygulaması ve E tablet menü gibi dijital menü uygulamalarının daha çok istendiği sonucuna ulaşmıştır. İlgili literatür incelendiğinde (Avşar & Tandoğan, 2022; Hazarhun & Yılmaz, 2020) dijital menülere yönelik bazı dezavantajlarında bulunduğu görülmektedir. Avşar ve Tandoğan yaptıkları çalışmanın sonucunda müşteri alışkanlıklarından dolayı karekod uygulaması istememesi, ileri yaş grubunun teknolojiye uyum sağlamaması, telefonların karekod okumada yetersiz kalması gibi dezavantajları tespit etmişlerdir.

Dijital menülerin tasarımları da müşteri algılarını etkilemektedir (Türk & Yılmaz, 2023). Kullanımı kolay, tüketici yormayan dijital menüler müşterinin rahat hissetmesini sağlayarak memnuniyeti arttırmaktadır. Narimawati ve Pangestu (2020) dijital menü tasarımında müşterilerin sipariş işlemini kolaylaştırmasının yanı sıra sipariş işleminin hızlı bir şekilde yapılabilmesini sağlayacak bir uygulama kullanılmasını ifade etmişlerdir.

Geleneksel menülerle karşılaştırıldığında dijital menüler, müşterilerin yiyecek ve içecekleri daha eksiksiz ve doğru bir şekilde sipariş etmelerine ve değiştirmelerine olanak sağladığından, servis iş yükünü azalttığından ve müşterileri daha fazla harcamaya teşvik ettiği için, yemek hizmeti işletmeleri için önemli avantajlara sahiptir. Tablet menülerin çalışma prensibi işletmelerin sistemine göre farklılık göstermektedir. Bazı işletmeler siparişi

tablettten direkt mutfağa göndermeyi tercih ederken, bazı işletmeler ise tableti sadece yiyecek ve içecek menüsüne göz atmak için kullanmakta ve siparişin servis personeliyle alınmasını tercih etmektedir. Ayrıca, bazı yiyecek içecek işletmeleri tablet menülerini yalnızca içecek veya şarap menüleri için kullanmaktadır (Bekar & Kılıç, 2017, s. 279).

Yiyecek içecek işletmeleri tablet menüler aracılığıyla üretim süreçlerini müşterilerine iletebilmekte ve menü öğelerinin gerçek zamanlı görüntülerini ekleyebilmektedir (Ercan & Yılmaz, 2020; Narimawati & Pangestu, 2020). Tablet menüler, restoran iş yoğunluğunu, siparişler ve faturalar için bekleme sürelerini indirmeye ve siparişler doğrudan şeflere gönderilebildiği için olası hataları azaltmaya yardımcı olmaktadır. Menüler veya tabletler üzerinden, genellikle bir bekleme görevlisine ihtiyaç duymadan sipariş verebilmekte ve elektronik menülerin kullanımı, müşterilerin siparişlerini beklerken sadece yemek siparişi vermelerine değil, aynı zamanda müzik dinlemelerine ve oyun oynamalarına da olanak sağlamaktadır. Ayrıca müzik ve oyunların yanında, çocuklar için çizim, burçlar, videolar, faydalı ipuçları gibi olanakları sayesinde müşterileri beklerken eğlendirmeye yönlendirmekte ve aynı zamanda ek siparişlerin verilmesine de yardımcı olmaktadır (Pyanikova vd., 2020).

Yöntem

Restoranlarda dijital menü uygulamalarına yönelik müşterileri deneyimlerini araştırarak avantajlarını ve dezavantajlarını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Nitel araştırma, incelediği probleme ilişkin sorgulayıcı, yorumlayıcı ve problemin doğal ortamındaki biçimini anlama uğraşı içinde olan bir yöntemdir (Guba & Lincoln, 1994; Klenke, 2016). Bu araştırmanın nitel araştırma deseni olgu bilim (fenomonoloji) desenidir. Olgu bilim ile bireylerin bir kavram ya da olgu hakkında yaşadıkları deneyimlerini, beklentilerini ve algılarını derinlemesine inceleyerek açıklamaktadır (Creswell, 2007). Olgu bilim çalışmalarında başlıca görüşmeler veri toplama aracı kullanılmaktadır. Bireylerle yapılan görüşmelerin amacı, olgulara ilişkin yaşantıları ve anlamları ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışma, akıllı restoran uygulamalarından dijital menüyü daha önceden deneyimlemiş tüketicilerin yorumlarına dayandığı için, olgu bilim araştırması olma özelliği taşımaktadır.

Çalışmada örneklem seçiminde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmaktadır. Amaçlı örnekleme, sınırlı kaynakların en etkin kullanımı için bilgi bakımından zengin vakaların belirlenmesi ve seçilmesi için nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bir tekniktir (Yağar ve Dökme, 2018). Bu örnekleme yöntemi, ilgilenilen konu hakkında bilgili ve deneyimli bireylerin ya da grupların tanımlanması ve seçilmesini içerir. Kolay ulaşılabilir durum örnekleme araştırmacıya en yakın ve erişilmesi en kolay örnekleme ulaşılmaktadır. Çalışmada akıllı restoran uygulamalarından dijital menüyü daha önceden deneyimlemiş 12 tüketici ile 30.07.2023-10.08.2023 tarihleri arasında yüz yüze görüşme yapılmıştır. Katılımcılara ilişkin bilgiler tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Yönelik Bilgiler

Katılımcı	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu
K1	Kadın	22	Lise
K2	Erkek	23	Lise
K3	Erkek	21	Lise
K4	Erkek	26	Lise
K5	Erkek	32	Lisans

Tablo 1. Katılımcılara Yönelik Bilgiler (devamı)

K6	Erkek	26	Lisansüstü
K7	Erkek	24	Lisans
K8	Kadın	37	Lisansüstü
K9	Kadın	45	Ön lisans
K10	Kadın	30	Lisans
K11	Kadın	28	Ön lisans
K12	Kadın	23	Lisans

Tablo 1'e bakıldığında katılımcılardan altı tanesi erkek altı tanesi kadındır. İki katılımcının eğitim durumu lisansüstü, dört katılımcı lisans, iki katılımcı ön lisans mezunu ve diğer dört katılımcı ise lise mezunudur. Katılımcıların yaş ortalaması 28'dir. Katılımcıların hepsi dijital menüyü en az bir kere deneyimlemişlerdir.

Katılımcı sayısı görüşmelerde elde edilen verilerin doyum noktasına ulaşılması ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan soru formu, literatür taramasından (Wang, 2012; Peter & Mennecke, 2011; Yim vd., 2020; Borovska & Yılmaz, 2021; Chen vd., 2021; İlbay, 2022; Yılmaz, 2022) faydalanılarak geliştirilmiştir. Katılımcılara görüşme öncesinde araştırma hakkında bilgi verilerek gönüllü katılım formu imzalatılmıştır. Görüşmeler ortalama 30 dakika sürmüştür, ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir.

Tüketicilerin restoranlardaki dijital menü deneyimine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla sorulan sorular şunlardır:

1. Restoranlarda uygulanan teknolojik uygulamalar nelerdir?
2. Dijital menü kullanma deneyiminizi anlatır mısınız?
3. Dijital menü kullanımı size ne gibi kolaylıklar sağladı?
4. Dijital menü kullanırken ne gibi zorluklar yaşadınız?
5. Restoranlarda özellikle dijital menü olmasını tercih eder misiniz?

Veriler öncelikle deşifre edilmiştir. Daha sonra çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analizde, görüşülen veya gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilmektedir. Böylece, elde edilmiş bulgular düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyucuya sunulabilmektedir. Bu sayede elde edilen bilgiler okuyucuya açık ve yorumlanabilir bir şekilde sunulabilmektedir. Betimsel analizde veriler, dört aşamada analiz edilir (Yıldırım & Şimşek, 2013):

1. Betimsel analiz için çerçeve oluşturma,
2. Tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi,
3. Bulguların yorumlanması.

Soru formundan elde edilen bilgiler üzerinde incelemeler yapılmış ve analizde verileri kullanılan tüketicilere birer kod numarası verilerek (K1, K2, K3...) açıklamalar yapılmıştır. Nitel araştırmalarda araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla kullanılan stratejilerden biri de uzman incelemesidir (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 302). Bu çalışmada araştırmanın güvenilirliğinin sağlanması için uzman incelemesi yapılmıştır. Tüketicilerden elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan tema ve kodlar araştırmacı ve bir alan uzmanı ile değerlendirilmiştir.

Bulgular

Çalışma sonucunda elde edilen verilerin analiz edilmesiyle beş ana temaya ulaşılmıştır. Bunlar:

1. Teknolojik Uygulamalar
2. Dijital Menü Deneyimi
3. Dijital Menü Kullanımının Sağladığı Avantajlar
4. Dijital Menü Kullanımının Sağladığı Dezavantajlar
5. Dijital Menü Tercihi olarak belirlenmiştir.

Teknolojik Uygulamalara Yönelik Bulgular

Restoranlarda gerçekleşen teknolojik uygulamalar temasına yönelik olarak katılımcılar birçok teknolojik uygulamadan söz etmişlerdir. Bu uygulamalar; akıllı menüler, billboardlar, pos cihazları, konveksiyonel-akıllı fırınlar, basınçlı fritözler, QR kod uygulamaları, robot garsonlar, robot aşçılar, dijital tablet menüler, dijital masalar, 3D yazıcılar ve kiosk cihazları şeklindedir. Bu alt temalara yönelik olarak katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Restoranlarda akıllı menüler, Fast food restoranlarındaki menülerin gösterildiği billboardlar, pos cihazları, konveksiyonel - akıllı fırınlar, basınçlı fritözler, QR okutma menüler vardır.” K1

“... robot garsonlar var. Bunun haricinde dijital tabletler ya da masalar var, oralardan da servis alınabiliyor. Robotlar mutfakta da kullanabiliyor, hamburger yapabiliyorlar. 3D yazıcılar da örnek olarak gösterilebilir.” K2

“Dijital menüler, 3D yazıcılar, kiosk cihazları, robot uygulamaları örnek gösterilebilir.” demiştir. K3

“... tablet menüler var. Keza QR kod menüler mevcut. Bunun haricinde kasalarda ve barlarda kullanılan adisyon yazılımları mevcut.” K3

“QR kodu okutup menüye erişmek, tablet menüler sayılabilir. Çok daha eskiden masanın üzerinde tuşa basarak garson çağırabiliyorduk.” K5

“QR menü uygulaması çok yaygın oldu. ...web sitesinde basit düzenlemeler yapmak, böylelikle maliyeti çok azaltıyor. Onun dışında bazı restoranlarda garson çağırmak için buton var. En son bir kahveci dükkanına gittiğimde görmüştüm, kasada iki ekran var biri kasiyere bakan diğeri de müşteriye bakan. Müşteri menü fiyatları vb. şeyleri önündeki ekranda nasıl ödemesi gerektiğini detaylı şekilde görebiliyor.” K6

“Aklıma gelen QR kod ve tablet menü var. Başka teknolojik olarak pos cihazları sayılırsa olabilir.” K7

“Benim aklıma genellikle robot garsonlar, tablet menüler, akıllı mutfak araç ve gereçler ve 3D yazıcılar geliyor” K8

“Karekod, air fryerlar, mutfakta kullandığım aletler artık hep akıllı.” K9

“Aklıma karekod ve pos cihazı geliyor” K10

“Kare kod okutarak menüye bakmak” K11

“Tablet menüler aklıma geliyor” K12

Dijital Menü Deneyimine Yönelik Bulgular

Katılımcıların dijital menü kullanımına yönelik olarak kullanım kolaylığı, hızlı siparişi sağlama, pratiklik, rahatlık ve görsel çekicilik gibi olumlu yönlerde söz ederken, bazı katılımcılar deneyimlerinden yola çıkarak yetersiz görsel kullanımı, kullanım tedirginliği, sevmeme ve yavaşlık gibi olumsuz yönlerine vurgu yapmışlardır. Dijital menü deneyimine yönelik katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“... tablet içerisinde yiyecekler-içecekler şeklinde menü başlıkları vardı. Soğuk-sıcak içecekler, yemeklerde ise atıştırmalık, ana yemekler gibi kendine ait alt başlıklar da mevcuttu. Menü görsel anlamda yeterli değildi işletme kendi ürünlerinin fotoğrafı yerine başka bir fotoğraf kullanmıştı, ayrıca menü kullanımı gayet kolaydı, sadece biraz yavaş olduğunu hatırlıyorum yüklenme sorunu vardı.” K1

“Uygulama güzel, kolay ve kullanılabilirdi. Yani sadeydi, güzeldi o konuda. Teknolojiyle büyüyen bir çağda olduğumuz için insanlar bunlara daha rahat adapte olabiliyor şu an için.” K2

“... benim deneyimlediğim de sadece fotoğraf vardı ama bu geliştirilebilir. Örneğin yemeğin ya da içeceğin yapılış aşamasından son aşamasına kadar bir video ile izleyebilirler. Geleceğin teknolojisi.” K3

“Değişik bir deneyim. Geleneksel kâğıt menülere alışmış olmamıza rağmen bir o kadar da yadırgayan, kullanımının gayet kolay olduğu bir deneyim bence. Görselliklerin daha kolay bize ulaşabildiği ve bu şekilde ne sipariş ettiğini daha kolay görebildiğim bir sistem olduğunu düşünüyorum” K4

“Dijital menünün siparişi kolaylaştırdığını düşünüyorum, bu da benim hoşuma gidiyor. Çünkü herhangi bir iletişime gerek kalmadan siparişimi oradan verebiliyorum. Daha hızlı sipariş gibi düşünebiliriz.” K5

...kullanışlı olabilir tabiki de. Menüün içine 3 boyutlu olarak yemeğin fotoğrafı koyulursa daha da güzel olabilir. Ya da sanal gerçeklik kullanılarak tabağın masada ne kadar büyük olduğunu görebilmek için kullanılabilir.” K6

“Bence kâğıtlardan daha çok, kâğıt menülerden daha çok işe yaradığını düşünüyorum. Tablet menünün ileride daha da çok yer edineceğini düşünüyorum. Ayrıca tablet menülerde tek yerde her şeye ulaşabiliyorum. Farklı başlıklar altında ürünü seçmem de kolaylaşıyor.” K7

“İlk kullanımda biraz tedirgin olduğumu hatırlıyorum. Acaba yanlış bir şey yapar mıyım diye. Ancak sonraki kullanımlarımda hem daha fazla görsellik ve bilgi sunması hem de siparişimi daha hızlı vermemi sağlaması gibi nedenlerle güzel bir sipariş verme deneyimi yaşadığımı söyleyebilirim.” K8

“Benim telefonum başta kare kodu okumadı. Acaba yanlış mı yapıyorum dedim. Önce garsonu bekledik, garson söyleyince açıkçası cahilce deneyimledik” K9

“Benim telefonumdan olmadığı için eşimin telefonundan yaptık. Demek ki ben yalnız gitsem yapamayacağım dedim.” K9

“Dijital menü uygulamaları baha hitap etmediği için ben sevmedim. Kolaylık sağladığını düşünmüyorum.” K10

“Garsonu veya menüyü beklemek zorunda olmadığım için pratik buluyorum” K11

“Kesinlikle kolaylık sağlıyor. İşlemlerde hız sağlıyor. Dijital menüyle kendimi rahat hissediyorum.” K12

Dijital Menü Kullanımının Sağladığı Avantajlara Yönelik Bulgular

Dijital menünün sağladığı avantajlara yönelik katılımcılar görsel çekicilik sunması, hızlı sipariş verebilme, yakınlaştırma seçeneği sunması, okunaklı olması, sade olması modern olması, hijyenik olması, bireysellik sağlaması ve karar vermede kolaylık sağlaması gibi konulara vurgu yapmışlardır. Dijital menü kullanımının sağladığı avantajlara yönelik ifadeler şu şekildedir:

“...teknolojik anlamda gelişmiş ve güzel görünen menüleri kullanmak daha iyi hissettiriyor. ...karar vermeyi kolaylaştırdığını, insanların seçenekler arasında boğulmaktan kurtardığını düşünüyorum.” K1

“Görsel açıdan çok kolaylık sağladı. Normal menüden ziyade daha geniş bir çerçevede bakabiliyorsunuz. Renk uyumu sayesinde gözü yormuyordu. ...hem de en önemlisi bence yakınlaştırılabilir olmasıydı” K2

“Görsel olarak daha iyiydi. Besin öğelerini görmem benim için daha iyi oldu. Ayrıca dijital menüyle garsona gerek kalmadan daha kolay sipariş verebildim.” diye belirtmiştir. K3

“Dijital menüyle garsona gerek kalmadan daha kolay sipariş verebildim. Bu anlamda kolaylık sağladığını düşünüyorum çünkü özellikle işletmelerin yoğun saatlerinde beklemek zorunda kalabiliyordum.” K4

“Kartondaki görsel deneyim tablette daha güzel. Bazı işletmelerdeki tablet menülerde yiyecek grupları var. Mesela atıştırmalık bir grupta salatalar bir grupta. Kartonda bence daha karmaşık duruyor.” K5

“Daha kolay seçebildiğimi ve daha hızlı sipariş verebildiğimi hatırlıyorum.” K6

“Fiyat değişikliği otomatik olarak güncelleniyor bu da hem benim açımdan hem orada çalışanlar açısından daha faydalı olduğunu düşünüyorum. Ayrıyeten tabletteki yazılar daha okunaklı gözüküyor. Daha hızlı sipariş verebiliyorum.” K7

“Benim için ekranı yakınlaştırma imkanının olması hem görselleri hem de yazıları daha detaylı görmemi sağlıyor. Buna ek olarak bazı menülerde yemek ya da fiyat güncellemeleri yapılmamış olabiliyor ancak bu menülerde böyle bir sorun yaşamadım. Bunun yanı sıra bu menüler bana işletmenin daha gelişmiş ve teknolojiyi takip eden bir işletme olduğunu düşündürüyor.” K8

“Bence bu uygulama sipariş sürecini kısaltıyor. Baslı menüye göre görseller daha iyi. İşletmeyi bence modern ve gelişmiş gösteriyor.” K9

“Belki hijyen açısından artı sağlayabilir” K10

“Bekleme süresini kısaltarak bireysel kullanım olanağı vermesi” K11

“Sipariş vermeyi daha rahat yapmamızı sağlar” K12

Dijital Menü Kullanımının Sağladığı Dezavantajlara Yönelik Bulgular

Dijital menü kullanımının dezavantajlarına yönelik olarak menü yükleme sorunu, ileri yaşlarda kullanım zorluğu, kare kod okutmada sıkıntılar ve garsonla iletişim halinde olunamaması gibi problemleri dile getirmiştir. Katılımcılardan beş tanesi (K2, K4, K5, K6 ve K7) dijital menü kullanırken sorun yaşamadığını belirtmiştir. Katılımcılardan üç tanesi (K2, K5 ve K6) herhangi bir rahatsızlığı veya görme engeli bulunan ya da daha önceden tablet kullanmamış insanların sorun yaşayabileceklerini söylemişlerdir. Katılımcılardan bir tanesi (K9) dijital

menünün dezavantaj olmasının toplumun yapısına bağlı olduğunu ifade etmiştir. Dijital menü kullanımının sağladığı dezavantajlara yönelik katılımcıların ifadeleri:

“Tablet yazılımı ya da tablette sorun olduğu için menünün yüklenmesi biraz sıkıntılıydı. Bunun dışında herhangi bir zorlukla karşılaşmadım.” K1

“Ben yaşamadım ama yaşanabilir. Çünkü belli bir yaş grubunda teknoloji deneyimi o kadar ileri olmadığı için özellikle Y ve X kuşaklarının biraz daha zor adapte olabileceğini düşünüyorum.” K2

“Bir şeyi sorabileceğiniz zaman garsonla iletişim halinde olmamam bu işin dezavantaj olarak görülebilir.” K3

“...bir zorluk yaşadığım aklıma gelmiyor ama bu muhtemelen teknolojiyle çok iç içe oluşumla alakalı.” K4

“Herhangi bir zorluk yaşamadım. Daha önce tablet kullandığım için deneyimim var. ... Ama daha önce tablet kullanmamış biri ise zorlanabilir. Teknoloji odaklı olduğu için deneyimlemiş insan zorluklar yaşayabilir.” K5

“... Ben zorluk yaşamadım da yaşlı insanlar ya da Parkinson hastalığı ve buna benzer rahatsızlıkları olan insanlar ... Romatoid artrit olan hastalar kullanmakta zorluk çekebilir. Ya da görme engelliler bu konuda zorluk yaşayabilir.” K6

“Ben çok yaşamadım çünkü hani teknoloji çağındayız. Bende biraz teknolojiye meraklı olduğum için çokta zor olmadı.” K7

“Ben en büyük dezavantajının iletişim ve sosyalleşmeye yönelik olduğunu düşünüyorum. Çünkü dışarıda yemek yemenin sosyalleşme gibi bir boyutu var ve garsonla iletişim kurmak da bence bunun içine giriyor.” K8

“Her telefona uygun olmaması bence dezavantaj” basılı menü de zaman zaman yemek seçmek daha kolay olabiliyor.” K9

“Dijital uygulamalar gençler ve yeni nesil için” K9

“Dijital menü uygulamaları her toplumda kolay olmaz, örneğin yurtdışında daha çok kullanılıyordur ben hiç gitmedim ama.” K9

“Bazı telefonlarla kare kod okunamayabiliyor” K10

“Kare kod okutmada sıkıntı yaşayabiliyorum. Bazen de geçişler yavaş olabiliyor.” K11

“Hiçbir zorluk yaşamadım, dezavantajı yok o yüzden” K12

Dijital Menü Tercihine Yönelik Bulgular

Dijital menü kullanım tercihine yönelik katılımcılardan dokuz tanesi (K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8 ve K12) gideceği restoranda dijital menü olmasını tercih ederken tercih etmiştir. İki katılımcı (K1 ve K4) geri dönüşüm sebebiyle dijital menüyü tercih ettiğini belirtmiştir. Bir katılımcı (K5) QR okutma problemi sebebiyle tablet menüyü tercih ettiğini, başka bir katılımcı ise (K6) tablet menülerin çalınma veya bozulma riskine karşılık QR menüyü tercih ettiğini söylemiştir. Katılımcılardan iki tanesi (K9, K10) dijital menü kullanımını tercih etmediğini ifade ederken bir tanesi (K11) bunun çokta önemsemediği bir konu olduğunu belirtmiştir. Dijital menü tercihine yönelik katılımcı ifadeleri şu şekildedir:

“Evet ederim. Bunun sebeplerinden biri kâğıt israfı konusu, diğeri ... yemeklerin fotoğraflarını menüde sunar ise müşteriye gerçekçi olarak yansıtarak müşterinin karar vermesini kolaylaştırır. Porsiyon miktarı gibi eklentilerle müşterilerin doymakta tereddüt etmeleri ortadan kaldırılabilir.” K1

“Tercih ederim. Hızlı sipariş verilmesi tercih etme nedenlerimden.” K2

“Evet ederim. Kesinlikle. Hem güncellenebilir hem de müşteri içinden daha aydınlatıcı bir uygulama.” K3

“Aslında bir noktada ederim, bu da tamamen geri dönüşüme olan bakış açım ile alakalı olduğunu düşünüyorum, teknolojiyi olan bakış açımdan ziyade.” K4

“Ederim açıkçası. Mesela QR kod okutup kendi telefonundan menüyü açmak daha zor. Telefonun ekranı küçük bu yüzden tableten seçmek daha mantıklı. Bazen kodların okumadığı oluyor.” K5

“Ben, açıkçası QR menü uygulamasından çok memnunum. Tablet fikri hem günümüz pandemi şartlarında mantıklı gelmiyor. Hem de insanlar düşürebilir, tablet çalınabilir. İşletme için düşününce bana açıkçası mantıklı gelmiyor. Şahsi olarak sırasıyla QR menü, karton menü ve en son tablet menüyü tercih ederim. Çünkü QR menüyü tercih etmemin sebebi telefonumla menüye daha kolay erişebilmem.” K6

“Sadece dijital menü olsun diye söylemiyorum ama dediğim gibi teknoloji çağına ayak uydurmak istiyorum. İleride daha çok göreceğimizi de eminim.” K7

“Tercih ederim.” K8

“Özellikle tercih etmem, yoksa benim için sıkıntı olmaz. Bence işletmelerde her ikisi de olmalı ve müşteri tercih etmeli. Her ikisi de var deseler bana basılı olan menü tercih ederim.” K9

“Özellikle tercih etmem” K10

“Çokta önemsemediğim bir konu değil” K11

“Evet, tercih ederim. Çünkü kolaylık sağlıyor.” K12

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada restoranlarda dijital menü kullanımına yönelik müşteri deneyimlerini değerlendirerek dijital menünün avantajlarını ve dezavantajlarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda daha önce dijital menü deneyimine sahip tüketicilerle görüşülmüştür. Görüşmelerden elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur.

Bu araştırmanın iki önemli katkısı bulunmaktadır. Çalışmanın ilk katkısı restoranlarda dijital menü kullanım deneyimlerinden yola çıkarak dijital menünün avantajlarını ve dezavantajlarını alanyazına kazandırmasıdır. Çalışmanın sonucunda dijital menü kullanımının tüketiciye sağladığı avantajlar şu şekilde sıralanmıştır: Görsel çekicilik sunması, hızlı sipariş verebilme, yakınlaştırma seçeneği sunması, okunaklı olması, sade olması, modern olması, hijyenik olması, bireysellik sağlaması, rahatlık sağlaması ve karar vermede kolaylık sağlamasıdır. Çalışmanın sonuçları ilgili literatür ile paralellik göstermektedir (Peter & Mennecke, 2011; Wang, 2012; Borovska & Yılmaz, 2021; Chen vd., 2021; İlbay, 2022; Lin vd., 2023; Türk & Yılmaz, 2023; Oktavia vd., 2023; Migliavada vd., 2023). Bu çalışma ile ilgili literatüre ek olarak dijital menülerin işletmeyi daha modern gösterdiği sonucu da eklenmiştir.

Yiyecek içecek işletmelerinde dijital menünün sağladığı avantajların yanında dezavantajlar da bulunmaktadır. Bunlar; menü yükleme sorunu, ileri yaşlarda kullanım zorluğu, kare kod okutmada sıkıntılar ve garsonla iletişim halinde olunamamasıdır. Bu çalışma ile literatüre ek olarak (Hazarhun & Yılmaz, 2020; Avşar & Tandoğan, 2022) dijital menü kullanımının toplumların teknoloji kullanım rahatlığı ve bilgisine göre zaman zaman dezavantaj olabileceği sonucuna varılmıştır.

Literatür incelendiğinde (Cankül, 2019; Yim vd. 2020; Yılmaz, 2022) tüketicilerin dijital menü kullanımı konusunda istekli oldukları ve dijital menü kullanımını ilgi çekici buldukları görülmektedir. Çalışma sonucunda da restoranlarda dijital menü uygulamalarını talep gördüğü ortaya çıkmıştır. Katılımcıların çoğu dijital menüyü kullanmaktan zevk aldıklarını belirtmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların çoğu restoran menülerinde teknoloji kullanımının işlemleri kolaylaştırdığını ifade etmiştir. Öte yandan katılımcılar gözlemlenebilir sorunlara (yazılım hataları, sahte görseller ya da görme engellilerin kullanamaması gibi) dikkat çekmişlerdir. Sorunlara çözüm bulunursa ileride daha çok kullanılacağını belirtmişlerdir. Çalışmanın bu sonucu Albayrak (2015)'in ve Pyanikova vd. (2020)'nin yaptığı çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

Çalışmanın uygulamaya yönelik katkısı ise dijital menü kullanan tüketicilerin görüşleri doğrultusunda yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerine uygulamaya yönelik öneriler sunmasıdır. Dijital menüye yönelik avantajlara ve dezavantajlara göre dijital menü çalışmaları yapılması yiyecek içecek işletmelerine üstünlük sağlayacaktır. Tüketici ihtiyaçlarının karşılanması ve rekabet avantajı sağlayabilmesi için yiyecek içecek işletmeleri günümüzde QR kod ve tablet gibi dijital menü uygulamaları kullanmak ya da geliştirmek durumundadır. Buna ek olarak dijital menü kullanımı ile işletmeler çevreye vermiş olduğu olumsuz etkiyi azaltacak ve sürdürülebilirliğe katkı sağlayacaktır.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Bu çalışma akıllı restoran uygulamalarından sadece dijital menüyü ele alarak dijital menü kullanım avantajlarını ve dezavantajlarını ortaya koymuştur. Araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise yalnızca tüketicilerin görüşlerini ele almasıdır. Bundan sonraki çalışmalarda diğer akıllı restoran uygulamaları ve bu uygulamalara yönelik tüketici deneyimleri araştırılabilir. Bunun yanında akıllı restoran uygulamalarına yönelik yöneticilerin bakış açısı da değerlendirilebilir.

Beyan

Bu çalışmada kullanılan verilerin toplanabilmesi için gerekli olan etik kurul izin belgesi, Anadolu Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 27.07.2023 tarihi ve 550846 karar numarası ile alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Atar, A. (2020). Gelenekselden dijitale turizm sektörü. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1640-1654.
- Avşar, M. & Tandoğan, G. K. (2022). Karekod (Qr Kod) menü kullanan restoran işletmeleri üzerine bir araştırma: Amasya örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7), 858-869.
- Ayyıldız, A. Y., & Eroğlu, E. (2021). Restoranlarda Kullanılan akıllı teknolojiler ve robot restoranlar hakkında tripadvisor'da yapılan yorumların değerlendirilmesi (Evaluation of Tripadvisor comments on smart technologies used in restaurants and robot restaurants). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 9(2), 1102-1122.

- Bekar, A., & Kılıç, B. (2017). Menü Planlama Ankara: Detay Yayıncılık
- Bilgili, M. İ. (2014). Adaptif Bağlam Bilinçli Mobil Uygulama Geliştirme. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Bolden D., Hadlock P., Martin M., Luther A., & Taylor L. (2017). The New Digital Reality for Restaurants. The Boston Consulting Group, Boston USA.
- Borovska, Y. & Yılmaz, H. (2021). Gastronomi ve mutfak sanatları öğrencilerinin akıllı restoran uygulamalarını kullanma niyetlerinin ölçülmesine yönelik bir araştırma, *Journal of Gastronomy, Hospitality, and Travel*. 4(1).
- Cankül, D. (2019). İşletmelerde yenilik uygulamaları: Restoran işletmeleri örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(2), 225-240.
- Chen, Y., Perez-Cueto, F. J., Giboreau, A., Mavridis, I., & Hartwell, H. (2021). Consumer preferences for the use of an innovative digital menu solution in public food service settings in four European countries. *Food Quality and Preference*, 94.
- Deshmukh, R. & Vyawahare, H. (2017). Digitalized Interactive Dining Table: A review, *International Journal of Innovative Research in Computer and Communication Engineering*. 5 (3), 5125-5129.
- Ekincek, S., Yayla, Ö. & Göde, M. Ö. (2021). Yiyecek içecek işletmelerinde menü sertifikasyon sistemi için temel kriterlerin belirlenmesi: Eskişehir örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(1), 213-229.
- Ercan, F. & Yılmaz, Ö. (2022). Yiyecek içecek işletmelerinde qr menü uygulamalarının tüketiciler perspektifinden değerlendirilmesi. *Turkish Studies-Social Sciences*, 17(6).
- Gayke, D., Kaur, A., Gorhe, T., & Kore, D. (2017). Smart restaurant management system. *International Journal*, 2 (4), 38-41.
- Ghosh, T., Bhoir, S., Patel, P., Mehta, N., & Mhatre, A. (2015). Smart restaurant. *International Journal of Industrial Electronics and Electronical Engineering*, 3(11), 37-57.
- Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of Qualitative Research*, 2(105), 163-194.
- Haller, S. (2010). The things in the internet of things. *International Journal of Engineering Science and Computing*, 5(8), 26-30.
- Hazarhun, E. & Devrim, Ö. (2020), Restoranlarda dijital dönüşüm uygulamaları: Touch restoran örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 384-399.
- Hong Zhu, D. & Ping Chang, Y. (2020). Robot with humanoid hands cooks food better? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1367–1383.
- Ivanov, S. H., Webster, C. & Berezina, K. (2017). Adoption of robots and service automation by tourism and hospitality companies. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27(28), 1501-1517.
- Ivanov, S., Webster, C. & Garenko, A. (2018). Young Russian adults' attitudes toward the potential use of robots in hotels. *Technology in Society*, 55, 24 –32.

- Ivanov, S., Gretzel, U., Berezina, K., Sigala, M. & Webster, C. (2019). Progress on robotics in hospitality and tourism: a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
- İlbay, B. (2022). Digital Menu: Concepts and Planning. *Digitalization and Smart Technologies in Gastronomy*, 69.
- Karakuş, F. (2020). Endüstri 4.0 Sürecinde Lojistiğin Yiyecek ve İçecek Endüstrisine Etkisi. Yüksek lisans tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.
- Keeler, N. (2019). 2030 yılı için restoran endüstrisi öngörütleri: Verilere dayalı kararlar, tedarik zinciri lojistiği ve uygulamalar önem kazanacak, <https://acikradyo.com.tr/biofilia/2030-yili-icin-restoran-endustrisi-ongoruleri-verileredayali-kararlar-tedarik-zinciri> Erişim Tarihi: 07.04.2022.
- Keşkekeçi, D & Gençer, K. (2023). Yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm. *Journal of Travel and Tourism Research*, 22(22), 116-130.
- Klenke, K. (2016). *Qualitative research in the study of leadership*. Emerald Group Publishing Limited.
- Kuo, C.M., Chen, L.C. & Tseng, C.Y. (2017), Investigating an innovative service with hospitality robots. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1305-1321.
- Lin, P. M., Peng, K. L., Au, W. C. W., Qiu, H., & Deng, C. D. (2023). Digital menus innovation diffusion and transformation process of consumer behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. Doi: 10.1108/JHTT-07-2021-0217.
- Migliavada, R., Torri, L. & Garavelli, G. (2023). The Effect of Different Calorie Labels on Restaurant Menus: A Digital Study of Consumer Behavior. 15th Pangborn Sensory Science Symposium - Meeting New Challenges in A Changing World, Nantes.
- Mogali, S. (2015). Internet of Things and its role in Smart Kitchen. 4th National conference of Scientometrics and Internet of Things, s. 1-11, Bangalore.
- Murphy, J., Hofacker, C. & Gretzel, U. (2017). Dawning of the age of robots in hospitality and tourism: Challenges for teaching and research. *European Journal of Tourism Research*, 15, 104–111.
- Narimawati, U. & Pangestu, A. (2020). Designing Electronic Menu Applications for Restaurant Businesses. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Vol. 879, No. 1.
- Oktavia, T., Krisdy, S., Nathaniel, M., Joe, J., Adiwidjaja, J., Kurniawan, M., & Ong, S. (2023). Digital menu transformation: Usability testing approach for the food and beverage industry's. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 101(10).
- Peters, A., & Mennecke, B. (2011). The role of dynamic digital menu boards in consumer decision making. In *CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. Vancouver.
- Pyanikova, E. A., Kovaleva, A. E., Galchenko, S. I., Kobchenko, S. N., Occhinnikova, E. V. & Pikalova, M. B. (2020), Digitalization of restaurant business as a factor of competitiveness increase. *Russian Conference on Digital Economy and Knowledge Management (RuDEcK 2020)* (ss. 546-550). Atlantis Press.
- Rahman, M. (2016). IoT & Big Data Based Applications for Restaurant Questions of Opportunities, Challenges, Benefits & Operations.

- https://www.researchgate.net/publication/321197950_IoT_Big_Data_Based_Applications_for_Restaurant_Questions_of_Opportunities_Challenges_Benefits_Operations?channel=doi&linkId=5a1484e10f7e9b925cd51277&showFulltext=true Erişim Tarihi:07.04.2022.
- Rastegar, N. (2018). Adoption of Self-service Kiosks in Quick-service Restaurants. Yayımlanmamış Doktora Tezi Ontario: The University of Guelph, 66.
- Seyitoğlu, F., Ivanov, S., Atsız, O. & Çifçi, İ. (2021). Robots as restaurant employees-Adouble-barrelled detective story. *Technology in Society*, 67
- Süzer, Ö., Uçuk, C., Doğdubay, M & Dinç, Y. (2021). Endüstri 4.0'ın yiyecek içecek endüstrisine bir yansıması olarak bulut mutfaklar (Kavramsal bir analiz). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9 (2), 975-989
- Toasttab, (2021). <http://toasttab.com/blog/ytypes-of-restaurant-technology> Erişim Tarihi: 08.04.2022
- Topsakal, Y., Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P. & Bahar, M. (2018). Turizm 4.0 – turist 5.0: insan devriminin neden endüstri devrimlerinden bir numara önde olduğuna ilişkin bakış: *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*. 1(2),1-11.
- Türk, A. E., & Yılmaz, İ. (2023). Menü kartları ile dijital menülerin karşılaştırmalı incelenmesi (Comparative examination of menu cards and digital menus). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1433-1461.
- Wang, Y. (2012). Designing restaurant digital menus to enhance user experience. Doktora Tezi, Iowa State Üniversitesi.
- Wong, I. A., Huang, J., Lin, Z., & Jiao, H. (2022). Smart dining, smart restaurant, and smart service quality (SSQ). *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(6), 2272-2297.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, E & Davutoğlu, N. A. (2020). Turizm 4.0'dan gastronomi 4.0'a giden yolda: Geleceğin restoranları ve yönetimi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(109), 301-318.
- Yusni, A., Ab Rashid, P. D., Isa, M. M., Badiuzaman, A. F., Saliza, N., & Salmi, M. A. A. (2022). Customers' Satisfaction Towards Online Digital Menu Experience and Intention to Revisit Family-Style Restaurants Post COVID-19 Pandemic. In *Proceedings of the 2nd International Joint Conference on Hospitality and Tourism*. Singaraja, Bali.

Restaurant Consumers' Opinions on The Digital Menu Experience

Merve ÖZGÜR GÖDE

Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir/Türkiye

Extended Summary

Considering today's competitive conditions, businesses have to keep up with competitive conditions or create innovative ideas in order to survive. Technology helps businesses gain a competitive advantage and create innovative ideas (Topsakal, Kaptanoğlu, Çelik, & Bahar, 2018). With technological developments frequently used in daily life, businesses also use technology to a significant extent (Bekar & Kılıç, 2017, p. 271). With the development of technology, many new generation applications have emerged such as robots, 3D printers, internet of things, artificial intelligence, augmented reality, and cloud systems (Keşkekçi & Gençer, 2023).

Technological developments have begun to be used in food and beverage businesses in the tourism sector, as in all other sectors. People expect new technological applications in food and beverage businesses due to factors such as having different experiences, discovering new things, healthy eating, and fast service. In addition, food and beverage businesses use technology to provide better service to their customers and gain a competitive advantage (Wong, Huan, Lin, & Jiao, 2022). Mobile applications, robots, 3D printers, kiosks, digital tables and digital menus are smart applications used in food and beverage businesses (Ayyıldız & Eroğlu, 2021).

As customers become increasingly sensitive to the services offered in restaurants, smart restaurant applications that aim to transform the service offered in restaurants into a more efficient, facilitating, and user-friendly structure have played a decisive role in changing customers' preferences (Ghosh, Bhoir, Patel, Mehta and Mhatre, 2015). As technology has become more important recently, food and beverage business managers have started to use information communication technologies such as wireless internet and tablet menus to enrich their customers' dining experience (Gayke, Kaur, Gorhe, & Kore, 2017, p. 38).

Printed menus have begun to lose their place in restaurants due to increasing reasons such as price changes of the menu items, deformation of the menu material and loss of visual features, and the inability to add or remove new products. Due to the development of technology and the conveniences it provides, printed menus have been replaced by digital menus (Türk & Yılmaz, 2023).

Looking at the relevant literature, studies on digital menu generally focus on behavioral intention (Borovska & Yılmaz, 2021; Yusni, 2022), consumer decision-making process (Peter & Mennecke, 2011), innovation (Chen et al., 2021; Lin et al., 2023), consumer perception (Türk & Yılmaz, 2023; Oktavia et al., 2023), concept creation (İlbağ, 2022), digital menu design (Wang, 2012), consumer behavior (Migliavada et al., 2023; Chen et al., 2021). It appears to be. This research aims to reveal the advantages and disadvantages of digital menu applications in restaurants by investigating consumer experiences. The theoretical contribution of the study is to contribute to the literature on digital menus based on consumer experiences. The practical contribution of the study is that it offers suggestions to businesses on how to use the digital menu effectively.

Qualitative research method was used in this study, which aims to reveal the advantages and disadvantages of digital menu applications in restaurants by investigating their experiences. In the study, easily accessible case

sampling, one of the purposeful sampling methods, is used in sample selection. In the study, face-to-face interviews were held between 30.07.2023 and 10.08.2023 with 12 consumers who had previously experienced the digital menu from smart restaurant applications. The interviews lasted an average of 30 minutes, were recorded with a voice recorder, and then transcribed. Before the interview, participants were informed about the research and had to sign a voluntary participation form. The number of participants was limited by reaching the saturation point of the data obtained in the interviews. A semi-structured questionnaire consisting of open-ended questions was used as a data collection tool in the study.


As a result of the study, the advantages of using a digital menu for the consumer are listed as follows: It offers visual appeal, fast ordering, zoom option, being legible, simple, modern, hygienic, providing individuality, providing comfort and making it easier to make decisions. The results of the study are in parallel with the relevant literature (Peter & Mennecke, 2011; Wang, 2012; Borovska & Yılmaz, 2021; Chen et al., 2021; İlbay, 2022; Lin et al., 2023; Türk & Yılmaz, 2023; Oktavia et al., 2023; Migliavada et al., 2023). In addition to the literature on this study, the conclusion that digital menus make the business look more modern has also been added.

In addition to the advantages of the digital menu in food and beverage establishments, there are also disadvantages. These; problems loading the menu, difficulty of use in older ages, difficulties in scanning the QR code and inability to communicate with the waiter. With this study, in addition to the literature (Hazarhun & Yılmaz, 2020; Avşar & Tandoğan, 2022), it was concluded that the use of digital menus may sometimes be a disadvantage depending on the technology usage comfort and knowledge of societies.

When the literature is examined (Cankül, 2019; Yim et al. 2020; Yılmaz, 2022), it is seen that consumers are willing to use digital menus and find the use of digital menus interesting. As a result of the study, it was revealed that digital menu applications are in demand in restaurants. Most participants stated that they enjoyed using the digital menu. Most of the participants in the research stated that the use of technology in restaurant menus makes transactions easier. On the other hand, participants pointed out observable problems (such as software errors, fake images or inability to use it by visually impaired people). They stated that if a solution to the problems is found, it will be used more in the future. This result of the study is consistent with Albayrak (2015) and Pyanikova et al. It is similar to the studies conducted by (2020).

The study has some limitations. This study revealed the advantages and disadvantages of digital menu usage by considering only the digital menu among smart restaurant applications. Another limitation of the research is that it only addresses the opinions of consumers. In future studies, other smart restaurant applications and consumer experiences regarding these applications can be investigated. In addition, managers' perspectives on smart restaurant applications can also be evaluated.

Ek 1. Etik Kurul İzni

Evrak Kayıt Tarihi: 14.07.2023	Protokol No: 550846	Tarih: 27.07.2023
		
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURULU KARAR BELGESİ		
ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	BAP Projesi	
KONU:	Sosyal Bilimler	
BAŞLIK:	Restoranlarda Akıllı Uygulamalar: Dijital Menü Üzerine Bir Araştırma	
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Dr. Öğr. Üyesi Merve ÖZGÜR GÖDE	
TEZ YAZARI:	-	
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-	
KARAR:	Olumlu	