



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 8 Sayı: 36 Volume: 8 Issue: 36

Şubat 2015 February 2015

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

## MÜŞTERİLERİN E-TABLET MENÜLERİ DEĞERLENDİRMELERİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA A STUDY OF DETERMINE CUSTOMERS' EVALUATION ABOUT E-TABLET MENUS

Aslı ALBAYRAK\*

### Öz

Günümüzde restoranlar müşterilerinin beklentilerini karşılamak ve üst düzey müşteri memnuniyeti elde etmek amacıyla bilgi teknolojilerini kullanmaktadırlar. Restoranların işletmelerinde ürettikleri ürünleri müşterilerine ulaştırmada kullandıkları bilgi teknolojilerine ilişkin yeni uygulamalardan biri de elektronik tablet menülerdir (e-tablet menüler). Geleneksel menülere kıyasla pek çok üstün özelliğe sahip olan e-tablet menüler tüm dünyada ve ülkemizde kullanılan önemli bir yeniliktir. Bu çalışma, restoranlarda kullanılan e-tablet menüleri tanıtmak, müşterilerin e-tablet menülerle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve elde edilen sonuçlardan hareketle restoran yöneticilerine önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır. Çalışma kapsamına İstanbul'da bulunan ve e-tablet kullanan bir restoran alınmış, verilerin toplanmasında katılımlı gözlem ve yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda müşterilerin e-tablet menüleri yaygın olarak kullanmadıkları ancak kullanan müşterilerin e-tablet menüleri kullanışlı, geleneksel menülere oranla bilgi kalitesi daha yüksek olarak değerlendirdikleri ve genel olarak e-tablet menülerden memnun oldukları bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Restoran Endüstrisi, Menü, Elektronik Tablet Menü, İstanbul.

### Abstract

In our time, restaurants oriented information technologies for the purpose of the meet customers' expectations and high level of customer satisfaction. One of the new technologies is an e-tablet menu (electronic tablet menu) in restaurants to deliver good and products to customers. E-tablet menus have a great many opportunities when compare with traditional menus and it has been use in all over the world and our country. This study has been made for the purpose of the introduce e-tablet menus, to determine customers' evaluation about e-tablet menus and in direction of results, recommendations to restaurant managers. This study has been done in restaurant which in Istanbul and use e-tablet menu, collection of the data semi-structured interview techniques was used besides participant observation. At the end of the study, it's concluded that customers hasn't use e-tablet menus widely but customers' who use e-tablet menus evaluate that e-tablet menu is useful, high information quality when compare with traditional menus and in general they are satisfy from e-tablet menus.

**Keywords:** Restaurant Industry, Menu, Electronic Tablet Menu, Istanbul.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde işletmelerin varlıklarına devam edebilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için müşterilerine sundukları ürünleri sürekli olarak değiştirmeleri, yenilemeleri, müşteri beklenti ve isteklerine uydurmaları, hatta bu beklentilerin önüne geçmeleri gerekmektedir (Ülgen ve Mirze, 2010: 32). İşletmelerin ürettikleri ürünler arasındaki artan rekabet ve kısalan ürün ömrü işletmeleri sürekli yenilik yapmaya zorlamaktadır. (Akın

\*Yrd. Doç. Dr., İstanbul Arel Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Bölümü Öğretim Üyesi

2001: 19). Yenilik yapabilmeye ise bilgi teknolojileri ve bilgi teknoloji araçları önemli role sahiptir (Sundbo vd., 2007: 89; Aldebert vd., 2011: 1205).

Turizm endüstrisi içerisinde yer alan işletmeler de sık sık yeni ürün oluşturmada, geliştirmede, bu ürünlerin tutundurulmasında, dağıtımında, organizasyonunda ve müşterilere ulaştırılmasında bilgi teknolojilerinden yararlanmakta ve bilgi teknolojilerini ana rekabet aracı olarak kullanmaktadır (Ham vd., 2005: 283; Blichfeldt, 2009: 417; Tetzschner ve Herlau, 2003). Nitekim daha önce yapılan çalışmalarda da (Nykiel, 2001; Wang ve Qualls, 2007; Oronsky ve Chathoth, 2007: 942; Hall ve Williams, 2008; Law ve Jogaratnam, 2005) turizm işletmelerinin rekabet edebilmek için devamlı olarak yenilikçi olmaları, dünyadaki tüm değişiklikleri takip etmeleri, bu değişikliklere adapte olmaları ve müşterilerine çekici hizmetler sunarak müşteri deneyimlerini geliştirmek için etkili ve kapsamlı bir şekilde teknolojiye faydalanmaları gerektiği belirtilmiştir.

Turizm endüstrisinde bilgi teknolojilerinden yaygın olarak faydalanan işletmelerden biri de restoran işletmeleridir. Bilgi teknolojileri müşterilerin yemek deneyimleriyle ilgili yemeklerin hazırlanması, sunuma hazır hale getirilmesi ve siparişin verilmesi gibi konularda önemli rol oynamaya başlamış, bu nedenle pek çok işletme ürünlerinin müşterilerini ulaştırılmasında bilgi teknolojilerinden yararlanmaya başlamışlardır (Dixon, vd., 2009: 7; Oronsky ve Chathoth, 2007: 943; Ansel and Dyer, 1999: 74; Connolly and Olsen, 2000: 73; Siguaw, vd., 2000: 193; Buhalis ve Main, 1998: 199; Beaver, 1995: 341). Daha önceden yapılmış olan çalışmalar bilgi teknolojisi kullanmanın işletmelere ve restoranlara sağladığı faydalar üzerinde durmuştur. Örneğin Siguaw ve arkadaşları (2000: 199) ile Huo (1998: 248) çalışmalarında teknoloji kullanımının işletmenin gelirini ve çalışanların verimliliğini arttıracaklarını, Alpar ve Kim (1990), Mahmood ve Mann (1993), Rai vd. (1997), Devaraj ve Kohli (2003: 67) işletmenin performansını arttırdığını, Hayes (2002) işletmeler için farklılık yaratan bir uygulama olduğunu, Ansel ve Dyer (1999: 82) ile Huber vd. (2010: 277) maliyeti azaltma, rekabet avantajı ve müşteri tercihlerini analiz edebilme yeteneği sağladığını, Barcheldor (1999), Van Hoff vd. (1996: 90) müşteri ilişkilerini geliştirdiğini, Oronsky ve Chathoth (2007: 954) ise işletmede etkili iletişim tekniklerinin geliştirilmesine, yöneticilerin gerçek zamanlı mevcut düzenin fayda ve kayıplarını yakından gözlemlemesine olanak tanıdığını belirtmişlerdir. Diğer taraftan teknoloji, hataların azaltılmasına, yanlış anlamaların en aza indirilmesine de yardımcı olmaktadır ve böylece hizmet hız ve kalitesini arttırabilmektedirler (Saarinen, 1996: 194; Zmud vd., 1986: 460).

Son yıllarda restoranların işletmelerinde ürettikleri ürünleri müşterilerine ulaştırmada kullandıkları bilgi teknolojilerine ilişkin yeni uygulamalardan biri de elektronik tablet menülerdir (e-tablet menüler). E-tablet menüler en basit haliyle geleneksel menülerin daha fazla bilgi ve görsel içerir şekilde, tabletlere aktarılmış hali olarak ifade edilebilir ancak e-tablet menülerin geleneksel menülere kıyasla pek çok avantajı söz konusudur. Öncelikle e-tablet menüler geleneksel menülere oranla çok daha kapsamlı bilgiyi müşterilerine sunabilmektedir. Diğer taraftan e-tablet menüler sayesinde restoranlar üretim süreçlerini müşterilerine iletebilmekte ve menüde yer alan kalemlerin gerçek zamanlı görsellerine yer verebilmektedir. E-tablet menüler, restoranlarda emek yoğunluğunun azalmasına, sipariş ve hesap için bekleme sürelerinin kısalmaya ve siparişin direkt olarak seflere iletebilmesi nedeniyle olası hataların azalmasına da olanak tanımaktadır. Nitekim müşteriler artık daha nitelikli üretim sistemlerinden geçmiş, daha kaliteli malzemelerden üretilmiş yemeklere ulaşmak istemektedirler. Dolayısıyla yemekleri üreten kişilerin üretime ilişkin yetkinlikleri, üretim sürecinin kalitesi ve üretimde kullanılan malzemelerin kaynaklarıyla tüm bu unsurların şeffaflığı ve müşterilerin ihtiyaç duydukları tüm bilgileri detaylı olarak sunması müşteriler için önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu çalışma geleneksel menülerden önemli farklılıkları olan e-tablet menülerle ilgili ülkemizdeki müşterilerin görüşlerinin ortaya koyabilmek açısından önem taşımaktadır.

E-tablet menüler hem ülkemizde hem de dünya genelinde yeni yeni kullanılmaya ve benimsenmeye başlayan bir uygulamadır. Konuya ilişkin yapılan çalışmalar sayıca az olmakla birlikte alan yazında yer alan bazı çalışmalar (Kimes, 2008; Yepes, 2014) e-tablet menülerin

üstün özellikleri ve işletmeye sağladığı avantajlar üzerine yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla ülkemizde restoranların e-tablet menü kullanımı ve müşterilerin e-tablet menüleri değerlendirmeleriyle ilgili yapılacak bir çalışmanın restoran yöneticilerine söz konusu yeniliğin kullanıcıları tarafından değerlendirilmesiyle ilgili önemli bilgiler verebilmesi açısından da önemli görülmüştür. Diğer taraftan çalışmanın, ülkemizde henüz e-tablet kullanmayan restoranların e-tablet menüleri tanımaları açısından da önemli olduğu varsayılmıştır.

Konuyla ilgili alan yazın incelendiğinde e-tablet menülere ilişkin yurt dışında yapılan az sayıda çalışmada genellikle müşterilerin e-tablet menüleri benimseme durumları üzerinde durulduğu görülmüş, ülkemizde ise konuya ilişkin yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, bu çalışma ile hem e-tablet menülerin tanıtılmasının hem de müşterilerin e-tablet menülere ilişkin düşüncelerinin belirlenmesinin alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla çalışma, restoranlarda kullanılan e-tablet menüleri tanıtmak, müşterilerin e-tablet menülerle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve elde edilen sonuçlardan hareketle restoran yöneticilerine önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır.

## **2. Restoran İşletmelerinde Geleneksel Menüler ve Elektronik Menüler**

Menü, masalara servis edilebilecek yiyecek ve içeceklerin tamamı ya da restoranlarda servis edilmek üzere hazır olan yiyecek ve içeceklerin listesi olarak tanımlanmaktadır (Merce vd., 2013: 141). Menüler, müşterileri restoranda satışa hazır halde bulunan yiyecek ve içecekleri satın almaya karşı uyaracak şekilde hazırlanmış yemek listeleridir (Mills ve Thomas, 2008: 63) ve müşterilerin restoranlarda yemek yerken işletme hakkında bilgi edindikleri en önemli kanaldır. Nitekim Delone ve Maclean (1992: 63), menü tasarlanırken en temel kuralın müşterilerin bilgi ihtiyacını karşılamak olduğunu belirtmişlerdir.

Yiyecek içecek işletmelerinde her şey menü ile başlamakta ve işletme içerisinde verilecek tüm kararlarda menü önemli rol oynamaktadır. Restoranın nerde ne şekilde ve nasıl planlanacağı, kalitesi, standartları, müşteri profili gibi konular tamamen menü ile kendini belli etmekle birlikte menü işletmenin imajını da belirleyen önemli bir unsurdur. Bir restoranda menü planlaması, işletmede ürünlerin ne kadar ve ne sıklıkla satın alacağı, nerede depolayacağı, üretim için ne kadar alana, hangi araç-gereçlere ve ne kadar hangi özellikte personele ihtiyaç duyulacağı, servisin ne şekilde yapılacağı, servis için ne kadar, hangi özellikte personele ihtiyaç duyacağı gibi işletmenin yönetsel sürecini de şekillendirmektedir. Diğer taraftan menü, işletmenin yer seçimi, yerleşim planı ve ön hizmetlerinin belirlenmesi ile maliyet ve denetim sistemlerinin oluşturulmasında, işletmenin pazarlama faaliyetlerine yön verilmesinde, kalite amaçlarının oluşturulmasında, maliyet ve fiyatlandırma konularında ve olası israfın önlenmesinde de etkili olmaktadır.

Restoranlar için son derece önemli işlevleri olan menüler son yıllara kadar müşterilere sunulurken çeşitli özellikte, işletmenin imajıyla örtüşen, belirli yazım ve düzenlenme ilkelerine bağlı olarak kağıttan yapılmış olan menü kartlarıyla sunulmaktaydı. Basit olarak hazırlanan ve geleneksel menü kartı ismi verilen bu menü kartlarında genel olarak işletmede satışa hazır halde olan yiyecek ve içecekler, bu ürünlere ait tanımlayıcı yazılar, fiyat bilgisi, işletmenin adı, adresi, açık olduğu günler gibi bilgilere yer verilmektedir. Diğer taraftan menü kartlarının kaliteli, sağlam, leke tutmayan kağıttan, kolay kullanılacak boyutta, kolay okumayı sağlayacak yazı tipi, rengi ve satır aralığına sahip, silinmemiş, karalanmamış ve ürünlerin görsellerle desteklenmiş olması gerekmektedir (Merce vd., 2013: 143). Ancak geleneksel menülerin hem işletme hem de müşteriler açısından bazı dezavantajları söz konusudur:

Kağıttan yapılmış geleneksel menü kartları, işletmenin ürün fiyatlarını değiştirilmesi gerektiğinde ya da menü kalemlerinde değişiklik yapılmak istendiğinde tamamen değiştirilmesi gerekmektedir. Menü kartlarının defalarca kez farklı müşteriler tarafından kullanılması da kartların yıpranmasına ve yenilenmesine ihtiyacının ortaya çıkmasına neden olmaktadır ki bu durum oldukça maliyetlidir. Diğer taraftan menü kartlarına menüde yer alan her ürüne ilişkin tüm bilgileri ve resimleri eklemek menünün oldukça geniş olmasına neden olmakta, bu görseller yemeklerin görüntüsünün tam olarak yansıtmamakta ve üretim süreciyle ilgili hiçbir bilgi vermemektedir.

Geleneksel menü kartlarının en önemli dezavantajlarından biri de günümüz teknolojisinin gerisinde kalmasıdır. Günümüzde pek çok işletme çağın gereği bilgi teknolojilerinden etkin olarak faydalanırken geleneksel menüler bunun gerisinde kalmıştır. Bu nedenle son yıllarda bilgi teknolojisi kullanımının restoran endüstrisine girmesiyle birlikte özellikle üst düzey restoranlar menülerinde değişikliğe giderek geleneksel menüler yerine e-tablet menüler kullanmaya başlamışlardır. E-tablet menüler restoranların son yıllarda dünya genelinde gittikçe artan şekilde kullanmaya başladıkları teknolojik yeniliklerden biridir ve e-tablet menülerin restoran işletmeleri için reform yaratabilecek nitelikleri olduğunu belirtilmektedir (iSkysoft, 2010; Mozdzyn, 2010: 21).

E-tablet menülerin çalışma prensibi tabletlerin çalışma sistemiyle neredeyse aynıdır. Konuklar masalarına gelip e-tablet menüyü kullanmaya başladıklarında karşılına ilk etapta menü giriş sayfası çıkmakta, bu sayfayı her restoran kendine göre özelleştirebilmektedir. Restoran kendine ait logosunu, fotoğraflarını, haberlerini, özel zamanlar için düzenlenen etkinliklerini ve promosyonlarını bu sayfadan konuklarıyla paylaşabilmekte ve istediği zaman güncelleyebilmektedir. E-tablet menünün giriş sayfasının ardından her bir sayfada menüde yer alan yiyecek ve içecek grupları ve bu grupların altında da resimli menü kalemlerine yer verilmektedir. Müşteriler arzu ederlerse menü kalemlerinin büyütülebilen resimlerine bakarak yemeğin nasıl servis edileceğini görebilmekte, yemeğin standart reçetesi, besin bilgisi, kalori değerleri, orijini gibi bilgilere ulaşabilmektedir. Müşteriler istedikleri yemekleri seçip siparişi tamamladığında ödemesi gereken toplam tutarı da e-tablet menü ekranında görebilmektedir. Diğer taraftan müşteriler yemek siparişlerini verirken yemeğin hazırlanmasıyla ilgili özel isteklerini direkt olarak yemeği hazırlayacak olan şeflere iletebilmektedir. Örneğin salata sipariş eden bir müşteriler salatanın içerisindeki soğanın isterse yemeğine konmamasını siparişine eklediği notla direkt olarak yemeği hazırlayacak olan aşçıya iletebilmekte, yemek hazırlanırken videolarla yemeğin hazırlanma sürecini takip edebilmektedir. Sipariş ve yemek deneyimi tamamlandıktan sonra müşteriler dilerse deneyimleriyle ilgili eleştiri ve önerilerini yine e-tablet menü aracılığıyla restoran yöneticilerine kolay ve hızlı bir şekilde iletebilmekte; hazırlanmış olan anketleri doldurarak işletmeye ilişkin değerlendirme yapabilmektedir.

Geleneksel menülere oranla pek çok ayırt edici özelliği olan e-tablet menüler sahip olduğu özellikler nedeniyle müşterilerine farklı ve işlevsel deneyimler sunmaktadır. Bu deneyimlerin başındaysa e-tablet menülerin geleneksel menülere göre daha zengin bilgi içeriğine sahip olması ve bu durumun müşteri memnuniyeti sağlaması gelmektedir (Pine ve Gilmore, 1999: 85; Delone ve Maclean, 1992: 68; Kumar vd., 2004: 290; Pocius, 1991: 108). Özellikle müşterilerin sipariş verme sürecinde elde etmeye başladıkları bu zengin bilgi içeriği tüm hizmet deneyimi boyunca da devam etmektedir. E-tablet menüler sayesinde restoran işletmeleri geleneksel menülerde olmayan detaylı besin bilgisi ve içeriği, yemeğin hazırlanması ve yemeğe ilişkin standart reçeteler gibi çok çeşitli ve detaylı bilgiyi menülerine koyabilme şansına sahip olmaktadır. Bu durum özellikle gıda alerjisi, hastalık ya da diet yapma gibi çeşitli özel durumları olan bireylerin yemeklerin içerisindeki malzemelerden haberdar olmalarına ve siparişlerini değiştirmelerine ve/veya yemeğin içerisinden bu malzemelerin çıkarılmasını isteyebilmelerine olanak tanımaktadır (Beldona vd., 2014: 379; Mills ve Clay, 1999; Mills ve Thomas, 2008: 64; Carange vd., 2004: 57). Yepes (2014: 1) e-tablet menü kullanımının menüde detaylı besin bilgisine yer vermeyi sağladığını ve bu durumun müşteri memnuniyetinin artmasını sağlayan önemli bir araç olduğunu belirtmiştir. Diğer taraftan daha önce yapılmış olan çalışmalarda (Granzin ve Bahn, 1988: 57; Hayes, 2002) müşterilerin seçimlerinde yemeklerin içeriklerinin önemli olduğu ve restoran yöneticilerinin müşterilerini menü kalemlerinin besin içerikleri hakkında bilgilendirmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Fu ve Park (2001: 332) ise restoran menülerinde detaylı besin bilgisi verilmesinin algılanan hizmet kalitesini geliştirdiğini, menü kalemlerine ilişkin doğru bilgiler sunduğunu ve müşterilerin daha bilgili karar vermelerine yardımcı olduğunu belirtmişlerdir.

E-tablet menülerle gerçekleştirilen sipariş deneyimi geleneksel menülere oranla müşterilere çok daha keyifli bir deneyim süreci yaşatmaktadır. Nitekim Beldona vd., (2014: 379) tarafından yapılan çalışma sonuçları da teknoloji kullanımının müşterilerin sipariş

deneyimlerini geliştirdiğini ve keyifli hale getirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca e-tablet menüler müşterilere sundukları farklı dil seçenekleriyle de farklı milletlerden müşterilerin menüyü kolaylıkla anlamalarına olanak sağlamaktadır.

E-tablet menüleri geleneksel menülerden daha üstün kılan özelliklerden biri de e-tablet menülerin yapısının çekiciliği ve kullanım kolaylığıdır. E-menüler bilgisayar sisteminin sağladığı etkileşimli resim ve görseller sayesinde müşterilere menüde yer alan kelimeler hakkında daha fazla bilgi vermektedir. E-tablet menülerde kullanılan gerçekçi resim ve videolar e-tablet menüleri geleneksel menülere göre çok daha çekici kılmakta, bu durum müşterilerin tabaklarında ne göreceğini önceden tam olarak anlamalarına olanak tanımaktadır (Bharadi vd., 2013: 19). Örneğin Avusturalya, Amerika Birleşik Devletleri ve Çin'de pek çok restoran basılı menülerini dokunulabilir ekrana sahip e-tablet menülerle değiştirmişlerdir. Bu sayede müşteriler e-tablet menüleri sadece yemek seçimlerini yapmak, yemekle ilgili bilgileri okumak ve yemek siparişi vermek için değil aynı zamanda her bir yemekle ilgili fotoğraflara ulaşmak ve hatta yemeklerle ilgili özel isteklerini şeflere duyurmak amacıyla da kullanmışlardır (Sydney restaurant replaces menus with iPads. 2010; TGBUS.com, 2010; Iphone Active, 2011). Cichy ve Wise (1999: 112) ile Seaberg (1991: 135) tarafından yapılan çalışmalarda da görsel faktörlerin müşterilerin karar vermeleri üzerine etkili olduğu belirtilmiştir. E-tablet menülerde müşterilerin seçtikleri yemeklere uygun içecek önerilerine de yer verilebilmesi e-tablet menülerin çekiciliğini arttırmaktadır (Wang ve Wu, 2014: 395).

Kullanım kolaylığı ise e-tablet menüyü kullanırken müşterilerin zorlanmamasını ifade etmektedir. Kullanım açısından yetersiz olan teknoloji müşterilerin zorlanmalarına ve işletmenin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmaktadır (Wotton, 2003: 246; Law and Ngai, 2005: 23). Beldona vd. (2014: 379) tarafından yapılan çalışmada da e-tablet menülerin kullanılabilirliğinin müşterilerin hangi yemeği seçeceklerine karar vermelerinde etkili olduğunu göstermiştir. Genel olarak bakıldığında e-tablet menülerin kullanımının zorluğuyla ilgili herhangi bir veriye de rastlanmamıştır.

E-tablet menülerin geleneksel menülere oranla üstün oldukları konulardan biri de siparişin bir kerede eksiksiz ve hatasız alınması, olası aksaklık ve hataları en aza indirmesidir. E-tablet menüler sayesinde müşteriler yiyecek ve içeceklerle ilgili tercihlerini kendileri bir kerede yemeği hazırlayan şeflere gönderme imkanına sahip olduklarından sipariş hatasızca verilebilmektedirler. Çünkü e-tabletler sayesinde menü kelimeleri masada oturan her bir müşteri tarafından ayrı ayrı seçilebilmekte, müşterilerin özel isteklerine göre kişiselleştirilmekte, istenirse değiştirilebilmektedir. Buchanan (2011) tarafından yapılan çalışmada sipariş verme sürecinde e-tablet menülerin geleneksel menülere göre daha iyi performans gösterip göstermediği ve e-tablet menülerin daha kullanışlı olup olmadığını araştırılmıştır. Sonuçta, yemek siparişlerinde e-tablet kullanımının müşterilere daha iyi bir tecrübe yaşattığı, müşterilerin e-tablet menüleri geleneksel menülere göre daha kullanışlı buldukları ve teknoloji kullanımının hizmet kalitesini arttırdığı saptanmıştır.

E-tablet menülerin müşterilerin restoranlarda yaptıkları harcamaların artmasına da katkı sağladığı belirtilmektedir. Örneğin Bharadi vd. (2013: 18) tarafından yapılan çalışmada tablet olan masalarda oturanların diğer masalarda oturanlara oranla %20.0 daha fazla harcama yaptıklarını belirtilmiştir. Rousseau (2011) tarafından yapılan başka bir çalışmada Amerika'da bulunan bir restoranın şarap menüleri için e-tablet kullanmaya başlamasıyla şarap tüketiminin %20.0 oranında arttığını bulunmuştur. E-tablet menü yazılımı yapan bir firma ise yaptıkları çalışmalar sonucunda otellerde e-tablet kullanımının oda servisi siparişlerini %20-40 arasında, şarap ve şampanya satışlarını %20-40 arasında arttırdığını belirtmektedir (TouchLife Software and IT Solutions, 2015).

Restoranlarda e-tablet kullanımının işletmelere sağladığı faydalardan biri de işletmelerdeki emek yoğunluğunu azaltmasıdır. Müşteriler restorana gelmek için rezervasyon yaptırırken, sipariş verirken, siparişin mutfağı iletilmesinde, hazırlanan yemeğin müşterilere ulaştırılmasında ve yemek süreci bitiminde hesabın çıkarılmasında garsonlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu süreç genellikle basit olarak algılanmakla birlikte garsonların iş yükünü

arttırmakta, özellikle restoranın kalabalık olduğu gün ve saatlerde hatalara, gecikmelere ve dolayısıyla müşterilerin işletmeye ait hizmet kalitesini düşük olarak algılamalarına neden olmaktadır (Tan vd., 2012: 778). Ancak e-tablet menüler sayesinde garsonların sipariş alabilmek için postalar arasında gezinmelerine gerek kalmamaktadır. Müşteriler kendi ihtiyaç, istek ve beklentilerine göre yemeklerini ve içeceklerini seçtiklerinde siparişleri oturmakta oldukları sandalyelerle ilişkilendirilmekte ve siparişler kişiselleştirilmektedir. Bu sayede çalışanların müşterilerle sipariş verme sürecindeki temasları azaltılmaktadır (Bharadi vd. 2013: 18; The International Waiters Race Community, 2014; Tan vd., 2012: 782).

E-tablet menülerin geleneksel menülere göre daha iyi performans gösterdiği konulardan biri de menü değişimlerinin son derece kolay olmasıdır. İşletme mevsimsellik gibi çeşitli sebeplerle menülerinde değişiklik yapmak istediklerinde ya da yemek fiyatlarını revize etmeleri gerektiğinde geleneksel menülerde olduğu gibi menüyü tamamen ya da kısmen değiştirmelerine gerek kalmadan ilgili değişiklikleri yapabilmektedir. Diğer taraftan e-tablet menüler sayesinde işletmeler istediği zaman farklı etkinlikler için özel menüler oluşturabilmektedirler. Restoran özel etkinliklerin düzenlendiği zamanlar için hazırladıkları menüleri kolaylıkla e-tabletlere girerek anlık olarak güncellemeler yapabilmektedir.

E-tablet menüler restoranlar için iyi bir tanıtım aracı görevi de görebilmektedir. Çünkü e-tablet aracılığıyla yemek siparişi veren müşteriler beğendikleri yemeğe ilişkin görselleri ve bilgileri işletmenin adıyla birlikte dilerlerse sosyal paylaşım sitelerindeki sayfalarından arkadaşlarıyla paylaşabilmekte, bu durum işletmenin bilinirliğini arttırmakta ve söz konusu restorana hiç gitmemiş bireylerin de restoran ve yemeklerini tanınmalarına olanak tanımaktadır. Bununla birlikte müşteriler restorandaki en beğendikleri yiyecek ve içecekleri işaretleyebilmekte, kendilerine ait favori listeleri oluşturabilmektedir. Bu durum müşterilerin tekrar aynı yiyecek ve/veya içeceği sipariş etmesini de kolaylaştırmaktadır. Bu işaretlenmiş olan favori yiyecek ve içecekler restoranlar müşterilerinin beğenilerini ölçebilmelerine ve müşterilerini daha yakından tanıyabilmelerine de yardımcı olmaktadır.

### 3. YÖNTEM

Türkiye’de e-tablet menülerin kullanımı henüz başlangıç aşamasındadır. Bununla birlikte işletmelerinde e-tablet menülere yer veren restoranların önemli bir bölümü müşterilerine kolaylık sağlamak açısından geleneksel menü kartlarını da kullanmaya devam etmektedir. E- tablet menülerin ülkemizde yeni kullanılmaya başlayan ve henüz deneme aşamasında olan bir yenilik olması güven ve geçerliliği olan bir örnekleme ulaşmayı imkansız hale getirmektedir. Diğer taraftan bu çalışma kapsamında ülkemizde henüz yaygın dağıtımı olmayan e-tablet menülere ilişkin standart sorularla detaylı bilgi elde etmenin zor olacağı varsayılmıştır. Dolayısıyla müşterilerin e-tablet menü kullanımlarına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırma nitel araştırma yaklaşımına dayalı yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi, gözlem ve doküman inceleme yöntemlerinden oluşan çoklu veri toplama yaklaşımıyla gerçekleştirilmiştir.

Nitel araştırma gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 19). Gözlem tekniği ile restoranda bulunan müşterilerin e-tablet menüye gösterdikleri ilgi, e-tablet menüyü incelerken geçirdikleri süre, bu sürecin keyifli olup olmaması, yardıma ihtiyaç duyma durumları gibi konular hakkında bilgi edinilmeye çalışılmıştır. Ancak bu yöntem ile müşterilerin sadece e-tablet menülere ilişkin tepkileri gözlemlenebilmiş ve söz konusu yöntem müşterilerin e-tablet menüleri değerlendirmeleri konusunda yetersiz kalmıştır. Bu nedenle müşterilerin e-tablet menüleri değerlendirmeleriyle ilgili verilerin elde edilebilmesi için yarı yapılandırılmış görüşme yönteminden yararlanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde ise, görüşme soruları önceden belirlenmiş görüşme durumlarını kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 120). Ülkemizde yeni kullanılmaya başlayan e-tablet menülere ilişkin müşterilerin düşüncelerinin yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle derinlemesine irdelenmesinin ülkemiz açısından e-tablet menülerin kullanım ve değerlendirilme durumuyla ilgili detaylı bilgi vereceği

varsayılmıştır. Bu yöntem görüşmecinin sistematik olarak veri toplaması ve konu dışına çıkarak bazı detaylara inmesini ve esnek sorular sorabilmesini sağlamaktadır (Berg, 2001: 70). Çalışmada araştırma konusu ana hatları ile belirlenmiş, üzerinde odaklanılması gereken boyutlar çizilmiş, katılımcıların demografik özellikleri ile e-tablet menüleri kullanım açısından değerlendirmeleri ve memnuniyetlerine ilişkin sorulardan oluşan bir görüşme formu hazırlanmıştır. Daha sonra cevaplayıcıların konuya ilişkin genel bilgi düzeyi ve ilgisine bağlı olarak konunun farklı boyutlarını ortaya koyacak ve detaylı bilgiler alınabilecek sorular yöneltilmiştir.

Çalışma İstanbul sınırlar içerisinde bulunan ve e-tablet menü kullanan, araştırmanın amacı açıklandığında çalışmaya katılmayı kabul eden 1 yiyecek içecek işletmesinde 11 müşteriyle gerçekleştirilmiştir. Çalışmanı İstanbul ilinde yapılmasının temel nedeni e-tablet menü yazılımlarını üreten firmaların oldukça az sayıdaki referanslarının önemli bir bölümünün İstanbul'da bulunması ve araştırmacının söz konusu bölgede yaşamasıdır.

#### **4. BULGULAR VE ANALİZ**

Restoran işletmelerinde kullanılan e-tablet menülerin değerlendirilmesine ilişkin katılımlı gözlem ve yarı yapılandırılmış görüşme ilişkin elde edilen sonuçlar bu bölümde değerlendirilmiştir. 17 Ocak 2015 tarihinde çalışmanın yapılacağı e-tablet menü kullanan restorana gidilmiştir. Öncelikle araştırmacı restoran sorumlu müdürü tarafından karşılanmış, restoran hakkında genel bilgi verilmiş ve e-tablet menü kullanımı ve içeriği açısından tanıtılmıştır. Daha sonra restoranda e-tablet menü kullanmayı tercih eden müşteriler öncelikle araştırmacı tarafından gözlemlenmiş, müşterilere yemeklerinin bitiminde çalışmaya katılmak isteyip istemedikleri sorulmuş ve çalışmaya katılmayı kabul edenlerle e-tablet menülerle ilgili görüşme formuna bağlı kalınarak görüşme yapılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen veriler aşağıdaki gibi özetlenmiştir:

##### **4.1. Gözleme İlişkin Sonuçlar**

Çalışmanın yapıldığı 17 Ocak 2015 tarihinde restorana gelen müşteriler masalarına alındıktan sonra garsonlar tarafından geleneksel menü mü yoksa e-tablet menü mü tercih ettikleri sorulmuş, çalışmanın yapıldığı tarihte restorana gelen müşterilerin %16.4'ü e-tablet menü kullanmayı istemişlerdir. E-tablet menüyü tercih eden 11 müşterinin 7'si kendi kendilerini e-tablet menüyü kullanabilirken 4'ü garsonların yardımına ihtiyaç duymuştur. Müşteriler ortalama 12 dakika boyunca menüyü incelemişlerdir ve menüyü incelerlerken keyifli vakit geçirdikleri gözlemlenmiştir.

##### **4.2. Görüşmeye İlişkin Bulgular**

Restoranda geleneksel menüler yerine e-tablet menüleri tercih eden müşteriler genel olarak 30-40 yaşlarındadır. Katılımcılar kendilerini orta ve/veya üst gelir düzeyine sahip olarak değerlendirmekte ve tüm katılımcılar çeşitli iş kollarında çalışmaktadırlar. Katılımcılar haftada en az bir kez arkadaşları ya da tanıdıklarıyla birlikte olmak ve farklı bir ortamda bulunmak amacıyla restoranda yemek yediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların sadece 4'ü çalışmanın yapıldığı restorana ilk kez geldiklerini belirtirken, 5 katılımcı da daha önce e-tablet menüyü kullandıklarını belirtmişlerdir.

Genel olarak katılımcılar e-tablet menülerin farklı ve değişik bir deneyim olduğu görüşündedir. Kullanımının akıllı telefonlar ve tabletlerle paralellik göstermesi nedeniyle e-tablet menüyü kullanırken zorlanmadıklarını belirtmektedirler. E-tablet menülerin müşterilerin ihtiyaç ve isteklerini karşılama konusunda ise e-tablet menü kullanıcıları farklı görüşlere sahiptirler. Müşterilerin 7'si ihtiyaç duydukları tüm bilgileri e-tablet menüden kendi kendilerine karşılayabildiklerini belirtirken 4 müşteri bunun kendileri için çok önemli olmadığını ve geleneksel menüleri kullanırken de garsonlar aracılığıyla tüm ihtiyaç ve istekleri karşılayabildiklerini belirtmişlerdir. Ancak menüden seçtikleri yiyecek ve içeceklerin içerisinde bazı malzemeleri çıkarmak ya da eklemek istediklerinde bunu direkt olarak yiyecek ya da içeceği hazırlayan şeflere iletebilmenin kendilerine büyük avantaj sağladığını, bu sayede tüm isteklerini yiyecek ve içecekleri hazırlayanlara rahatlıkla, detaylı şekilde ve tam olarak aktarabildiklerini belirtmişlerdir.

Müşterilerin tamamı e-tablet menülerin yiyecek ve içeceklerin gerçek fotoğraflarının sunulmasının ya da yemeklerin hazırlanma süreciyle ilgili videolara yer verilmesinin kendilerine sunulan eşsiz bir hizmet olduğunu, bu sayede hem tabaklarında kendilerine servis edilecek yemeği önceden görme şansına sahip olduklarını hem de yemeklerin kimler tarafından hangi koşullarda ve hangi malzemelerle hazırlandığını görme imkanına sahip olmanın işletmeye olan güvenlerini arttırdığı belirtmişlerdir. 1. ve 10. Katılımcı bu konuyla ilgili görüşlerini şöyle ifade etmektedir:

**1. Katılımcı:** *“Dışarıda yemek yediğimde yediğim yemeklerin temiz bir ortamda, hijyen kurallarına uygun şekilde hazırlanıp hazırlanmadığından hep kuşku duyarım. E-tablet menüden yemeğimin hazırlanma sürecini inceleme imkanının olması restorana büyük güven duymama neden oldu.”*

**10. Katılımcı:** *“Geleneksel menülerde genellikle çok az sayıda resim oluyor. Sipariş ettiğiniz yemeğin nasıl geleceğini ve neye benzediğini öngöremiyorsunuz. E-tablet menülerdeyse her yemeğin yanında isterseniz büyüterek detaylı şekilde inceleyebileceğiniz yemek sunumuyla ilgili resimlerin olması hem seçim yapmayı kolaylaştırıyor hem de sürprizlerle karşılaşmamı sağlıyor.”*

Katılımcılar genel olarak e-tablet menülerin garsonlarla daha az iletişim kurmayı sağlamasının kendileri için çok önemli bir avantaj olmadığını belirtmiş olmakla birlikte sipariş vermek ya da hesabı istemek için garson çağırmaya ve beklemeye gerek kalmamasının önemli bir avantaj olduğunu ve bundan büyük memnuniyet duyduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların bir kısmı daha önceden de e-tablet menüleri kullandıklarını belirtmişlerdi. Ancak hem ilk kez e-tablet menü kullananlar hem de daha önce kullanmış olan katılımcıların tamamı kolaylıkla sipariş verebildiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar e-tablet menülerin geleneksel menülerle kıyaslandığında kullanım kolaylığı açısından çok farklı olmadıklarını belirtmiş olmalarına rağmen e-tablet menülerin genel olarak kullanılabilirliğinden memnun olduklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte katılımcılar, bir restoran menüsünde olmasını arzu edecekleri tüm bilgi ve görsellerin e-tablet menülerde olduğunu ve bunun da e-tablet menülerin geleneksel menülere göre daha üstün bir özellik olduğunu belirtmişlerdir. 6. Katılımcı bu konudaki görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *“Geleneksel menülerde sadece yemeklerin içerisinde bulunan ana malzemeleri ve yemeğin fiyatını bulabilirken e-tablet menüler sayesinde yemeklerin nasıl hazırlandığı, besin bilgisi, fiyatı, yemeğin orijinal ismi ve hangi ülkeye ait olduğu ve servis süresini öğrenebiliyorum. E-tablet menüler geleneksel menülere oranla çok daha fazla bilgi sunuyor ve tüm merak ettiklerimi bulabiliyorum”*

Görüşme yapılan 11 katılımcının 8’i besin bilgisi tablosuna baktıklarını belirtmişlerdir. Besin bilgisi tablosuna bakanların 3’ü sadece merak ettikleri için baktıklarını belirtirlerken 5 katılımcı yedikleri yemeklerin içerisinde bulunan besin ögesi miktarlarının ve kalori değerlerinin kendileri için önemli olduğunu düşündükleri için besin bilgisi tablosunu detaylı olarak incelediklerini belirtmişlerdir. 9. Katılımcı konuyla ilgili görüşlerini şöyle ifade etmektedir: *“Her zaman yediklerimin ve içtiklerimin kalori değerlerini hesaplarım. Bazen çok küçük porsiyonlar çok fazla kalori içerebiliyor. E-tabletlerde yer alan besin değeri tablosunu inceleyerek kalorili bir yemek yediysem bunu az kalorili bir içecek ya da kalorisi düşük bir tatlıyla dengeleyebiliyorum ya da en sevdiğim tatlıyı rahatlıkla yiyebilmek için daha az kalorili bir yemek tercih edebiliyorum.”* Besin değeri tablosunu incelemeyen katılımcılar ise yemeklerin besin değerleriyle ilgilenmedikleri ve besin değeri tablosunun kendileri için bir şey ifade etmediği için incelemediklerini ifade etmişlerdir.

Katılımcılar hesap dökümünü yemek seçimlerini yaparken tableten takip edebilmelerinden son derece memnun olduklarını, bu durumun hesaba ilişkin hataları ortadan kaldırdığını, önceden ödeyecekleri tutar hakkında bilgi sahip olabilmeyi sağladığını belirtmiştir. Konuyla ilgili 3. Katılımcı şunları söylemektedir: *“E-tablet menülerde sipariş etmek istediğim her yemek hem sipariş olarak kaydediliyor hem de otomatik olarak hesabıma kaydediliyor. Böylece daha siparişimi verirken ödeyeceğim hesabı biliyorum. Bu sayede hesabın karışması ya da yanlış işlenmesi gibi durumlar ortadan kalkıyor.”*

Katılımcılar e-tablet menülerin tasarımı ile işletmeye görüş, öneri ve şikayetlerini bildirme imkanına sahip olmalarını da olumlu olarak değerlendirmişlerdir.



## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Restoranların temel hedefi müşterilerinin memnuniyetini en üst düzeye çıkararak yoğun rekabetin yaşandığı restoran endüstrisinde varlıklarını devam ettirebilmek ve gelirlerini arttırmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmenin yolu ise müşterilerin tüm istek, ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak ile müşterilere yemek deneyimleri boyunca farklı ve yeni olanı sunmaktan geçmektedir. Tüm dünyada ve ülkemizde restoranların müşterilerin beklentilerini daha iyi karşılamak ve çağımızın gereklerini müşterilerine sunabilmek amacıyla kullandıkları yeniliklerden biri de e-tablet menülerdir. E-tablet menüler bir taraftan müşterilere daha detaylı bilgi ve görselle kaliteli bir yemek deneyimi sunarken diğer taraftan da restoranların daha hızlı, hatasız ve müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarabilecek hizmet sunmalarını sağlamaktadır. E-tablet menüler hem müşterilere hem de işletmelere çeşitli avantajlar sağlamakla birlikte henüz çok az sayıdaki işletme tarafından tanınmakta ve uygulanmaktadır. Bu nedenle, bu çalışma restoranlarda kullanılan e-tablet menüleri tanıtmak, müşterilerin e-tablet menülerle ilgili değerlendirmelerini ortaya koymak ve elde edilen sonuçlardan hareketle restoran yöneticilerine önerilerde bulunmak amacıyla yapılmıştır.

Görüşme ve gözlem tekniklerinin bir arada kullanıldığı bu çalışmada; gözlem yönteminin kullanıldığı durumlarda müşterilerin e-tablet menülere ilişkin ilgileri saptanmaya çalışılmıştır. Ancak bu yöntem müşterilerin e-tablet menüleri değerlendirmeleriyle ilgili derinlemesine bilginin elde edilmesi açısından yetersiz kaldığı için ana hatları daha önceden çizilmiş olan görüşme formundan yararlanılarak müşterilerle görüşülmüş, yapılan görüşmelerde görüşme formundaki sorular doğrultusunda cevaplar alınmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar ve bu sonuçlar ışığında öneriler ise şu şekilde özetlenebilir:

Çalışma sonucunda müşterilerin e-tablet menülere karşı ilgili olmalarına rağmen bu ilginin henüz çok yoğun olmadığı ve müşterilerin önemli bir kısmının hala geleneksel menüleri tercih ettikleri görülmüştür. Bu durumun temel nedeni müşterilerin e-tablet menüleri kullanmada zorlanabileceklerini düşünmelerinden kaynaklanıyor olabilir. Diğer taraftan çeşitli yazarlar tarafından (Wang ve Wu, 2014: 395; Yepes, 2014: 2) e-tablet menülerin de müşteri memnuniyetine neden olduğu, kullanılabilirlik açısından da müşterilere önemli avantajlar sağladığı belirtilmiştir. E-tablet menülerin geleneksel menülere oranla üstün özellikleri göz önünde bulundurulduğunda restoranların müşterileri e-tablet menü kullanma konusunda teşvik etmelerinin müşterilerin memnuniyetini arttıracığı düşünülmektedir. Bu amaca hizmet etmek için restoranlar e-tablet menüleri müşterilerine daha fazla tanıtmaya çalışabilirler.

Çalışma sonuçlarına göre e-tablet menüleri kullanmayı deneyen müşteriler e-tablet menüleri kullanımı kolay olarak nitelendirmektedir. Diğer taraftan müşteriler menü de büyütülebilir yemek fotoğraflarının yer alması ve yemeğin hazırlanma süreciyle ilgili videoların sunulmasından da memnuniyet duyduklarını ifade etmişlerdir. Bu durum müşterilerde heyecan yaratmış ve sunulan hizmeti "eşsiz" olarak nitelendirmelerine neden olmuştur. Bu sonuçlar, yemek yeme deneyiminin öncelikle göze hitap eden bir süreç olduğu düşünüldüğünde e-tablet menüler sayesinde yiyecek ve içeceklerin gerçeğiyle örtüşen fotoğraflarının sunulmasının restoran satışlarını arttırabileceğini düşündürmektedir. Diğer taraftan insanlar başkaları tarafından hazırlanan yemeklerde kullanılan malzemelere ve özellikle hazırlama sürecinin temizliğine ve güvenilirliğine inanmak istemektedir. Dolayısıyla restoranlarda yiyecek ve içeceklerin gerçeğini yansıtan fotoğraf ve videolar kullanması müşterilerin işletmeye duydukları güveni ve memnuniyeti arttırabilecek özellik göstermelerine neden olmaktadır.

Müşterilerin önemli bir kısmı e-tablet menülerin kendilerine merak ettikleri tüm bilgileri sunmasının avantaj olduğunu belirtmişlerdir. Günümüzde sağlıklı yaşama önem veren, diet yapan ve çeşitli hastalıkları nedeniyle besin içeriklerine dikkat eden kişilerin sayısının gittikçe arttığı ve bu bilgileri geleneksel menülerde sunmanın güçlüğü düşünüldüğünde müşterilerin bilgi ihtiyaçlarını karşılama konusunda e-tablet menülerin restoranlara avantaj sağladığı görülmektedir.

E-tablet menülerin işletme çalışanlarıyla müşteriler arasında etkileşim sağlıyor olması da müşteriler tarafından memnuniyetle karşılanmıştır. Müşterilerin yemeklerle ilgili özel isteklerini yemeklerini hazırlayanlara direkt olarak iletebilmeleri, işletmeyle ilgili görüş ve önerilerini işletmeye yöneticilerle görüşmek için ekstra zaman ve emek harcamadan iletebiliyor olmaları ve sipariş vermek ya da hesabın gelmesini beklemek zorunda kalmamaları restoranlar için önemli bir avantaj olarak nitelendirilebilir. Müşterilerin restoranlarda en sık karşılaştıkları sorunların başında siparişin geç ve/veya hatalı gelmesi yer almaktadır (Sökmen, 2010: 235-236). Diğer taraftan daha önceden yapılan bazı çalışmalarda müşterilerin şikayet etmek konusunda bekleme, yöneticilere ulaşamama gibi nedenlerden dolayı işletmeye şikayet ve eleştirilerini belirtmeden işletmeden ayrıldıkları saptanmıştır (Galbreath ve Rogers, 1999: 165; Phau ve Sari, 2004: 409). Bu nedenle, restoranların e-tablet menü kullanmaları hem siparişlerinin hatasız olarak hazırlanmasını sağlayacak, hem de işletmenin iyi bir şikayet yönetimi gerçekleştirmesine olanak tanıyacaktır ki bu durum müşteriler tarafından işletmeye karşı duyulan memnuniyeti de arttıracaktır.

Geleneksel menü kullanan restoranlarda müşterilerin yemek deneyimi boyunca sipariş ettikleri tüm kalemlere ilişkin fatura sürecin sonunda müşteriye sunulmaktadır. Dolayısıyla müşteriler özellikle birden fazla sipariş verdiklerinde ödemeleri gereken tutarı tam olarak öngörememektedir. Ancak e-tabletler daha siparişin verilme anında müşterilere ödeyecekleri toplam tutarı görme imkanı vermektedir. Bu durum müşterilerin daha fazla sipariş vermelerine neden olabileceği gibi müşterinin de kendisini güvende hissetmesine neden olmaktadır.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler genel olarak değerlendirildiğinde müşteriler farklı kriterler açısından e-tablet menüleri geleneksel menülere göre daha üstün olarak görmekte, menünün kullanımından ve kendilerine sundukları avantajlardan memnun olduklarını belirtmektedirler. Bununla birlikte hem e-tablet menüleri kullanan işletme sayısı hem de bu işletmelerin e-tabletlere ilişkin ilgileri azdır. Müşterilere restoranla ilgili üst düzey memnuniyet sağlayan e-tablet menülerin hem işletmelerde kullanımının hem de müşteriler tarafından denenmeye teşvik edilmesinin restoranların gelirlerini arttıracığı düşünülmektedir.

Çalışmanın yöntem kısmında belirtildiği üzere bu çalışma belirli bir zaman aralığında bir restoran işletmesinde ve kısıtlı sayıda müşteriyle görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Dolayısıyla çalışma sonucunda elde edilen veriler geneli yansıtmamaktadır. Önümüzdeki dönemlerde çalışmanın e-tablet menü kullanan farklı restoranlarda daha fazla sayıda örneklemle gerçekleştirilmesinin daha genellenebilir sonuçlar elde edilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

#### KAYNAKÇA

- AKIN, H. Bahadır (2001). Yeni Ekonomi: Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi, Ankara: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- ALDEBERT, Benedicte, Dang, R. Jani and Longhi, Christian (2011). "Innovation in the tourism industry: The case of Tourism", *Tourism Management*, S. 32 C. 1, s. 1204-1213.
- ALPAR, Paul and Kim, Moshe (1990). "A macroeconomic approach to the measurement of information technology value", *Journal of Management Information Systems*, S. 7 C.5, s. 55-69.
- ANSEL, Daryl and Dyer, Chris (1999). "A framework for restaurant information technology", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, S. 40 C. 3, s. 74-84.
- BARCHELDOR, B. Joseph. (19 September, 1999). *Hospitality and travel: a trip to Grandma's goes high tech. Information Week.* beldona, Sirikanth; Buchanan, Nadria and Miller, L. Brian (2014). "Exploring the promise of e-tablet restaurant menus", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, S. 26 C. 3, s. 367-382.
- Berg, L. Bruce (2001). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Boston: Allyn and Bacon.
- BHARADI, A. Vinayak; Masiwal, Nikesh and Varma, Nikita (2013). "Intelligent e-Restaurant using Android OS. International Conference & Workshop on Advanced Computing 2013 (ICWAC 2013)", pfp: 18-24.
- BEAVER, Allan (1995). "Lack of CRS accessibility may be strangling small hoteliers, the lifeblood of European tourism", *Tourism Economics*, S. 1 C. 4, s. 341-355.
- BLICHFELDT, S. Bodil (2009). "Innovation and Entrepreneurship in Tourism: The Case of a Danish Caravan Site, PASOS", *Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*, S. 7 C. 3, s. 415- 431.
- BUCHANAN, Nadria (2011). "An examination of electronic tablet based menus for the restaurant industry. University of Delaware", Erişim Tarihi: 25.11.2014, [http://udspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10138/Nadria\\_Buchanan\\_thesis.pdf?sequence=1](http://udspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/10138/Nadria_Buchanan_thesis.pdf?sequence=1).

BUHALIS, Dimitrios and Main, Hilary (1998). "Information technology in peripheral small and medium hospitality enterprises: strategic analysis and critical factors", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, S. 10 C. 5, s. 198-202.

CARANGE, A. David, Conklin, T. Martha and Lambert, U. Carolyn (2004). "Effect of nutritional information in perceptions of food quality, consumption behavior and purchase intentions", *Journal of Foodservice Business Research*, S. 7, s. 43-61.

CICHY, F. Ronald and Wise, E. Paul (1999). *Food and Beverage Service* (2nd ed.). Washington: American Hotel & Lodging Association.

CONNOLLY, J. Daniel and Olsen, D. Michael (2000). "An environmental assessment of how technology is reshaping the hospitality industry", *Tourism and Hospitality Research*, S. 3, s. 73-93.

DELONE, H. William and McLean, R. Ephraim (1992). "Information system success: the quest for the dependent variable", *Information Systems Research*, S. 3, s. 60-95.

DEVARAJ, Sarv and Kohli, Rajiv (2003). "Performance impacts of information technology: is actual usage the missing link?", *Management Science*, S. 49 C. 3, s. 273-289.

DIXON, Michael, Kimes, E. Sheryl and Verma, Rohit (2009). "Customer preferences for restaurant technology innovations", *Cornell Hospitality Report*, S. 9 C. 7, s. 4-16.

FU, Yao-Yi and Parks, C. Sara (2001). "The relationship between restaurant service quality and customer loyalty among the elderly", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, S. 25 C. 3, s. 320-336.

GALBREATH, Jeremy and Rogers, Tom (1999) "Customer Relationship Leadership: A Leadership and Motivation Model for The Twenty-First Century Business", *The TQM Magazine*, S. 11 C. 3, s. 161-171.

GRANZIN, L. Kent, and Bahn, D. Kenneth (1988). "The role of consumers' attitudes toward nutrition in restaurant patronage", *Journal of Nutrition Education*, S. 20 C. 2, s. 56-62.

HAM, Sunny, Kim, Gon Woo and Jeong, Seungwhan (2005). "Effect of information technology on performance in upscale hotels", *International Journal of Hospitality Management*, S. 24 C. 2, s. 281-294.

HALL, C. Michael and Williams, L. Allan (2008). *Tourism and Innovation*, New York: Routledge.

Hayes, John (2002). "Industry execs: Best customer feedback info is 'real' thing", *Nation's Restaurant News*.

HUO, H. Yang (1998). "Information technology and the performance of the restaurant firms", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, S. 22 C. 3, s. 239-251.

Sydney restaurant replaces menus with iPads. Erişim Tarihi: 15.12.2014, <http://www.news.com.au/technology/tablets/sydney-restaurant-replaces-menus-withipads/story-fn5knrwy-1225874904671>.

HUBER, M. Marsha, Hancer, Murat and George, R. Thomas (2010). "A comparative examination of information technology usage in the restaurant industry", *Journal of Foodservice Business Research*, S. 13 C. 3, s. 268-281.

Iphone Active (2011). "Chain Restaurants Stacked allow customers to order from your iPad", Erişim Tarihi: 15.12.2014, <http://www.iphoneactive.com/2011/02/chain-restaurants-stacked-allow.html>.

iSkysoft (2010). "Introduction of iPad", Erişim Tarihi: 15.12.2014, <http://www.iskysoft.com/apple-ipad/introduction-of-ipad.html>.

KIMES, E. Sheryl (2008). "The role of technology in restaurant revenue management", *Cornell Hospitality Quarterly*, S. 49 C. 3, s. 297-309.

KUMAR, L. Ram; Smith, Allan and Banerjee, Snehamay (2004). "User interface features influencing overall ease of use and personalization", *Information & Management*, S. 41 C. 3, s. 289-302.

LAW, Row and Ngai, Cathy (2005). "Usability of travel websites: a case study of the perceptions of Hong Kong travelers", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, S. 13 C. 2, s. 19-31.

LAW, Row and Jogaratnam, Giri (2005). "A study of hotel information technology applications", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, S. 17 C. 2, s. 170-180.

MAHMOOD, M. Adam and Mann, J. Gray (1993). "Measuring the organizational impact of information technology investment: An exploratory study", *Journal of Management Information Systems*, S. 10 C. 1, s. 97-122.

MERCE, I., Iuliana; Milin, A., Ioana; Radac, A. Banca; Iancu, Tiberiu and Sirbulescu, Claudi (2013). "Menu List- Label of Restaurant", *Management Agricol*, S. 15 C. 4, s. 141-146.

MILLS, E. Juline and Thomas, Lionel (2008). "Assessing customer expectations of information provided on restaurant menus: a confirmatory factor analysis approach", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, S. 32, s. 62-88.

MILLS, E. Juline and Clay, J. Marie (1999). "The legalities of a menu: The case for expanding truth-in-menu laws", Paper presented at the Council on Hotel Restaurant and Institutional Education (CHRIE) Conference, Albuquerque, NM.

MOZDZEN, L. Oyen (2010). "True multi-touch panels: the next generation of touch technology", *Advanced Imagine*, S. 25 C.3, s. 21.

NYKIEL, A. Ronald (2001). "Technology, Convenience and Consumption", *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, S. 7 C. 4, s. 79-84.

ORONSKY, R., Carly and Chathoth, K. Prakash (2007). "An exploratory study examining information technology adoption and implementation in full-service restaurant firms", *Hospitality Management*, S. 26 C. 4, 941-956.

PHAU, Ian and Sari, P. Riana (2004). "Engaging in Complaint Behavior An Indonesian Perspective", *Marketing Intelligence and Planning*, S. 22 C. 14, s. 407-426.

PINE, B. Joseph and Gilmore, H. James (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*, Boston: Harvard Business School Press.

POCIUS, E. Kym (1991). "Personality factors in human-computer interaction: A review of the literature", *Computers in Human Behavior*, S. 7 C. 3, s. 103-135.

RAI, Arun; Patnayakuni, Ravi and Patnayakuni, Nainika (1997). "Technology investment and business performance", *Communication of the ACM*, S. 40 C. 7, s. 89-97.

ROUSSEAU, Caryn (2011). "Restaurants uploading menus onto iPads for diners", Chicago Sun-Times, Erişim Tarihi: 13.12.2014, <http://www.suntimes.com/lifestyles/food/3143444-423/ipads-chicago-wine-ipadmenu.html>.

SAARINEN, Timo (1996). "An expanded instrument for evaluating information system success", *Information & Management*, S. 20, s. 191-212.

SEABERG, G., Albin (1991). Menu design: Merchandising and marketing (4<sup>th</sup> ed), Van Nostrand Reinhold: Willey.

SIGUAW, A. Judy, Enz, A. Cathy and Namasivayam, Karthik. (2000). Adoption of information technology in US Hotels strategically driven objectives. *Journal of Travel Research*, 39 (2), 192-201.

SÖKMEN, Alptekin (2010). Yiyecek İçecek Hizmetleri Yönetimi ve İşletmeciliği (5. Baki). Ankara: Detay Yayıncılık.

Sundbo, Jon; Orfila-Sintes, Francina and Sørensen, Flemming (2007). "The innovative behavior of tourism firms - Comparative studies of Denmark and Spain", *Research Policy*, S. 36, s. 88-106.

TAN, H. Tan; Chang, Ching-Su; Chen, Yung Fu and Huang (2012). "Developing an Intelligent e-Restaurant With a Menu Recommender for Customer-Centric Service", *Systems, Man, and Cybernetics, Part C: Applications and Reviews*, IEEE Transactions . S. 42 C. 5, s. 775-787.

Tetzschner HeLge and Herlau Henrik (2003). Innovation and social entrepreneurship in tourism-A potential for local business development?, Erişim Tarihi: 13.12.2014, <http://ideas.repec.org/p/sdk/wpaper/49.html>.

The International Waiters Race Community. (2014). Retrieved December 13, 2014, from <http://www.waitersrace.com>.

TGBUS.com, 2010. *The usage of iPad in Chicago's restaurant* Retrieved October 20, 2014, from <http://ipad.tgbus.com/news/new/201102/343083.shtml>.

TouchLife Software and IT Solutions. (2015). Retrieved December 13, 2014, from [https://gust.com/companies/touchlife\\_bilisim](https://gust.com/companies/touchlife_bilisim).

ÜLGEN, Hayri and Mirze, S. Kadri (2010). *İşletmelerde Stratejik Yönetim* (5. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları.

VAN HOOFF, B. Huber; Verbeeten, J. Marja and Combrink, E. Thomas (1996). Information technology revisited—International lodging-industry technology needs and perceptions: A comparative study. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37 (6), 86-91.

WANG, Hsiu-Yuan and Wu, Sung-Yeh (2014) Factors influencing behavioral intention to patronize restaurants using iPad as a menu card. *Behavior & Information Technology*, 33 (4), 395-409.

WANG, Youcheng and Qualls, William (2007). Towards a theoretical model of technology adoption in hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 26 (3), 560-573.

WOTTON, Cliff (2003). Principles of Usability. *The Web Professional's Handbook*, 236-351.

YILDIRIM, Ali ve Şimşek, Hasan (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YEPES, F. Maryam (2014). Mobile Tablet Menus: Attractiveness and Impact of Nutrition Labeling Formats on Millennials' Food Choices *Cornell Hospitality Quarterly*. Retrieved October 27, 2014, from <http://cqx.sagepub.com/content/early/2014/08/23/193896551454637>.

ZMUD, W. Robert, Blocher, Edward and Moffi, P. Robbert (1986). Report format and task complexity interaction in risk assessment. *Accounting, Organizations, and Society*, 11(6), 457-470.