



ARAŞTIRMA MAKALESİ

**Karekod (Qr Kod) Menü Kullanan Restoran İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma:  
Amasya Örneği**

Öğr. Gör. Dr. Melahat AVŞAR, Amasya Üniversitesi, Taşova Yüksel Akın MYO, Amasya, e-posta: [melahat.avsar@amasya.edu.tr](mailto:melahat.avsar@amasya.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5700-2061>

Doç. Dr. Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aydın, e-posta: [gulnur.tandogan@adu.edu.tr](mailto:gulnur.tandogan@adu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1283-3910>

**Öz**

Son zamanlarda restoran işletmeleri klasik menü kullanımından uzaklaşıp karekod menü, diğer bir ismiyle sanal menü kullanmaya başlamışlardır. Özellikle Covid-19 pandemisinden dolayı birçok restoran işletmesi, teması azaltması ve hijyenik olması gibi nedenlerden dolayı karekod menü kullanmaya başlamıştır. Bu çalışma ile Amasya'da faaliyet gösteren ve karekod menü kullanan restoran işletmelerinden görüşme yolu ile veri elde edilerek karekod menü kullanımının işletmelere sağladığı avantajların ve dezavantajların neler olduğunun, müşterilerden gelen geri bildirimlerin ne yönde olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda karekod menü kullanımının; hijyenik olması, teması azaltması, zamandan tasarruf sağlaması, müşteri memnuniyetini artırması, maliyeti azaltması, hızlı olması, görselin zenginliği, ürün çeşitliliği, menü değişikliklerinde ve güncellemelerinde kolaylık sağlaması gibi avantajlarının olduğu fakat ileri yaş grubunun teknolojiye uyum sağlayamaması, karekod okuma özelliği olmayan telefonların kullanılması, müşterilerin alışkanlıklarından dolayı karekod menü istememeleri gibi dezavantajlarının da olduğu çıkan sonuçlar arasındadır.

**Anahtar Kelimeler:** Covid-19, Karekod Menü, Restoran İşletmeleri, Amasya

**Makale Gönderme Tarihi:** 05.05.2022

**Makale Kabul Tarihi:** 01.07.2022

**Önerilen Atf:**

Avşar, M. ve Karakaş Tandoğan, G. (2022). Karekod (Qr Kod) Menü Kullanan Restoran İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma: Amasya Örneği, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(7): 858-869.



**Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences**

2022, 5(7): 858-869. DOI:[10.26677/TR1010.2022.1032](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.1032)

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



RESEARCH PAPER

**A Research on Restaurant Businesses Using QR Code Menu: The Case of Amasya**

Dr. Melahat AVŞAR, Amasya University, Taşova Yüksel Akın Vocational School, Amasya, e-mail: [melahat.avsar@amasya.edu.tr](mailto:melahat.avsar@amasya.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5700-2061>

Associate Prof. Dr. Gülnur KARAKAŞ TANDOĞAN, Aydın Adnan Menderes University, Faculty of Tourism, Aydın, e-mail: [gulnur.tandogan@adu.edu.tr](mailto:gulnur.tandogan@adu.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1283-3910>

**Abstract**

Recently, restaurant businesses have moved away from the use of classical menus and started to use QR code menu, in other words virtual menu. Especially due to the Covid-19 pandemic, many restaurant businesses have started to use QR code menus for reasons such as reducing contact and being hygienic. With this study, it is aimed to determine the advantages and disadvantages of using QR code menus for businesses by obtaining data from restaurant businesses operating in Amasya and using QR code menus, and what the feedback from customers is. As a result of the research, the use of the QR code menu; It has advantages such as being hygienic, reducing contact, saving time, increasing customer satisfaction, reducing costs, being fast, rich in visuals, product variety, facilitating menu changes and updates, but the advanced age group cannot adapt to technology, using phones which do not have QR code reading feature and due to their habits customers do not want to use a QR code menu are disadvantages.

**Keywords:** Covid-19, QR Code Menu, Restaurant Businesses, Amasya.

**Received:** 05.05.2022

**Accepted:** 01.07.2022

**Suggested Citation:**

Avşar, M. and Karakaş Tandoğan, G. (2022). A Research on Restaurant Businesses Using QR Code Menu: The Case of Amasya, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(7): 858-869.

## GİRİŞ

Oldukça dinamik bir özelliğe sahip olan yiyecek içecek pazarında meydana gelen yenilik ve gelişmeler, işletmeleri rekabet avantajını ellerinde tutmak adına daha inovatif olmaya teşvik etmektedir. Ekonomik kriz, pandemi gibi olumsuz koşullardan oldukça fazla etkilenen bu sektör, teknolojik birtakım gelişmelere de ayak uydurmaya çalışmaktadır. Daha proaktif ve pazar odaklı işletmeler, uygulanabilir gelişmelerden ve iyi zamanlanmış iş kararlarından yararlanabilirler. Ayrıca daha önce yapılan yatırımlarla karşılaştırıldığında önemli ölçüde yüksek olmayan yatırımlar sayesinde piyasadaki konumlarını koruyup geliştirebilirler (Ivkov vd., 2016: 1170).

Akıllı telefonların yaygınlaşması ile birlikte, tüketicilerin alışveriş alışkanlıklarında da mobil uygulamaların etkisi hissedilir düzeye gelmiştir. Bu değişimin en yoğun yaşandığı sektörlerden biri de yiyecek içecek sektörü olmuştur. Örneğin, 2021 yılında ABD ve Birleşik Krallık dahil olmak üzere çeşitli ülkelerden 4.157 tüketiciyle yapılan ankete göre, restoranların veya barların QR kodlarıyla ödeme yapılan en yaygın yerler olduğu tespit edilmiştir (Statista, 2021).

Günlük hayatımızı akıllı telefonlar ve QR (hızlı yanıt) kodları gibi yenilikçi teknolojiler büyük ölçüde değiştirmiştir (Lou vd., 2017:1). Yıllık çevrimiçi tüketimin artmasıyla birlikte daha fazla endüstri dijital dünyaya katılmaktadır. Covid-19 küresel salgınının, küresel olarak e-ticaretin büyümesini hızlandırdığı göz önüne alındığında restoran sektörü de bu değişimlerden etkilenmiştir. Birçok ülkede restoranlar, müşterilerin cep telefonları, linkleri veya uygulamayı indirerek QR kod taranarak erişilebilen dijital menüleri kullanmaya başlamıştır. Bu hizmet, restoran ve bar müşterilerinin fiziksel bir kâğıt menü kullanımından kaçınmasını sağlamıştır ve buna ek olarak, dijital menü restoranlara fayda sağlamakta, satışları artırmakta, operasyonları geliştirmekte ve yenilikçi özellikler için bir platform sağlamaktadır (Tan, 2021). Ekonomiyi ve sosyal hayatı oluşturan birçok sektör üzerinde yıkıcı bir etki oluşturan Covid-19 salgınından, yiyecek-içecek sektörü de en fazla etkilenen sektörler arasındadır (İflazoğlu ve Aksoy, 2020:3362). Literatürde özellikle Covid-19 pandemisinden dolayı QR menü kullanımının yaygınlaştığını gösteren çalışmalarda artış gözlenmektedir (Gunathilake ve Dassanayake, 2021; Karamustafa vd., 2021; Okat vd., 2020). Ayrıca Covid-19 pandemisinden önce QR kod uygulamasına ilişkin restoranlarda yenilik ve inovasyon için QR kod kullanımı ile ilgili çalışmaların olduğu fakat henüz yaygın olarak kullanılmadığını belirten çalışmaların olduğu da görülmektedir (Cankül, 2019; Şimşek ve Kızıldemir, 2019; Cinnioğlu ve Demirdelen, 2018).

İflazoğlu ve Aksoy, (2020), restoranların yeniden açılmalarıyla birlikte salgının, yiyecek-içecek hizmetleri talebine etkileri ve tüketicilerin işletmelerden bekledikleri hizmetin niteliğini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmanın sonucunda katılımcıların salgın nedeniyle restoranda yemek yeme ile ilgili en büyük endişelerinin hijyen konusunda olduğu ortaya çıkmıştır. Bu açıdan bakıldığında restoranlarda teması azaltmak amacıyla karekod menü kullanmanın önemi artmaktadır. Bu çalışma ile pandemi dönemiyle beraber karekod menü kullanımının işletmelere sağladığı avantajların ve dezavantajların neler olduğunun, karşılaşılan sorunların neler olduğunun ve müşterilerden gelen geri bildirimlerin nasıl olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

## TEORİK ARKAPLAN

Yenilikçi teknolojilerin bir aracı olan QR kodlar, müşterilerin deneyimlerini değiştirmek ve geliştirmek için kullanılmaktadır. QR kodlar turizm sektöründe konaklama, ulaşım, yeme-içme alanlarında olduğu gibi, müze ve galeri gibi kültür kurumlarında da yaygın olarak kullanılmaktadır (Vuksanović vd., 2020). QR kodlar ilk olarak 1994 yılında Japonya'da, bir Toyota

yan kuruluşu olan Denso Wave tarafından kullanılmış ve otomotiv endüstrisinde üretim sürecinde araçların takibi için hızlı ve kolay bir yaklaşım sağlamıştır (Cata vd., 2013).

QR kodları, tipik olarak siyah veya renkli geometrik şekillere sahip küçük beyaz kareler olarak görünen ve QR okuyucu uygulaması olan akıllı telefonlar tarafından okunabilen bir barkod türüdür (Bashir vd., 2013). Bilgiyi iki boyutlu geometrik bir yüzeye şifreleyerek yazma teknolojisi olan QR kod, bu bilgiyi yatay ve dikey şifreleyebilmekte ve büyük miktardaki veriyi saklayabilmektedir. Türkçe karşılığı "hızlı yanıt kodu" anlamına gelen QR kod, "quick response code" ifadesinin kısaltmasıdır (Bayrak ve Daşpınar, 2021:878). QR kodlarının; 360° okunabilirlik, yüksek hız yeteneği, genişletilmiş veri kapasitesi (sembol boyutuna ve bilgi türüne bağlı olarak), farklı bilgi türlerinin desteklenmesi, doğrusal olmayan görünüme direnç (örneğin düz olmayan yüzey nedeniyle), yüksek derecede standardizasyon, uygulanan hata kontrol ve düzeltme algoritması gibi özellikleri vardır (Canadi vd., 2010). Verilerden kod oluşturabilen birçok ücretsiz QR kod uygulaması bulunmaktadır. Kullanıcı, kodun içine gömülecek verileri önceden girmekte ve ardından uygulama, dijital veya basılı olarak kullanılacak QR kodunu oluşturmaktadır. Kodun içine gömülü olan verileri deşifre etmek için QR kod tarama uygulaması içeren akıllı telefon veya tablet, bilgisayar gibi herhangi bir mobil cihazın kamerası kullanılabilir. Kullanıcı kodu taradıktan sonra uygulama, kodu çözmektedir (Özyazgan vd., 2016: 128-129).

Teknoloji, özellikle uygun ve hızlı hizmet sunmaya yardımcı olduğu için çoğu zaman geleneksel sistemlere göre tercih edilmektedir (Ragila vd., 2017). Restoranlarda da dijital çağın gereği olarak teknolojik yaklaşımlar daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Bu gelişmelerden biri de dijital menülerdir. Dijital menü, elektronik bir ekran aracılığıyla yiyecek ve içecekler hakkında bilgi sağlayan işletme menülerini sunar. Dijital menü çeşitlerinden biri olan karekod menü ise, QR kod ile erişilebilen dijital bir menüdür. Bağlantı, bir PDF dosyası içeren web sayfasına veya basit bir web sayfasına yönlendirmektedir. Her ikisi de etkileşimli UX/UI tasarımına sahip bulut tabanlı bir web uygulamasıdır ve QR kodu, tarama teknolojisine sahip cihazlar tarafından tanınabilen bir dizi siyah beyaz karedir (Tan, 2021:12-13).

QR kodlarının ana değeri etkileşimli güçleridir ve hızlı yanıt vermelerinin nedeni, çevrimdışı dünyayı çevrimiçi içeriğe kolaylıkla bağlamalarıdır. Fiziksel ve dijital dünyalar arasında bir köprü görevi görür. Kullanıcı QR kodu okuduktan sonra çevrimdışı ortamdan sınırsız çevrimiçi içeriğe geçecek ve tasarlanan her türlü dosyayı elde edebilecektir (Fahmy ve Al-Azab, 2016: 51). QR kodları yüksek veri kodlamasına, küçük çıktı boyutuna, kire ve hasara karşı dayanıklılığa, okunabilir esnekliğe, yapılandırılmış eklemeye ve yüksek düzeyde yaratıcılığa sahiptir (Asare ve Asare, 2015: 68).

Bununla birlikte, QR kodlarla ilgili bazı olumsuzluklar da yaşanabilmektedir. Örneğin, herkes QR kod kullanımından haberdar olmayabilir ya da kameralı bir cep telefonuna sahip olmayabilir. Ayrıca kullanıcılar, bir cep telefonunda düzgün görüntülenemeyen bir web adresine yönlendirilebilir. Ürün üzerinde yazılı olan kod zarar görürse kod taranamayabilir (Singh, 2016: 91).

Okat vd., (2020) Covid-19 salgınının neden olduğu krizin yiyecek içecek işletmeleri üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi amacıyla yaptıkları çalışmanın sonucunda işletmelerin genel anlamda olası krizlere yeterince hazırlıklı olmadıkları tespit edilmiş, büyük ve kurumsal işletmelerin küçük işletmelere göre krizlere daha hazır oldukları ve kriz senaryoları üzerinde çalıştıkları belirlenmiştir. Ayrıca işletmelerin yeni normal döneminde menü politikaları ile ilgili görüşülen yöneticilerin çoğu masalara eskiden olduğu gibi basılı menü kartları getirmeyeceklerini, bunun yerine QR kod gibi dijital menü ya da kullan at menüler kullanmayı tercih edeceklerini belirttikleri ortaya çıkmıştır.

Vuksanovič vd., (2020) Sırbistan'ın en çok turist çeken iki destinasyonunda, QR kodu uygulamasının, restoranların sunduğu bilgilerle ilgili olarak destinasyon memnuniyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlar, turistlerin destinasyonda QR kodu kullanmaya yönelik olumlu tutum sergilediklerini ve bu kodları tekrar ve diğer destinasyonlarda kullanmaya devam edeceklerinin beklenebileceğini göstermiştir. Bununla birlikte çalışma, QR kodlarının destinasyondaki genel memnuniyeti tamamen etkilemediğini ortaya koymuştur.

Cankül (2019), işletmelerde yenilik uygulamalarını restoran işletmeleri örneği üzerinden restoran işletmelerinin yenilikçi uygulamalarının neler olduğunu tespit etmeyi ve bu yenilikçi uygulamaların da hangi boyutlarda gerçekleştiğini ortaya çıkarmayı amaçladığı çalışmanın sonucunda restoran işletmelerinin yenilikçi uygulamaları büyük ölçüde hayata geçirdiklerini, fakat yenilikçi boyutların içerisindeki “menü kalemlerinin kalorisinin belirtilmesi”, “paket servis”, “QR kod uygulaması”, “E-Tablet menülerin kullanımı” ve “online sipariş verme” uygulamalarını ise çok fazla gerçekleştiremediği ortaya çıkmıştır.

Şimşek ve Kızıldemir (2019), restoranlarda karekod kullanımının işletmeler ve tüketiciler açısından sağladığı faydaları ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmanın sonucunda karekod kullanımının henüz yaygın olmadığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca karekod kullanımının en büyük avantajının hızlı ve güvenilir işlem yapılması, reklam ve tanıtım olması, dezavantajının ise altyapı ve maliyet sorunu olduğu belirlenmiştir.

Cinnioğlu ve Demirdelen (2018), kare kodların restoran işletmelerinde kullanılabilirliğini belirlemek ve restoran işletmeleri için avantaj ve dezavantajlarını ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmanın sonucuna göre restoran işletmelerinin etkin bir şekilde olmasa da karekod uygulamasına son dönemlerde başladıkları tespit edilmiştir. Karekod uygulamasının kullanılmasının en büyük nedeninin ve avantajının müşteri memnuniyetini sağlamak olduğu ortaya konulmuş olup, uygulamanın en fazla menülerde ve web sitelerinde kullanıldığı belirlenmiştir. Herkesin bu uygulamadan haberdar olmaması, zaman alması ve az da olsa maliyetli olması ise dezavantaj olarak belirlenmiştir.

## ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma, restoranlarda giderek yaygınlaşan karekod uygulamalarının hangi durumda olduğunu ortaya koymak üzerine yoğunlaşmıştır. Amasya'da faaliyet gösteren ve halihazırda karekod menü kullanan restoran işletmelerinden veri elde edilerek aşağıdaki sorulara cevap bulunması amaçlanmıştır.

1. Karekod menü kullanımının restoranlara sağladığı avantajlar ve dezavantajlar nelerdir?
2. Karekod menü kullanımında karşılaşılan sorunlar nelerdir?
3. Karekod menü kullanımına müşterilerden gelen geri bildirimler nasıldır?

## YÖNTEM

Araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan soruları yanıtlamaya en uygun yöntem olduğu için bu çalışmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çünkü nitel veri toplama yönteminin kullanıldığı araştırmalarda algıların ve olayların, doğal ortamda bütüncül ve gerçekçi bir biçimde ortaya konulmasına yönelik nitel bir süreç izlenmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017:407).

Amasya, tarihi ve kültürel değerleri ve doğal güzellikleri ile son zamanlarda adından sıkça söz ettiren ve marka kent olma yolunda ilerleyen bir şehir olduğu için araştırmanın evrenini

Amasya'da faaliyet gösteren restoran işletmeleri oluşturmaktadır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı bu çalışmada kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Gürbüz ve Şahin (2017:131-132)'e göre kazara ya da uygun örneklem olarak da bilinen kolayda örnekleme tekniğinde, araştırmacının çalışması için ihtiyaç duyduğu büyüklükteki örnekleme ulaşınca kadar en kolay ve ulaşılabilir deneklerden veri toplamaya çalışmaktadır. Bu bağlamda Ekim 2021 tarihinde, Amasya'da faaliyet gösteren ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden 5 restoran işletmesinde yönetici pozisyonunda çalışan katılımcılar ile görüşülmüştür. Araştırmacı tarafından bizzat yüz yüze görüşme ile yapılan veri toplama sürecinde turizm paydaşlarına öncelikle çalışmanın amacı ve önemi hakkında bilgi verilmiştir ve aynı zamanda veri toplama formuna da çalışma ile ilgili bilgilerin verildiği kısa bir paragraf eklenmiştir. Görüşmeler araştırmaya gönüllü olarak katılan restoran işletmelerinde gerçekleşmiştir. Görüşmeler pandeminin devam ettiği dönemde ve çalışanların mesai saatlerinde yapıldığı için görüşmelerin süresi ortalama 30 dakika sürmüştür.

Yarı-yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanıldığı bu araştırmanın amacı doğrultusunda oluşturulan soru formunda, katılımcıların demografik özelliklerine ait sorular (yaş, eğitim durumu, turizm eğitimi ve mevcut işletmede çalışma süresi) ve araştırmacılar tarafından hazırlanan 7 yarı-yapılandırılmış açık uçlu soru yer almaktadır. Araştırma soruları aşağıdaki gibidir:

1. İşletmenizde ne zaman karekod menü kullanmaya başladınız?
2. Karekod menü kullanmanızın nedenleri nelerdir?
3. Karekod menü kullanmanızın müşterilere sağladığı faydalar nelerdir?
4. Karekod menü kullanmanızın işletmenize sağladığı avantajlar nelerdir?
5. Karekod menü kullanımının ortaya çıkardığı dezavantajlar nelerdir?
6. Müşterilerinizin karekod menü kullanımı ile ilgili geri dönüşleri nasıldır?
7. Karekod menü kullanımında karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

Araştırmanın bulgular kısmında araştırmaya katılan katılımcılar; K1, K2, K3, K4 ve K5 şeklinde kodlanmıştır ve araştırma sorularına verdikleri cevaplar yorumlanarak çıkarımda bulunulmuştur. Verilerin analizinde ve yorumlanmasında, verilerin gerçeği yansıtması için doğrudan alıntılar yapılarak araştırmanın geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Araştırma verilerinden elde edilen sonuçlar değerlendirilirken de içerik analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Krippendorff (1980: 25) e göre içerik analizi, "veriden onun içeriğine ilişkin tekrarlanabilir ve geçerli sonuçlar çıkarmak üzere kullanılan bir araştırma tekniğidir." (akt. Koçak ve Arun, 2006:22). Bu doğrultuda elde edilen verilere içerik analizi yapılarak, veriler temalara ayrılıp kodlanmıştır ve frekansları hesaplanmıştır.

## BULGULAR

Araştırmanın bulgular kısmında araştırmaya katılan katılımcıların sorulara vermiş oldukları cevaplara yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik verileri incelendiğinde 30-40 yaş aralığına sahip oldukları, lise ve lisans düzeyinde eğitime sahip oldukları, ağırlıklı olarak mevcut işletmede çalışma sürelerinin 7 yıl ve üzerinde olduğu ve çoğunlukla turizm eğitimi almadıkları görülmektedir.

**"İşletmenizde ne zaman karekod menü kullanmaya başladınız?"** sorusuna 3 tane işletme (K1, K2 ve K4) pandemi başladıktan sonra yani 2020 yılında, 2 tanesinin (K3 ve K5) ise pandemiden önce de karekod menü kullanmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Özellikle karekodu işletmeler

pandemiden önce müşterilerin istek ve şikayetleri için kullandıklarını fakat Covid-19 pandemisinden dolayı menü olarak da kullanmaya başladıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 1.** Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler				
Katılımcı	Yaş	Eğitim Durumu	Turizm Eğitimi	Mevcut İşletmede Çalışma Süresi
K1	33	Lise	Yok	7 yıl
K2	30	Lisans	Yok	10 yıl
K3	36	Lisans	Yok	9 yıl
K4	33	Lise	Var	8 yıl
K5	40	Ön lisans	Var	8 yıl

**“Karekod menü kullanmanızın nedenleri nelerdir?”** sorusuna katılımcılar ağırlıklı olarak pandemiden dolayı *“hijyenik olması”* ve *“teması azaltması”* gibi nedenlerden dolayı kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca K1 ve K2 *“menü güncellemesi kolaylığı (aylık ürün ve fiyat konusunda) sağladığını ve klasik menü kullanımına göre menü değişikliği ve fiyat güncellemesi gibi konularda maliyetleri azaltmasından dolayı kullandıklarını”* ve K3 ise *“müşteri memnuniyetini artırmak”* için kullandığını belirtmiştir. Ayrıca klasik menülerde menü bastırıldıktan sonra belli bir maliyeti olmaktadır. Belli bir süre sonra menüler yıprandığından dolayı ya da ürün ve fiyat değişikliği olduğunda da basılmış olan menülerin tamamının değiştirilmesi gerektiğinden işletmelere bir maliyet oluşturmaktadır. Bununla birlikte karekod menüler dijital ortamda olduğundan düzenleme ve güncelleme yapılması daha kolay ve daha az maliyetlidir. Tablo 2’de karekod menü kullanmalarının nedenleri kategorisine ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bilgilerin temaları, kodları ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 2.** “Karekod Menü Kullanmalarının Nedenleri” Kategorisine İlişkin Bulgular

Temalar	Kodlar	Frekans
Hijyen	Teması azaltması	3
	Hijyenik olması	2
Salgın hastalıklar	Covid-19 pandemisi	3
Kolaylık	Menü güncellemesi (aylık, ürün, fiyat vb.)	2
Fiyat	Klasik menüye göre maliyetleri azaltması	1
Memnuniyet	Müşteri memnuniyetini artırması	1

**“Karekod menü kullanmanızın müşterilere sağladığı faydalar nelerdir?”** sorusuna katılımcılar; K1 *“güncel menüye hızlı erişim”*, K2 *“daha hızlı, görselin daha iyi ve canlı olması ve müşteri memnuniyetini sağlaması”*, K3 *“hijyenik olması, ayrıntılı ve detaylı inceleme”*, K4 *“...teması azaltması en az seviyeye indirmesi ve hijyenik olması”* ve K5 *“müşterilerin istek ve önerilerini istedikleri dakikada yetkililere ulaştırabilmesi”* şeklindedir. Müşterilere karekod menülerin sağladığı faydaların ise özellikle dijital ortamda görsellerin daha iyi ve canlı olarak yer alması, menüyü daha detaylı ve ayrıntılı inceleme olanağı sunması, müşteri memnuniyetini artırması şeklinde olduğu görülmektedir. Ayrıca müşterilerin istek, öneri ve şikayetlerini karekod menüler aracılığı ile doğrudan yetkili kişi ve yöneticilere ulaştırabilmesi de müşterilere sağladığı faydalardan biridir. Tablo 3’te karekod menü kullanmanın müşterilere sağladığı faydalar kategorisine ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bilgilerin temaları, kodları ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 3.** Karekod Menü Kullanmanın Müşterilere Sağladığı Faydalar Kategorisine İlişkin Bulgular

Temalar	Kodlar	Frekans
Hijyen	Hijyenik olması	2
	Teması azaltması	1
Erişim kolaylığı	Güncel menüye hızlı erişim	1
	QR kodun daha hızlı olması	1
	Menüyü ayrıntılı ve detaylı inceleme	1
Memnuniyet	Müşteri memnuniyetini sağlaması	1
	Müşteri istek ve önerilerini yetkililere hızlı ulaştırması	1

**“Karekod menü kullanmanızın işletmenize sağladığı avantajlar nelerdir?”** sorusuna katılımcılar; K1 *“büyük rezervasyon gruplarına önceden menünün linkini QR kodu gönderip, müşteri gelmeden önce yemeklerin seçilmesi kolaylığı”*, K2 *“kağıt kullanımını azalttığı için daha çevreci olması ve menülerde maliyet düşürmesi (QR menüde fiyat, görsellik ve ürün çeşitliliği üstünde kolay değişiklik ve güncelleme yapılması)”*, K3 *“menü değişimindeki finansal tasarruf”*, K4 *“menülerin yıprandıktan sonra yenilenme maliyetini en aza indirmesi....”* ve K5 *“menü masraflarından kurtarması”* şeklindedir. Karekod menü kullanmanın işletmelere sağladığı faydalar değerlendirildiğinde de özellikle menü maliyetlerini azalttığı ve kâğıt kullanımını azaltmasından dolayı daha etkin şekilde çevreyi ve doğal kaynakları koruyan bir uygulama olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Ayrıca restoran işletmelerine, önceden sipariş alma kolaylığı sağladığından zaman ve müşteri memnuniyeti açısından da avantajlar sağladığı söylenebilir. Tablo 4’te karekod menü kullanmanın işletmeye sağladığı avantajların neler olduğu kategorisine ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bilgilerin temaları, kodları ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 4.** “Karekod Menü Kullanmanın İşletmeye Sağladığı Avantajlar” Kategorisine İlişkin Bulgular

Temalar	Kodlar	Frekans
Fiyat	Menü değişikliğinde finansal tasarruf	3
	Maliyeti düşürmesi	1
Kolaylık	Görsel ve çeşitlilik üstünde kolay değişiklik	1
	Menü güncelleme kolaylığı	1
	Büyük rezervasyon gruplarında yemeklerin önceden seçilmesi kolaylığı	1
Diğer	Kâğıt kullanımını azalttığı için daha çevreci olması	1

**“Karekod menü kullanımının ortaya çıkardığı dezavantajlar nelerdir?”** sorusuna katılımcılar; K1 *“teknolojiye uyum sağlayamayan, alışamayan müşterilerin kaybı”*, K2 *“özellikle ileri yaş grubunun teknolojiye adapte olamaması”*, K3 *“genç grubun az olması ileri yaş grubunun da teknolojiyi kullanamaması”* ve K4 *“yaş grubu olarak yaşlı müşterilerin zorluk çekmesi”* şeklindedir. Genel olarak bütün katılımcılar, müşterilerin uygulamayı kullanmada özellikle ileri yaştaki müşterilerin zorluk çekmesinden ve teknolojiye ayak uyduramamasından dolayı karekod menü kullanmanın dezavantajlı olduğunu belirtmişlerdir. Tablo 5’te karekod menü kullanmanın dezavantajlarının neler olduğu kategorisine ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bilgilerin temaları, kodları ve frekansları yer almaktadır.



**Tablo 5.** “Karekod Menü Kullanmanın Ortaya Çıkardığı Dezavantajlar” Kategorisine İlişkin Bulgular

Temalar	Kodlar	Frekans
Teknoloji	İleri yaş grubu müşterilerin teknolojiye adapte olamaması	4
	Teknolojiye alışamayan müşterilerin kaybı	1
Diğer	Genç yaş grubunun az olması	1

“Müşterilerinizin karekod menü kullanımı ile ilgili geri dönüşleri nasıldır?” sorusuna katılımcılar; K1 “karekod menü kullanan müşteriler hızlı sipariş verebilmelerinden dolayı memnun”, K2 “erişilebilirlik kolaylığı olması açısından gayet olumlu”, K3 “fazla ilgi olmamasından dolayı geri dönüş olmuyor”, K4 “hijyenik ve daha kullanışlı olması açısından geri dönüşler olumludur” ve K5 “olumsuz” şeklindedir. Genel olarak katılımcılar, karekod menü kullanımına müşterilerden gelen geri dönüşlerin olumlu olduğunu söylemişlerdir. İşletmelerde karekod menü kullanamayan müşterilerin geri dönüşlerinin “olumsuz” olduğunu belirtmişlerdir.

“Karekod menü kullanımında karşılaştığınız sorunlar nelerdir?” sorusuna katılımcılar; K1: “eski telefonların QR kodu açmaması”, K2: “alışkanlıklar gereği klasik menü beklenilmesi ve masadaki QR kodun görülmemesi”, K3: “...hitap edilen genç grubun fazla olmaması...”, K4: “müşterilerin bağlantı sırasında zorluk çekmesi ve yaşlı müşterilerin bağlanamaması” ve K5: “...müşterilerin QR menüye girdikten sonra ürünlere ulaşmakta zorluk çekmesi” şeklindedir. Karekod menü kullanımında karşılaşılan sorunlar özellikle alışkanlıklardan kaynaklı ortaya çıktığı söylenebilir. Ayrıca bağlantı sorununun yaşanması ve ileri yaş grubundaki müşterilerin uygulamayı kullanamamalarından kaynaklı sorunların olduğu tespit edilmiştir. Tablo 6’da karekod menü kullanımında karşılaşılan sorunlar kategorisine ilişkin katılımcıların vermiş oldukları bilgilerin temaları, kodları ve frekansları yer almaktadır.

**Tablo 6.** “Karekod Menü Kullanımında Karşılaşılan Sorunlar” Kategorisine İlişkin Bulgular

Temalar	Kodlar	Frekans
Teknoloji	Eski telefonların QR kodu açmaması	1
	Bağlantı sırasında zorluk yaşanması	1
	İleri yaş grubu müşterilerin QR kodu kullanamaması	1
Diğer	Alışkanlıklar gereği klasik menü beklenilmesi	1
	Masadaki QR kodun görülmemesi	1
	Hitap edilen genç yaş grubunun az olması	1
	Ürünlere ulaşmakta zorluk yaşanması	1

## TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde teknolojik alanlarda yaşanan gelişmeler gündelik hayatın her alanını etkilediği gibi işletmeleri de yakından ilgilendirmekte, değişime ve gelişime açık hale getirmektedir. Çekirdek ürünü “hizmet” olan turizm endüstrisi de dijitalleşen dünyadan etkilenmekte ve hızla bu değişime uyum sağlamak durumundadır. Teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, akıllı telefonların yaygınlaşması, bu tarz teknolojilere erişimin daha kolay hale gelmesi gibi nedenlerden dolayı restoran işletmelerinin uzun zamandır dijital menü ile ilgili çalışmalarının ve uygulamalarının olduğu görülmektedir. Covid-19 pandemisinden önce özellikle istek, şikâyet ve önerilerin doğrudan ilgililere iletilmesi amacıyla kullanılan karekod menüleri, pandemiyle

birlikte teması azaltmaları ve hijyenik olmaları gibi avantajlarından ötürü daha yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bunun öncesinde karekod menülerin restoran işletmeleri tarafından pandeminin yaşandığı ilk günlerdeki gibi ve normalleşmeye geçildiği zamanlardaki gibi yaygın olarak kullanılmadığı dikkat çeken bir husustur. Bu nedenle pandeminin karekod menülerin yaygınlığını hızlandırdığı ve arttırdığı söylenebilir. Karamustafa vd., (2021) ve Okat vd., (2020) yapmış olduğu çalışmalarda da özellikle pandemiden dolayı karekod menü kullanımının öneminin arttığını belirtmişlerdir.

Özellikle pandemi koşulları göz önüne alındığında karekod menü kullanmanın en önemli nedenlerinden biri hijyenik olması ve teması azaltmasıdır (Bonfati, vd., 2021). Araştırmaya katılan restoran işletmelerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda da karekod menü kullanımının; hijyenik olması, teması azaltması, zamandan tasarruf sağlaması, müşteri memnuniyetini artırması, maliyeti azaltması, hızlı olması, görselin zenginliği, ürün çeşitliliği, menü değişikliklerinde ve güncellemelerinde kolaylık sağlaması gibi birtakım avantajlar sağladığı görülmektedir. Şimşek ve Kızıldemir'in (2019) yaptıkları çalışmanın sonucunda karekod menülerin en büyük avantajının hızlı ve güvenilir olmaları, Cinnioğlu ve Demirdelen (2018) yaptıkları çalışmanın sonucunda da müşteri memnuniyetini sağlamaları olduğu ortaya konulmuştur. Görüldüğü gibi karekod menüler hem işletmelere hem de müşterilere yönelik ciddi kolaylıklar sunmaktadır. Bu nedenle, henüz bu teknolojiyi kullanmayan restoran işletmelerine karekod menüler hakkında yeterli bilgilendirme yapılması ve kolaylaştırıcı eğitimler verilmesi önerilebilir.

Bununla birlikte ileri yaş grubunun teknolojiye uyum sağlayamaması, karekod okuma özelliği olmayan telefonların kullanılması, müşterilerin alışkanlıklarından dolayı karekod menü istememeleri gibi dezavantajları da bulunmaktadır. Ayrıca işletmelerin karekod menü kullanan müşterilerden olumlu, kullanamayanlardan ise olumsuz yönde geri bildirimler aldıkları ortaya çıkmıştır. Özellikle bu geri bildirimler, karekod menülerin geliştirilmesinde dikkate alınmalı, kullanım kolaylığı sağlanarak müşterilerin bu teknolojiye uyum göstermelerine yardımcı olunmalıdır. Bu noktada, bu tür menülerin oluşturulması profesyoneller tarafından yapılmalı ve takibi gerçekleştirilmelidir. Gelecekte birçok şeyin dijital ortama kayması beklense de bu geçişin geleneksel uygulamaların hızlı bir şekilde terk edilerek yapılması, müşterilerin karekod menülere olan adaptasyonunu zorlaştıracaktır.

Araştırma restoran işletmecilerinin ve yöneticilerinin karekod menülere bakış açısını ortaya koymak amacı ile yapılmıştır. Bu uygulamaların önemli bir paydaşı olan müşterilerle de yapılacak bir araştırma, söz konusu avantaj ve dezavantajların daha net biçimde sergilenmesine yardımcı olacaktır. Farklı bölge ve dönemlerde de yapılacak araştırmalarla daha genel sonuçlara da ulaşılabileceği düşünülebilir.

Bu araştırmanın bir diğer sınırlılığı ise sadece Amasya'da faaliyet gösteren ve araştırmaya gönüllü olarak katılan ve karekod menü kullanan sınırlı sayıda restoran işletmesi ile gerçekleştirilmesidir. Pandemiden önce müşteri memnuniyeti gibi nedenlerden dolayı kullanılmaya başlayan karekod menü kullanımı özellikle pandemi döneminde teması azaltması ve hijyenik olması gibi nedenlerden dolayı kullanımı oldukça yaygınlaşmıştır ve birçok işletme tarafından zorunlu olarak kullanılmıştır. Fakat pandemiden sonraki dönemlerde karekod menü kullanımının gözle görülür derecede azaldığı dikkat çekmektedir. Teknolojinin hayatımızı kolaylaştırdığı ve karekod menü kullanımının hem restoran işletmelerine hem de müşterilere sağladığı faydaları göz önüne alındığında bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda bu durumun nedenleri araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Asare, I. T. and Asare, D. (2015). The Effective Use of Quick Response (QR) Code as a Marketing Tool, *International Journal of Education and Social Science*, 2(12): 67-73.
- Bashir, I., Naik, J. and Madhavaiah, C. (2013). Potential Business Applications of Quick Response (QR) Codes, *Prajnan*, 41(4): 353-366.
- Bayrak, T. ve Daşpınar, S. (2021). Pandemi Döneminde Temassız Teknolojilerin Kullanılması Üzerine Bir Araştırma: QR Kod Örneği, *Communication and Technology Congress – CTC 2021*, April 12th-14th, 2021 – Turkey, Istanbul. ss: 877-888.
- Bonfati, A., Vigolo, V. and Yfantidou, G. (2021). The Impact of the Covid-19 Pandemic on Customer Experience Design: The Hotel Manager's Perspective, *International Journal of Hospitality Management*, 94: 102871.
- Canadi, M., Höpken, W. and Fuchs, M. (2010). Application of QR Codes in Online Travel Distribution, *In ENTER*, 10: 978-3.
- Cankül, D. (2019). İşletmelerde Yenilik Uygulamaları: Restoran İşletmeleri Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 3(2): 225-240.
- Cata, T., Patel, P.S. and Sakaguchi, T. (2013). QR Code: A New Opportunity for Effective Mobile Marketing, *Journal of Mobile Technologies, Knowledge and Society*, 2013: 1-7.
- Cinnioğlu, H. ve Demirdelen, D. (2018). Kare Kodların (QR Code) Restoran İşletmelerinde Kullanımının Belirlenmesi: İstanbul Örneği, VII. Ulusal III. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Mersin Üniversitesi. Mersin ss: 100-109.
- Fahmy, T. M. and Al-Azab, M. R. (2016). Evaluation of the Tourist Acceptance of Quick Response (QR) Code: Using Technology Acceptance Model, *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research MJTHR*, 1(2): 49-74.
- Gunathilake, A. G. K. S. and Dassanayake, D. M. C. (2021). Innovative Changes in Restaurant Operations to Cope with COVID-19: A Study of Upscale Restaurants in Colombo, Sri Lanka. <http://repository.rjt.ac.lk:8080/bitstream/handle/123456789/3221/148.pg.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Erişim Tarihi: 17.10.2021.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe- Yöntem- Analiz*. (4. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ivkov, M., Blešic, I., Simat, K., Demirovic, D., Božic, S. and Stefanovič, V. (2016). Innovations in the Restaurant Industry -an Exploratory Study, *Economics of Agriculture*, 63(4): 1169-1186.
- İflazoğlu, N. ve Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin COVID-19 Salgını Sürecinde Yiyecek-İçecek İşletmelerinden Bekledikleri Hizmetin Niteliğine İlişkin Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4): 3362-3377.
- Karamustafa, K., Ülker, M. ve Akçay, S. (2021). Covid-19 Salgınına Bağlı Olarak Yiyecek ve İçecek Hizmet Süreçlerindeki Değişimler Üzerine Nitel Bir Araştırma, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 13(1): 33-69.
- Koçak, A. ve Arun, Ö. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu, *Selçuk İletişim*, 4(3): 21-28.

Lou, L., Tian, Z. and Koh, J. (2017). Tourist Satisfaction Enhancement Using Mobile QR Code Payment: An Empirical Investigation, *Sustainability*, 9(7): 1186, 1-14.

Okat, Ç., Bahçeci, V. ve Ocak, E. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Neden Olduğu Krizin Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 4(2): 201-218.

Özyazgan, V., Uzun, V. ve Bilgin, S. (2016). Evaluation of the QR Code Fabric Tag System for Textile Companies in Turkey, *Tekstil ve Mühendis*, 23(102): 126-139.

Ragila, V. V., Varghese, R., Soorya, R. K. and Shimna, P. K. (2017). Advanced Menu Ordering System in Restaurants, *International Research Journal of Innovations in Engineering and Technology*, 1(1): 24.

Singh, S. (2016). QR Code Analysis, *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 6(5): 89-92.

Statista (2021). At Which of These Places Would You Use a QR Code as Payment. <https://www.statista.com/statistics/374671/mobile-payment-non-digital-services>, Erişim Tarihi: 15.02.2022.

Şimşek, E. ve Kızıldemir, Ö. (2019). Restoranlarda Karekod Kullanımı: Beyoğlu Üzerine Bir Araştırma, *Ulusal-Uluslararası Turizm Kongresi*, 874-880.

Tan, T. (2021). Digital Menu for Restaurants in Finland as a Saas Web Application: Definition, Functionality, Feasibility. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/500243/TimurTan2021.pdf?sequence=2&isAllowed=y> Erişim Tarihi: 17.10 2021.

Vuksanović, N., Bajrami, D. D., Petrović, M. D. and Grigorieva, E. M. (2020). QR Codes as a Tool for Receiving Feedback about Guests' Satisfaction at Destinations, *Journal of Place Management and Development*, 14(1): 19-31.