



ZİNCİR YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİNDE DİJİTAL DÖNÜŞÜM: İSTANBUL ÖRNEĞİ (DIGITAL TRANSFORMATION IN CHAIN FOOD AND BEVERAGE BUSINESSES: THE CASE OF İSTANBUL)

Ecem AKAY^{1*} (orcid.org/ 0000-0001-8618-7248)

Ecem İNCE KARAÇEPER² (orcid.org/ 0000-0003-4896-5533)

¹Doğuş Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye

²İstanbul Kent Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, İstanbul, Türkiye

Özet

Bilgi çağı olarak adlandırılan 21. yüzyıl, küreselleşmenin ve dijitalleşme kavramlarının hızlı bir biçimde yaşandığı, Dünya genelinde Endüstri 4.0 kavramının öne çıktığı bir dönemin başlangıcı olmuştur. Günümüz koşullarında, gastronomi alanında da gıda ürünlerinin üretim, dağıtım ve servis edilme aşamalarında gelişen teknolojinin olanaklarından faydalanılmaktadır. Çalışmanın amacı, zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşüm, kullanılan teknolojik cihazlar ile bu işletmelerdeki operasyonel algı ve tutumun incelenmesidir. Çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örneklem yönteminin kullanıldığı çalışmada, evreni en iyi temsil edeceği düşünülen ulusal merkezli markanın yöneticilerinden oluşan 15 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen veriler Maxqda Pro2020 analiz programıyla çözümlenerek analiz edilmiştir. Alan yazın incelendiğinde, ulusal ve uluslararası kapsamda zincir yiyecek içecek işletmelerinin dijital dönüşüm uygulamalarını detaylı bir şekilde ele alan başka bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın, ulusal ve uluslararası alanda önem arz ettiği düşünülmektedir. Analizler, katılımcıların ifadelerine dayanarak iki ana tema tespit edildiğini göstermektedir. Marka dijital dönüşüm uygulamaları ve dijital dönüşüm uygulamalarının avantajları ana temaları ifade ederken bu ana temalar, uygun alt başlıklar ile detaylandırılarak açıklanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, dijital dönüşüm uygulamaları teknolojiyi takip edebilmek, maliyet kontrollerini yapabilmek ve sürdürülebilirlik uygulamalar içerisinde bütünleşmiş operasyonel uygulamaları kullanılarak misafir beklentilerinin karşılanmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi 4.0, Zincir Yiyecek ve İçecek İşletmeleri, Dijital dönüşüm

Abstract

The 21st century, which is called the information age, has been the beginning of a period in which globalization and digitalization concepts are experienced rapidly and the concept of Industry 4.0 has come to the fore worldwide. In today's conditions, the opportunities provided by developing technology are utilized in the production, distribution, and service stages of food products in the field of gastronomy. The aim of the study is to examine the digital transformation in chain food and beverage businesses, the technological devices used, and the operational perception and attitude in these businesses. Qualitative research method was used in the study. In the research, in which purposive sampling method was used, face-to-face interviews were conducted with 15 participants consisting of the managers of the brand, which is thought to best represent the universe. The data obtained from the interviews were analyzed with Maxqda Pro2020 analysis program. When the literature is examined, it is seen that there is no other study that deals with the digital transformation practices of chain food and beverage businesses in a national and international context in detail. For this reason, the study is regarded as having national and international significance. The analysis shows that two main themes were identified based on the statements of the participants. The main themes of brand digital transformation applications, and the advantages of digital transformation applications have been detailed and explained with appropriate subheadings. According to the findings, digital transformation applications play an important role in meeting guest expectations by utilizing integrated operational practices within sustainability, enabling technology tracking, and cost control.

Keywords: Gastronomy 4.0, Chain Food and Beverage Businesses, Digital Transformation

Giriş

Dijitalleşme, kavramsal olarak toplumu, iş yapılış biçimlerini ve süreçlerini değiştiren önemli trendlerden biri olarak tanımlanmaktadır. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm kavramı “dijital teknolojilerin” gündelik hayatın her

*Sorumlu yazar: eakay@dogus.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2024.418

alanında kullanımına ilişkin değişiklikler” anlamına gelmektedir. Dijital dönüşüm ilk olarak 1990’lı yıllarda kullanılan ilk ticari web sitelerinin tanıtımı ile başlamıştır (Topsakal, Bahar, Yüzbaşıoğlu, 2020).

Geleneksel uygulamalarla yürütülmekte olan birçok konu, teknolojinin sunmuş olduğu imkanlar ile hızlı bir şekilde değişmeye ve işletmelere değer katmaya başlamıştır. Dijital dönüşüm olarak adlandırılan bu süreç günlük hayatın bütününe kapsayan alanda kişileri, toplumu, işletmeleri ve endüstri kollarını şekillendiren bir dönüşüm sürecidir. Söz konusu dijital dönüşüm süreciyle sektörün bütün iş kollarında ve her alanında nesnelere interneti, yapay zekayı, sanal gerçeklik uygulamalarını, akıllı sensörleri, sanal artırılmış gerçeklik uygulamalarını, akıllı robotları ile bulunduğu yüzyılda hizmet sektörüne yön vermektedir (Gürbüz, 2021).

Kavramsal olarak endüstri 4.0 ilk olarak 2011’de Hannover fuarında ele alınmıştır. Söz konusu kavram, büyük veri toplayan, veri kurabilen, mevcut verilerin analizini yapabilen, bu analizler neticesinde kullanılan, iletişim sağlayan bir dijital girişim yaratmak için akıllı dijital teknolojiler ile gelişmiş operasyonları ve üretim tekniklerini içeren, daha fazla akıllı eylemleri fiziksel dünyaya sunan yeni bir endüstri devrimidir (Topsakal, vd., 2020). Yaşam tarzında yeni olarak karşımıza çıkan teknolojik gelişmelerin odağı endüstri 4.0 günlük yaşamın her alanında interneti, tableti, robotları ve teknolojik aletleri kullanıma sunmuştur. Buradan hareketle hizmet sunan işletmelerin mevcut rekabet ortamında müşterilerine sunmuş oldukları avantajlarda çeşitlenmekte ve bu artan rekabet ortamında misafir memnuniyetini ve deneyimini ön planda tutmaktadır. Müşteriler ile iletişim kurmayı sağlayan mobil uygulamaların ve buna bağlı otomasyon sistemlerinin devreye girmesi, menü bilgilendirmeleri için “QR kod” sistemlerinin dahil edilmesi, mobil ödeme sistemlerinin uygulanması gibi işlemler kolaylaştırıcı, konforun ön planda tutulmasını sağlayan bir anlayış olarak günlük hayata dahil olmaktadır (Gürbüz, 2021). Endüstri 4.0 süreçleri ile otomasyon uygulamalarını ve optimizasyonu sağlayabilir. İşletmeler için maliyetlerden tasarrufu sağlayarak, üretim hızını artırarak, hata oranını ise önemli ölçüde azaltarak üretkenliği ve karlılığı artırabilir (Topsakal, vd., 2020). Hizmet sektöründe faaliyet gösteren bir işletmenin varlığını sürdürebilmesinin en önemli rekabet avantajı insan kaynağı olmakla birlikte personelin özenle seçilmesi, eğitimlerle desteklenmesi ve motivasyon kaynaklarının sunulması hayati bir önem arz etmektedir. Hizmet sektöründe nispeten düşük maliyetli robotların var olması ile rekabet avantajı ortaya çıkmaktadır. Yapay zekâ eğitimi için kıymetli veriler ile bilgilere sahip olmak, söz konusu sistemin işlenmesinde sağlanan maliyetin avantajı, ölçek ekonomisi stratejileri ve kapsam sunacaktır (Wirtz vd.,2018, akt: Çallı ve Çallı, 2021).

Ulusal ve uluslararası çalışmalar incelendiğinde, ulusal ve uluslararası kapsamda zincir yiyecek içecek işletmelerinin dijital dönüşüm uygulamalarını detaylı bir şekilde ele alan bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Bu sebeple çalışmanın yerel ve küresel alanda önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda araştırmanın örneklemini oluşturan zincir yiyecek içecek işletmelerinde çalışmakta olan yöneticiler ile 6 soruluk yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Bu yöntemin seçilmesindeki temel esas, araştırılan konuya karşı derin bir analizin hedeflenmesidir. Zincir yiyecek içecek işletmeleri bir merkez üzerinden yönetildiği için denetlenebilirliği zordur. Yanı sıra günceli takip edebilme ve iyileştirme faaliyetlerine daha çok operasyonel zaman ayırmak zorundadır. Ancak, bu işletmeler yenilikleri takip ederek, dijital sistemleri gastronomik deneyimlere entegre ederek mevcut pazarda rakiplerinden ayrılmaktadır. Bu sebeple çalışma amacı zincir yiyecek içecek işletmelerinin uygulamalarını ortaya koymaktır.

Kavramsal Çerçeve

Hizmet Endüstrisi ve Dijital Dönüşüm

Hizmet kavramı, iş süreçlerini ve faaliyetleri içermektedir. Soyut ve somut olan bütün mallar günümüzde ürün kapsamına alınmaktadır. Günümüzde dijital teknoloji sistemleri, mevcut iş organizasyonlarının büyümesine katkı sunmuş, bununla birlikte özellikle eğitim, sağlık, ulaşım, turizm vb. endüstrilerde hizmet maliyetlerinin azalmasını sağlamıştır. Hizmet sektöründe iş akışlarının verimli olabilmesi ve müşteri memnuniyetlerinin maksimum seviyede tutulması önem arz etmektedir. Özellikle son yıllarda hizmet ürünlerinin tüketimi konusunda meydana gelen artış ile üretim miktarını da artırmaktadır. Tüketimdeki yoğun artış taleplerde de artışa neden olmaktadır. Talepteki artış ise küresel ekonomilerin oluşmasını sağlamaktadır. Somut malların tüketiminin aksine hizmetlerin tüketiminde sınırlama bulunmamaktadır (Barış, 2021).

Önceki senelerde hizmetlerin tüketiminin ve büyümelerinin kısıtlı olmasının sebebi sözü edilen hizmetlerin yerel kaynaklardan elde edilmesiydi. Zira yerel kaynaklar tarafından elde edilen hizmet üretime dair talepleri de sınırlandırmaktaydı. Dijital dönüşüm ile üretimin temelinde değişim yaşanmıştır. Dijital teknoloji, hizmetlerin çeşitli yollar ile sunulmasını, hizmetlerin dağıtımında yeni kanalların meydana gelmesini, bu dağıtımlardaki araçların azalmasını ve müşterilerle olan ilişkilerin tazelenmesini ve yeni ödeme sistemlerinin meydana gelmesini sağlamıştır (Scherbakova, 2019).

Dijital dönüşüm uygulamaları son yıllarda teknolojik sistemleri ve hizmet sektörünü birleştirmeyi zorunlu hale getirmektedir. Dijital dönüşüm uygulamalarının geçiş döneminde verilerin elde edilebilirliği, yapay zekâ teknolojisi, çeşitli ortaklıklar gibi parametreler rekabet unsuru olmaktadır. Özellikle bilgi teknolojilerinin, müşteri ile buluşmasını sağlayan dijital dönüşüm tüm sektörü değiştiren yeni bir iş modeli yaratmaktadır. Söz konusu yeni iş modeli de müşteri değeri yaratan rekabet gücü olarak sunuluyor (Chin ve Lee, 2022).

Rekabete dayalı organizasyonların oluşturulması, işletmelerin devamlı gelişmesi, tüketicilerin tercihlerine göre iş çevrelerinin oluşması işletmelerde önem arz etmektedir. Dijitalleşme ile işletmelerde sunulan mal ve hizmetleri değişime uğratmış olmakla birlikte uzmanlar ve araştırmacılar, söz konusu organizasyonların iş akışlarında değişim olacağını düşünmektedir. Dijitalleşme kavramı; salt operasyon sürecinin sayısal verilerle desteklenmesi değil aynı zamanda işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerde oluşan değişim anlamına da gelmektedir. İşletmelerde rekabet avantajı sağlayan teknolojik uygulamalar, dijital değer yaratmak için uzun vadeli stratejik uygulamalarda önem arz etmektedir (Ayдын ve Çakır, 2022).

Dijital inovasyon, işletmeler için stratejik yenileme olarak adlandırılan iç süreçlerin ya da temel becerilerin dönüştürülmesiyle işletme organizasyon yapısında değişikliklere sebep olmuştur. Hizmete dayalı sistemlerde dijital dönüşüm süreci organizasyon yapısını rakiplerinden farklılaştırma çabasını gerektirmektedir. Rekabet avantajını elde tutabilmek için işletmeler ancak sürdürülebilir iş organizasyonları uygulamalıdır (Chin, vd., 2022). Hizmet sektöründeki organizasyonlar, dış kaynaklar yolu ile elde etmiş oldukları bilgiler ile değişime ve dönüşüme tabii olmaktadır. Dijitalleşme de güncel ve yeni olan ile doğrudan ilişki içerisindedir. TÜSİAD'ın 2016 yılı verilerince Dördüncü Sanayi Devrimi'nde tüketimde kullanılmakta olan dijitalleşme uygulamalarının ülke ekonomisine sağlayacağı katkılar şu şekilde belirtilmiştir: Verimlilik, büyüme, yatırım, istihdam (Barış, 2021).

Verimlilik; Dijitalleşme uygulamalarının sanayi sektöründe artışı ile üretim sektörüne yaklaşık 50 milyar lira katkının sağlanması beklenmektedir. Büyüme; Dijitalleşen sanayi ile küresel rekabette avantaj elde edilecek olup üretimde yıllık yaklaşık %3 oranında bir artış olması ön görülmektedir. Yatırım; Dijital teknolojilerin üretimde kullanılması gelecek 10 yılda her yıl 10-15 milyar lira yatırım kapasitesinin oluşabileceği şeklinde yorumlanmaktadır. İstihdam; Dördüncü Sanayi Devrimi ile eğitilmiş ve nitelikli, gelir seviyesi yüksek işgücünün oluşacağı öngörülmektedir. Öte yandan, niteliksiz işgücüne istihdamda ihtiyacın azalacağı da tahminler arasındadır (Türk Sanayiciler ve İş İnsanları Derneği, 2016, akt: Barış, 2021).

Gastronomi 4.0 Ve Restoran İşletmelerinde Dijital Dönüşüm

Kentleşmenin artması, kadının iş hayatında aktif rol alması, teknolojinin gelişmesi, insanların keşfetme ve seyahat isteklerinin yoğunlaşması ev dışı yeme içme ihtiyaçlarının artışlarına da sebep olmaktadır. Bu bağlamda her geçen gün yiyecek içecek işletmelerine olan yönelim de artmaktadır. Ev dışı tüketim alışkanlıklarının hızlı değişiminin sonucu olarak yiyecek içecek sektöründe de büyüme meydana gelmiştir. Böylece toplumu oluşturan bireylerin yeme içme gereksinimlerini karşılamak üzere yiyecek içecek endüstrisinde varlıklarını konumlandıran restoran hizmetlerinin işlevlerine de daha fazla önem atfetmiştir (Aktaş, 2001, akt: Durum,2022). Yiyecek içecek işletmelerinin her geçen gün sayısı artmaktadır. Varlıklarını çeşitli lokasyonlarda konumlandıran zincir yiyecek içecek işletmelerinde sunulmakta olan ürün çeşitliliği ve tüketicinin taleplerindeki hızlı değişim ile beklentilerinden restoran işletmeleri arasında rekabet artmaktadır (Hazarhun ve Yılmaz 2020).

Gastronomi 4.0 kavramı, yiyecek ve içekte dijitalleşme uygulamaları ve denemeleri olarak tanımlanmaktadır. Söz edilen dönüşümün çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Sebeplerden biri de günümüze kadar yaşanan ve gelecekte artarak yaşanması beklenen küresel kıtlık ve açlık tehlikesidir. Birleşmiş Milletlerin üzerinde çalıştığı bir konu olmakla birlikte nüfusun artışı, insan ömrünün uzaması sürdürülebilir nitelikte yiyecek – içecek politikalarının da önemini artırmaktadır. Alan yazında incelenen çalışmalarda, 2017 yılında yayınlanan Birleşmiş Milletler raporuna istinaden, insan nüfusunun 2050 yılında 9,8 milyara yaklaşacağını, bütün insanlığın beslenebilmesi için %70 daha fazla gıda üretilmesi gerekeceğini ön gördüğünü belirtmiştir (Özdemir ve Özdemir, 2019). Gastronomi sektöründe yapılabilecek dijital dönüşümlerin veya yeniliklerin kilit rol üstlendiği düşünülmektedir. Söz konusu dijital dönüşüm sebeplerinden biri de restoranlar başta olmakla birlikte yiyecek içecek endüstrisinde faaliyetlerini göstermekte olan markaların varlıklarını sürdürebilmeleri ve rakip markalarla rekabetleri ile ilgilidir. Yiyecek içecek işletmelerinin üretim faaliyetlerinden servise kadar ki sürecinde ve bununla birlikte atık politikalarına kadar Endüstri 4.0'ın sunmuş olduğu imkanları etkili biçimde kullanmaya aday oldukları, yayınlanan raporlara göre de Endüstri 4.0'ın yeme – içme endüstrisini sarsmak üzere olduğuna dair açıklamalar mevcuttur. Tarihsel süreç göz önüne alındığında yemeğin geçirmiş olduğu yolculukta; teknolojik, sosyokültürel, politik, felsefi ve sanatsal alanlardaki değişimler sürekli gelişime

katkı sunmakla birlikte gerek gıdayı gerekse de mutfağı etkilemiştir. Gastronomi 4.0 alanında da kullanılmaya başlanan, Endüstri 4.0 alanında da kullanımı başlayan dijital uygulamalar aşağıdaki gibidir (Yıldız ve Davutoğlu, 2020):

- Nesnelerin interneti (IOT)
- Bulut Sistemleri
- Ek Üretim ve 3D baskı
- Endüstriyel Büyük Veri
- Ön Bellek Teknolojileri (Artırılmış Gerçeklik / Sanal Gerçeklik / Bilgisayar Görüşü)
- Otomasyon ve Akıllı Robotlar
- Siber Güvenlik

Kavramsal olarak Gastronomi 4.0 veya dijital gastronomi “*Öncelikle insanlığın temel gereksinimlerini karşılamak ve sonrasında duyulara hitap etmek için duyulara hitap eden, sağlıklı beslenme, hijyen vb. anlamlarda beklentileri karşılamak için; özellikle 3D baskı, endüstriyel büyük veri, otomasyon ve akıllı robotlar, siber güvenlik gibi yüksek teknoloji yöntemleriyle yeterli, sağlıklı ve uygun gıdaların üretilmesi*” olarak ifade edilebilir (Yıldız ve Davutoğlu, 2020).

Küresel endüstriler son yıllarda sadece teknolojik değişikliklerle karşı karşıya kalmamıştır. Teknolojik dönüşümün yanı sıra daha çok ürün geliştirme, daha çok esneklik ve tepkisellik, artmakta olan karmaşıklığa ve müşterilerin değişen taleplerine istinaden hızlı teknolojik dönüşüm ile yasal gerekliliklere de sebep olmuştur (Durum, 2022). Değişen tüketici istek ve davranışları, sektörde yaşanan değişim ile artan rekabet ortamında varlığını sürdüren yiyecek içecek işletmeleri tüketici beklentilerini karşılamalıdır (Barber, Goodman, Goh, 2011).

Artan rekabet ortamında restoran işletmelerinin rakiplerini kendilerinden ayıracak hızı yakalayabilmeleri ancak teknolojik gelişmeleri takip etmek ve uyum sağlamak, Endüstri 4.0’ı ve Gastronomi 4.0’ı işletmelerine uyarlamaları ile mümkün görülmektedir. İlgili alan yazın incelendiğinde restoran işletmelerinde yenilik uygulamaları, teknolojik yenilik ile örgütsel yetenekleri de içeren çok boyutlu ürün, hizmet ve örgütsel yenilik ile ilişkili olduğu görülmektedir (Yıldız ve Davutoğlu, 2020). Ulusal Restoran Birliği’nin ABD’de 2030 yılına dair yayınlamış oldukları bir raporda; restoran işletmelerinin rakipleri ile rekabet edebilmeleri için mükemmel yemek yapmalarından ve iyi servis hizmetlerinden ziyade teknolojiye ve bilgiye de hâkim olmaları gerekmekte olduğu ifade edilmiştir. Bununla birlikte tedarik zincirinin, menü geliştirme çalışmalarının, personel ve müşteriler için aplikasyonların da önem arz edeceği belirtilmiştir (Keeler, 2019).

Gastronomi 4.0 ve Restoranlarda Kullanılan Robotik Sistemler

İnsanlığın yaradılışından günümüze kadar insanların temel ihtiyaçlarının başında beslenme gelmektedir. Günümüze kadar beslenme ihtiyacı ve şekli çeşitli değişime uğramıştır. Başlangıçta beslenme salt bir ihtiyaç iken günümüzde yemek yemek insanlar için temel ihtiyaçtan ziyade yenilecek yemeklerden lezzet alma, keşfetme, sosyalleşme aracı olarak görülme, keyifli vakit geçirmek için ayrıca bir zaman ayrılan aktivite haline dönüşmüştür (Durum, 2022).

Restoranlarda kullanılmaya başlayan robotik uygulamalara yönelik güncel birçok inceleme bulunmaktadır (Fust’e-Forn’e, 2021; Hazarhun ve Yılmaz 2020). Restoran işletmelerindeki teknolojik kullanımlara verilebilecek ilk örneklerden biri, bir restoranın menüsünde bulunmakta olan yiyecek ve içeceklerden hangisinin daha çok veya daha az tercih edildiğini sunan yazılım sistemleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte işletmeler stok ve mali kontrollerini de çeşitli otomasyon sistemleri aracılığıyla öğrenebilmektedir.

Günümüz teknolojisinde, restoran işletmeleri müşterilerine yiyecek ve içecek önerisinde bulunma, sipariş alma- sipariş getirme konusunda robot garson kullanımı görülmektedir (Şahin ve Yağcı, 2017). Söz konusu robot garsonlar yazılımları ile müşterilere hitap edebilmekte, tekrar ziyaretlerde de bir önceki siparişi hatırlayabilmektedir (Güner ve Aydoğdu, 2022). Yiyecek içecek işletmelerinde robot personel kullanımına yönelik uygulamalar arasında Tayland’daki etnik Japon Hajime Restoranı örnek verilebilmektedir. Sözü edilen yiyecek içecek işletmesinde Samuray kostümü giydirilen dört robot çalıştırılmaktadır ve bu robotlar müşterilere siparişlerini sunmaktadır (Pieska, Luimula, Jauhainen ve Spiz, 2013, akt: Güner ve Aydoğdu,

2022). Bununla birlikte bazı robotlar müşterilere gıda ürünlerini servis etmenin haricinde misafirleri eğlendirme amacı ile dans etmekte, şarkı söylemekte ve işletmenin temizlik işlerini de yapabilmektedir. Öte yandan müşterilerin istemiş olduğu kokteyllerin ve ürünlerin içeriklerinin oranlarını cep telefonları ile ayarlanması da bar robotları sayesinde sağlanabilmektedir. Bar robotları müşteri isteğine göre içecek yapabilmektedir (Hazarhun ve Yılmaz, 2020). Bir restoran zinciri olan Pizza Hut, Uzak Doğu'daki işletmelerinde robot kullanan bir başka örneği sunmakla birlikte "Pepper" ismini vermiş oldukları robotlardan faydalanmaktadır (Aydın ve Çakır, 2022).

Nesnelerin interneti ve big data (büyük veri) teknolojisi yaygın olmamakla birlikte son zamanlarda restoran işletmelerinde de kullanılmaya başlanmıştır. Nesnelerin interneti teknolojisi ile oluşturulmuş olan uygulamalarla müşterilere ücretsiz masa rezervasyonları ve park imkânı, yiyecek ve içecek siparişi, hesabı telefonda ödeme kolaylığının sunulduğu alan yazındaki çalışmalarda sunulmuştur. Bununla birlikte restoran işletmelerinde nesnelerin interneti akıllı mutfak uygulamalarında da kullanılabilir. Sözü edilen akıllı mutfak; restoran işletmeleri veya ev mutfaklarında kullanımı olan buzdolabı, mikser, fırın, kahve makinesi, pişirme cihazları vb. mutfak araçlarına yerleştirilmiş veya gömülü sensörler ve etkileşimli cihazlar ile bilgi işlem cihazı ile donatılması olarak tanımlanabilir. Kullanıcıların cep telefonlarını cihazlar ile birbirine bluetooth yoluyla entegre ederek mobil uygulamalar ile yapmak istediği uygulamalar aşamalı olarak gerçekleştirilmektedir (Rahman, 2016).

Türkiye'de robot kullanımının ilk kez uygulandığı, teknolojik yeme ve içme işletmesi unvanına sahip Touch Restaurant ise "Roszy ve Robby" isimlerini vermiş oldukları robotlarla müşterilerine hizmet sunmaktadır. Restoran işletmelerinde kullanılmakta olan robotların ortak nitelikleri müşteri siparişlerine yardımcı olabilmek ve müşterilere farklı bir deneyim yaşatabilmektir. Bunlara ek olarak Hazarhun ve Yılmaz (2020) Touch Restaurant'ta yapmış oldukları çalışmada Roszy ve Robby'nin personel sigortası, yol ücreti, prim ve yemek giderleri gibi maliyetlerini ortadan kaldırarak mevcut işletmenin tasarruflarına yönelik bir avantaj olduğunu tespit etmişlerdir. Restoran işletmelerinde robot kullanımının artması ile sıralanan avantajların yanı sıra söz konusu durumun dezavantajlarının olduğuna dair düşünceler de bulunmaktadır. Söz konusu düşüncelerden birisi de yeme ve içme ile başlayan ve iletişim ile devam eden gastronomik deneyimin ortadan kalkmasına sebep olabileceği yönündeki inançlardır. İnsan – robot arasındaki iletişimin yeme-içme deneyiminin değerinin kaybolmasına sebep olabileceğine dair görüşler bulunmaktadır. Bu sebeple yazılım programları ile oluşturulan makinelerin özellikle hızlı yemek kültürü (fast food) üzerine hizmet sunan restoranlarda avantajlı bir durum oluşturuyorken yavaş yemek deneyimi sunan restoranlarda kullanımının uygun olmadığı ileri sürülmektedir. Yavaş yemek deneyimi sunmakta olan restoranlardaki iletişimin yerel halkın ve müşterilerin aktif bir iletişime dayandığı deneyim olarak görülmesinden kaynaklanmaktadır (Smith ve Johnson, 2020).

"Dijital yemek" kavramı alışılmışın dışında gelmektedir. Fakat son yıllarda dijital dönüşüm, gıda üretim sürecini de etkilemiştir. Sözü edilen etkiler üretkenlik ve çeşitlilik kazandırmıştır. Yanı sıra hizmet endüstrisinde bulunan turizm ve gastronomi alanını da etkilemiştir (Hjalager, 2022). Dijital gastronomi kavramı, yenilikçi teknolojik uygulamalarla iç içe olan geleneksel yemek pişirmeyi mutfağın vizyonunu geliştiren bir uygulama olarak görmektedir. Ayrıca gıda endüstrisi ve gastronomi bakımından teknolojik gelişmeleri kendi markaları ile ilişkilendiren işletmelerin tedarik zincirleri de verimli hale gelmektedir. Diğer taraftan teknolojik uygulamaların içerisinde var olan yeni nesil tüketiciler olarak adlandırılan prosumer tüketicilerin (üreten tüketici) ihtiyaçları arasında yenilikçi teknoloji de yer almaktadır (Aydın ve Çakır, 2022). Dijital dönüşüm ile restoran işletmelerinin geleneksel menülerinde de değişimler söz konusudur. Söz konusu değişimler dijital menüleri kapsamakta olup dijital menüler; restoran işletmelerinde müşterilere menüdeki yiyecek ve içecekler hakkında bilgileri elektronik bir ekran ile sunabilmektedir. Elektronik ekranlar restoran işletmelerinin tercihine bağlı olarak tablet şeklinde olabilmekte veya televizyon boyutu büyüklüğünde de olabilmektedir. Günümüzde özellikle hızlı yeme (fast food) kültürünün olduğu restoranların tercih etmiş olduğu dijital menü uygulamaları içerisinde kiokslar da bulunmaktadır. Kiokslar, genelde restoranların girişlerinde bulunmakta olan ayaklı, dokunmatik sistemlerdir. Dijital menüler ile servis hızında artışın olması ve menü içerisinde yer alan gıda ürünlerinin besin içerikleri hakkında detaylı bilgilerin olması müşteri memnuniyetlerini de artırmaktadır (Doğan ve Çetin, 2021).

Yöntem

Çalışmanın amacı zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşüm, kullanılan teknolojik cihazlar ile bu işletmelerdeki operasyonel algı ve tutumun incelenmesidir. Çalışmada kullanılan verilerin elde edilebilmesi için nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışma, betimsel araştırma modeline uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Olay ve olguların detayları ile ele alındığı keşifsel ve betimsel araştırmalarda nitel

araştırma yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Katılımcıların görüşleri alındıktan sonra bulguların betimsel analizi yapılmıştır. Hizmet sektöründe yer almakta olan yiyecek içecek işletmeleri küresel anlamda her geçen gün büyüyen, tüketicilerin beklenti ve ihtiyaçlarını, değer yargılarını ve yaşam biçimlerini etkileyen işletmelerdir. Sözü edilen parametreler doğrultusunda da işletmelerin rekabet ortamı oluşmaktadır. Bu çalışmada kullanılan verilerin elde edilebilmesi için gerekli etik kurul izin belgesi İstanbul Kent Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan alınmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, İstanbul'da bulunan ulusal bir zincir yiyecek ve içecek işletmesi, örneklemini ise bu işletmede görev alan ve alanında uzman yöneticiler oluşturmaktadır. Amaçlı örneklem yönteminin kullanıldığı çalışmada, markanın yöneticilerinden oluşan 15 katılımcıyla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinin uygulandığı araştırmalarda sıklıkla kullanılan amaçlı örnekleme yönteminde, belirli bir konu çerçevesinde bilgisi ve deneyimi bulunan katılımcı ya da katılımcılardan oluşan gruplar belirlenir ve örneklem olarak seçilir (Türker ve Akmanoğlu, 2022). Amaçlı örneklemin kullanıldığı çalışmalarda, araştırmacılar katılımcıları çalışma için en uygun bulduğu niteliklere göre belirlemektedir (Başkale, 2016). Bu örnekleme 6 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşme tekniğinde katılımcıların tecrübeleri sonucunda hisleri, algıları ve değerleri keşfedilmektedir. Görüşme sorularının oluşturulmasında alan yazındaki çalışmaların sunmuş olduğu kategoriler dikkate alınmıştır. Araştırmanın konusunu anlamlandırmak için çoğunlukla kullanılan bir yöntemdir. Sözü edilen yöntemin seçilmesindeki temel esas, ele alınan konuya karşı derin analizin yapılabileceğinin düşünülmesidir. Nitel araştırma yöntemlerinde yöneltilen sorularda katılımcıların subjektif yanıtları önem teşkil etmektedir (Karahan, Uca, Güdük, 2022).

Verilerin Toplanması

Çalışmanın gerçekleştiği zincir yiyecek içecek işletmesinin, mutfak yönetim kısmında çalışmakta olan 15 katılımcı ile görüşmeler gerçekleştirilmiş olup, katılımcıların gönüllüğü ve izinleri doğrultusunda görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Verilerin analiz edilmesi için araştırmacı tarafından belirlenen ana tema ve alt temalar bir uzman tarafından belirlenen ana tema ve alt temalar ile karşılaştırılmıştır. Ortak uzlaşma sağlanamayan kısımlar çıkarıldıktan sonra görüş birliği oluşturan alt temalara bulgular kısmında yer verilmiştir. Yapılan görüşmeler 30 dakika ile 60 dakika arası sürmüştür ve ortalama görüşme süresi 45 dakika olmuştur. Çalışma 2023 Kasım – 2023 Aralık ayları arasında gerçekleştirilmiştir.

Verilerin Analizi

Veri analizinde araştırmacı tarafından belirlenmiş olan ana tema ve alt temalar bir uzman tarafından belirlenen ana tema ve alt temalarla karşılaştırılıp, ardından üstünde uzlaşma sağlanamayan kısımlar çıkarıldıktan sonra görüş birliği oluşturan alt temalara bulgular kısmında yer verilmiştir. Araştırma verilerinde, araştırma problemi bağlamında ortaya çıkan ilişkiler ve bağlantılar incelenerek çalışmanın veri analizi tamamlanmıştır. Son olarak elde edilen veriler bütüncül bir içerik halinde çalışmanın amacına uygun şekilde ortaya konulup yorumlanarak sonuçları ile ifade edilmiştir (Baltacı, 2019).

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalarda güvenilirliğin sağlanmasında esas ölçütlerde çalışmanın kiminle, kaç katılımcı ile, kaç soru ile, nerede ve ne zaman gerçekleştirildiği gelmekte olup elde edilen verilerin güvenilirliğini sağlamadaki esas etken araştırmacının kendisinin verilerin toplanmasında dahil olmuş, çalışma için gerekli ilgili notları kayıt altına almıştır (Kozak, 2014). Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalarda geçerliliğin sağlanabilmesi için araştırmacının ele aldığı konuyu olabildiğince objektif gözlemlemesi ile mümkündür (Arıkan, 2017). Yapılan araştırmanın dış geçerliliğini sağlamak için katılımcıların görüşlerinin hepsi doğrudan aktarım yöntemi ile sunulmuş olup verilerin analizi için araştırmacı tarafından belirlenmiştir. Araştırmanın dış geçerliliğini sağlayabilmek için katılımcı görüşlerinin tamamı doğrudan aktarım yöntemi ile sunulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Bulgular

Zincir yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm uygulamalarına yönelik çalışma kapsamında ilgili markanın mutfak operasyonuna bağlı yöneticileri ile 6 soruluk yarı yapılandırılmış görüşme yapılmış olup Tablo 1'e göre çalışmaya katılan 15 katılımcının demografik bilgileri sunulmuştur. Elde edilen bulgulara göre (Tablo 1) katılımcıların %14'ü kadın %86'sı erkektir. Katılımcıların yaş aralığı 35 ile 45 ve üzeri arasında farklılık göstermekte olup katılımcılardan %7'sinin eğitim durumu ilköğretim mezunu iken, %66'sı lise, %7'si ön lisans, %20'si lisans mezunudur. Çalışmaya katılan bireylerin çalışmış olduğu departmanlar Yurtiçi Mutfak

Yönetim ve Yurtdışı Mutfak Yönetim şeklinde adlandırılmıştır. Katılımcıların ilgili sektör deneyimleri ise buldukları konum ve departman üzerinden çeşitlilik göstermektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	2	%14
	Erkek	13	%86
Yaş	35-39	3	%20
	40-44	9	%60
	45 ve üzeri	3	%20
Eğitim	İlkokul	1	%7
	Lise	10	%66
	Ön Lisans	1	%7
	Lisans	3	%20
Görev Yapılan Departman	Yurtiçi Mutfak Yönetim	12	%80
	Yurtdışı Mutfak Yönetim	3	%20
Toplam Çalışma Süresi	10-15 Yıl	2	%13
	16-20 Yıl	3	%20
	21-25 Yıl	5	%34
	26 ve Üzeri	5	%33

Nitel veri analizi yöntemlerinden MAXQDA Pro 2020 programında yapılan analizler sonucunda katılımcıların söylemleri üzerinden iki ana temanın ortaya çıktığı gözlemlenmiş olup bu temalar “Marka Dijital Dönüşüm Uygulamaları” ve “Dijital Dönüşüm Uygulamaları”dır. Çalışmaya ilişkin tema, kodlar, tanımlar, bulgu ve açıklamalar aşağıda yer alan Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Tema, Kodlar, Tanımlar

Tema	Kodlar	Tanım (Görüşme Soruları)
Akıllı tedarik zinciri yönetimi, yeşil ambalaj ve atık yönetimi, müşteri etkileşimi ve farkındalık, veri analitiği, yenilik ve süreklilik, eğitim ve bilinçlendirme	Takip süreci, personel maliyetleri, yiyecek içecek maliyetleri, servis robotları	Zincir yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşümün sürdürülebilirlik uygulamaları için nasıl kullanılabilir?
Yenilikçi ve güvenilir olma, rekabet avantajı sağlama, lider olma algısı	Rekabetçi, yenilikçi	Zincir yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm işletmenin marka algısını nasıl etkilemektedir?
Kontrol odaklılık ve takip sistemi	Kontrol odaklı, takip odaklı, standart üretim	Zincir yiyecek içecek işletmelerinde standardizasyonun sağlanmasında dijital dönüşümün etkisini açıklayınız.
Maliyet hesaplamaları, rezervasyon uygulamaları, anlık satış takipleri, sipariş verme ve ödeme seçenekleri, robot şefler ve robot garsonlar	Dijital menü, robot garson, metaverse uygulamaları, bilgilendirme kioskları	Markanızdaki dijital dönüşüm uygulamalarını açıklayınız.
Anlaşılır, hızlı, net bir iletişim	Seviliyor	Misafirlerin işletmedeki dijital uygulamalara bakış açılarını nasıl değerlendirirsiniz?
Mutfak operasyonunun işleyişini kolaylaştırma ve müşteri memnuniyetini sağlama	İş akışını hızlandırma, çevreye duyarlılık, yenilikçilik, marka algısı, pazarlama	Dijital dönüşüm uygulamalarının markanıza faydaları nelerdir?

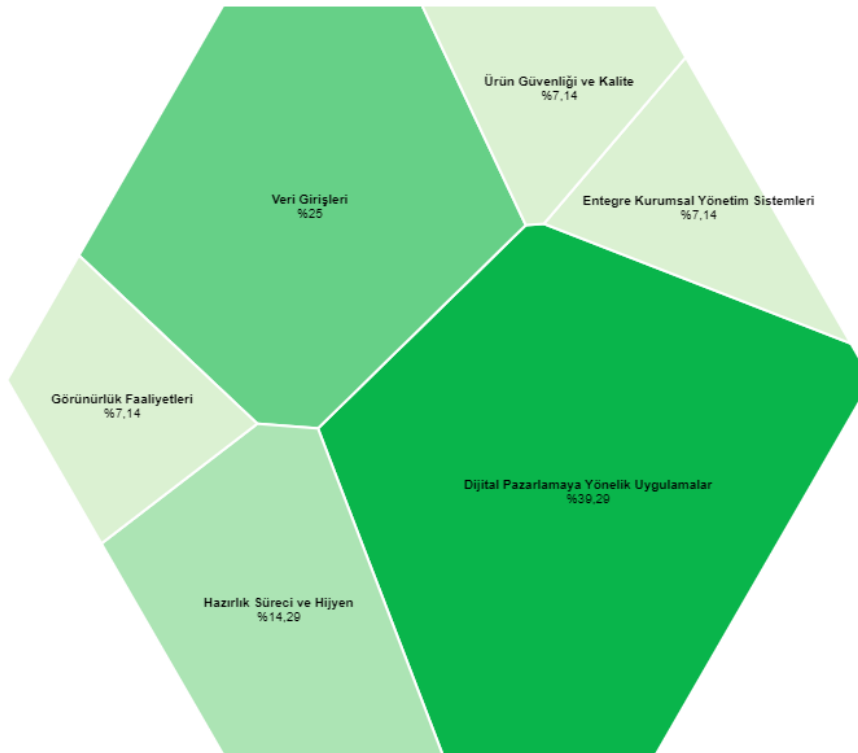
Marka Dijital Dönüşüm Uygulamaları

Katılımcıların marka dijital dönüşüm uygulamalarına yönelik söylemleri irdelendiğinde pek çok farklı dinamiğe yönelik önerilerin gerçekleştiği ve birtakım uygulamalar üzerinde ağırlıklı olarak durulduğu keşfedilmiştir. Buna göre; katılımcılar marka dijital dönüşüm uygulamaları konusunda halihazırda birtakım faaliyetler gerçekleştirirken belirli noktaların da güçlendirilmesi gerektiğine vurgu yapmıştır. Bu doğrultuda mevcut tema, iki alt temaya bölünmüş ve katılımcıların dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebileceğini vurguladığı hususlara ve halihazırda bu alandaki faaliyetlerine yer verilmiştir.

Katılımcıların Çalıştıkları İşletmelerde Kullanılan Dijital Dönüşüm Uygulamaları

Katılımcıların tamamı çalıştıkları işletmede farklı türlerde dijital dönüşüm uygulamalarının kullanıldığını belirtmiştir. Bu çerçevede toplamda altı farklı dijital dönüşüm uygulamasından söz edilebilmektedir. Katılımcıların değındiğı dijital dönüşüm uygulamaları Şekil 1’de ağırlıklarına göre gruplandırılmıştır.

Şekil 1. Katılımcıların Çalıştıkları İşletmelerde Kullandıkları Marka Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Ağırlıkları



Şekil 1 incelendiğinde katılımcıların ağırlıklı olarak dijital pazarlamaya yönelik uygulamaları kullandıkları görülmektedir (% 39,29). Bunu ise sırasıyla veri girişleri (%25,00) ve hazırlık süreci ve hijyene yönelik uygulamalar (%14,29) takip etmektedir. Bu noktada katılımcıların belirttikleri uygulamalar aşağıda açıklanmıştır.

Dijital Pazarlama Yönelik Uygulamalar

Katılımcılardan elde edilen veriler, işletmenin dijital pazarlama alanında benimsediğı çeşitli uygulamaları ortaya koymaktadır. Bu uygulamaların temelinde, müşterilere çevrimiçi sipariş verme, rezervasyon yapma ve geri bildirim bırakma gibi imkanlar sunarak müşteri deneyimini geliştirmek ve kolaylaştırmak yer almaktadır. Özellikle mobil uygulamalarla bu imkanların sunulması, müşterilerin menüyü görmelerini, sipariş vermelerini ve masalarını rezerve etmelerini sağlamak suretiyle işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmasına katkı sağlamaktadır. Yanı sıra, fiziksel satıştan e-ticarete geçiş ve işletme içi veri merkezlerine bulut bilişime adaptasyon gibi adımlar da işletmelerin dijital dönüşüm sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu adımlar, işletmelerin müşterilerle cep telefonları aracılığıyla etkileşime geçmelerine olanak tanıyan mobil uygulamaların oluşturulmasını sağlayarak müşteri memnuniyetini ve erişilebilirliğini artırmaktadır. Ayrıca, veri girişlerinin dijital ortamda toplanması ve ürün alımı-satımı gibi işlemlerin dijital ortamda gerçekleştirilmesi, işletmelerin dijital pazarlama stratejilerini güçlendirmektedir. QR kodları üzerinden menüye erişim gibi dijital araçlar kullanılarak, müşterilere içeriklere hızlı ve kolay erişim imkânı

sunulmaktadır. Tüm bu uygulamalar, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmak ve rekabet avantajı sağlamak için dijital pazarlama alanında kullandığı stratejileri göstermektedir.

Son olarak, tablet menü üzerinden sipariş alınması ve dijital menülerde yemekler hakkında detaylı bilgi sunulması gibi uygulamalar, müşteri deneyimini kişiselleştirme ve zamandan tasarruf sağlama amacıyla kullanılmaktadır. Bu uygulamaların işletmeler için sunduğu avantajlar, müşteri memnuniyetini artırma ve işletmenin dijital pazarlama stratejilerini güçlendirme açısından önemlidir.

Veri Girişi

İşletmenin dijital dönüşüm sürecinde veri girişi alanında benimsediği çeşitli uygulamaları ortaya koymaktadır. Bu uygulamaların temelinde, takip sistemine manuel olarak giriş yerine tek bir portal üzerinden aktarım ve raporlama imkânı sağlayan sistemler bulunmaktadır. Bu sistemler sayesinde, ay sonu sayımlarının daha hızlı ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi ve raporlanması mümkün olmaktadır. Ayrıca, günlük porsiyon satışı, personel maliyet kontrolü gibi önemli verilerin dijital ortamda toplanması ve yönetilmesi, işletmelerin daha etkin bir şekilde performanslarını izlemelerine ve yönetilmelerine olanak tanımaktadır.

Hazırlık Süreci ve Hijyen

Dijital dönüşüm sayesinde misafir bildirimlerine anında geri dönüş yapılabilmesi, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmak ve sorunları hızlı bir şekilde çözmek açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu uygulama, müşteri geri bildirimlerinin anında değerlendirilmesini ve gerektiğinde müdahale edilmesini mümkün kılarak, misafir memnuniyetinin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Ayrıca, dijital menülerin QR kodları aracılığıyla erişilebilir hale getirilmesi, hijyen açısından önemli bir adımdır. Geleneksel menülerin yerine barkod ile erişilen dijital menüler, misafirlerin fiziksel temasını azaltarak hijyen standartlarının korunmasına katkı sağlamaktadır. Bu uygulama, müşterilerin güvenli bir ortamda yemek yeme deneyimini artırmakta ve işletmenin hijyen politikalarını desteklemektedir. Bununla birlikte servis robotlarının kullanılması da hijyen açısından önemli bir avantaj sağlamaktadır. Servis robotları, özellikle çocuk misafirlerin ilgisini çekerek işletmeye tekrar ziyaret etmelerini sağlamak ve müşteri deneyimini artırmaktadır. Bu uygulama, insan temasını azaltarak hijyen standartlarının korunmasına ve müşteri memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.

Tüm bunlar paralelinde işletmelerin dijital dönüşüm uygulamaları, hazırlık süreci ve hijyen konularında önemli avantajlar sağlamaktadır. Misafir bildirimlerinin anında değerlendirilmesi, dijital menülerin kullanılması ve servis robotlarının kullanılması gibi uygulamalar, işletmelerin hijyen standartlarını korumasına ve müşteri memnuniyetini artırmasına yardımcı olmaktadır. Bu da işletmelerin rekabet gücünü artırarak başarılarını desteklemektedir.

Entegre Kurumsal Yönetim Sistemleri

Katılımcıların sağladığı yanıtlar, işletmelerde dijital dönüşümün bütünleşmiş kurumsal yönetim sistemlerine nasıl uygulandığını göstermektedir. Özellikle, dijital dönüşüm sayesinde misafir bildirimlerine anında merkez ve şube olarak geri dönüş yapılabilen ve bu durum misafir memnuniyetinin anında sağlanmasına olanak tanımaktadır. Bu uygulama, işletmelerin müşteri odaklı yaklaşımlarını destekleyerek, misafirlerin taleplerini hızlı bir şekilde karşılamalarını sağlamaktadır. Diğer taraftan, dijital menülerin kullanılması ve QR kodlarla misafir memnuniyet bildirimlerinin alınması gibi uygulamalar, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmak için bütünleşmiş bir yaklaşım sunmaktadır. Bu sistemler sayesinde, misafirlerin geri bildirimleri kolayca toplanmakta ve değerlendirilmekte, böylece işletmeler hızlı bir şekilde iyileştirmeler yaparak misafir memnuniyetini artırabilmektedir. Bunun yanı sıra programlanmış servis robotları ve ürün stok takibi gibi uygulamalar, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırmak için bütünleşmiş bir yaklaşım sunmaktadır. Bu sistemler sayesinde, işletmelerin ürün stoklarını daha etkin bir şekilde yönetmeleri ve operasyonel süreçlerini optimize etmeleri mümkün olmaktadır.

Bu çerçevede işletmelerde dijital dönüşüm uygulamalarının bütünleşmiş kurumsal yönetim sistemleri içinde nasıl kullanılabileceği konusunda katılımcıların sağladığı yanıtlar, işletmelerin müşteri odaklı yaklaşımlarını destekleyerek operasyonel verimliliklerini artırabileceklerini göstermektedir. Bu uygulamalar sayesinde, işletmeler misafir memnuniyetini artırabilmekte, operasyonel süreçlerini optimize edebilmekte ve rekabet avantajı elde edebilmektedir.

Ürün Güvenliği ve Kalite

Katılımcıların yanıtları, işletmelerde dijital dönüşüm uygulamalarının ürün güvenliği ve kalitesi açısından nasıl kullanılabileceğine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle, organik tarımın teşviki, el değmeden hazırlanma süreçleri, soğuk zincir koruması ve standartlara uyum gibi uygulamalar, işletmelerin ürün güvenliğini ve kalitesini artırmak için bütünleşmiş bir yaklaşım sunmaktadır. Organik tarımın teşviki, işletmelerin daha sağlıklı ve doğal ürünler kullanmalarını sağlayarak, ürünlerin kalitesini artırabilmekte ve müşteri güvenini sağlayabilmektedir. El değmeden hazırlanma süreçleri ise insan etkisinin en aza indirilmesini sağlayarak, ürünlerin hijyenik koşullarda hazırlanmasını ve güvenliği sağlamaktadır. Ayrıca, soğuk zincir koruması uygulamaları, işletmelerin taze ve sağlıklı ürünleri müşterilere sunmalarını sağlayarak, ürünlerin kalitesini ve güvenliğini artırabilmektedir. Standartlara uyum uygulamaları ise işletmelerin belirlenen standartlara ve kurallara uygun olarak ürünlerini hazırlamalarını sağlayarak, kalite ve güvenlik standartlarının korunmasına yardımcı olabilmektedir. Buna ek olarak internet ve sosyal medya kullanımı ile aktif paylaşım uygulamaları, işletmelerin ürünlerini ve üretim süreçlerini müşterilerle paylaşmalarını sağlayarak, şeffaflık ve güvenilirlik oluşturabilmektedir. Kokteyl robotları gibi otomatik sistemler ve “Flowtify” gibi online denetim uygulamaları da işletmelerin ürün güvenliği ve kalitesini artırmak için kullanılabilecek dijital dönüşüm araçları arasında yer almaktadır.

Bu bağlam dâhilinde işletmelerde dijital dönüşüm uygulamalarının ürün güvenliği ve kalitesi açısından önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Bu uygulamalar aracılığıyla, işletmeler ürünlerini daha güvenli, sağlıklı ve kaliteli bir şekilde müşterilere sunabilmekte, böylece müşteri memnuniyetini artırabilir ve rekabet avantajı elde edebilmektedir.

Görünürlük Faaliyetleri

Katılımcıların verdiği yanıtlar, işletmelerin dijital dönüşüm uygulamalarını kullanarak görünürlüklerini artırma çabalarını yansıtmaktadır. Sosyal medya platformlarının etkin bir şekilde kullanılması, işletmelerin menülerini, özel etkinliklerini veya kampanyalarını duyurarak müşteri etkileşimini artırmalarını sağlamaktadır. Bu şekilde, işletmeler müşterilerle doğrudan iletişime geçebilmekte ve müşteri memnuniyetini artırabilmektedir. Aynı zamanda, marka bilinirliğini genişletmek için sosyal medya platformlarındaki etkinlikler ve içerikler aracılığıyla daha geniş bir kitleye ulaşabilmektedir.

Tüm bunların sonucu olarak işletmelerin dijital dönüşüm uygulamaları aracılığıyla görünürlüklerini artırma çabaları, müşteriye ulaşma ve marka bilinirliğini artırma konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Bu uygulamalar sayesinde, işletmeler müşteri memnuniyetini artırabilir, marka bilinirliğini genişletebilmekte ve rekabet avantajı elde edebilmektedir.

Marka Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Güçlendirilebilir Yönleri

Katılımcıların çalıştıkları işletmede kullandıkları dijital dönüşüm uygulamalarının yanı sıra bazı uygulamaların güçlendirilmesi gerektiğine yönelik vurgularından da söz etmek mümkündür. Buna göre; bu bağlam dâhilinde katılımcılar dokuz farklı alt temada güçlendirilebilecek alanlara işaret etmiştir. Şekil 2, sözü edilen marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönlerine yönelik ağırlıkları görselleştirmektedir.

Şekil 2. Marka Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Güçlendirilebilir Yönlerine Yönelik Katılımcı Yanıtlarının Ağırlıkları



Şekil 2’den elde edilen bulgular, katılımcıların pek çok öneriye benzer derecede önem verdiğini gösterirken en öncelikli konunun %20 ile enerji tasarrufu ve sürdürülebilirlik temasında olduğu gözlenmektedir. Bu olguyu ise %17,5 ile atık yönetimi, %12,5 ile dijital pazarlama ile entegre sistemlerin geliştirilmesine yönelik öneriler takip etmektedir.

Enerji Tasarrufu ve Sürdürülebilirlik

İşletmelerin marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında enerji tasarrufu ve sürdürülebilirlik önlemlerini vurgulayan katılımcılar, bu önlemlerin, işletmelerin kaynakları daha verimli kullanmalarına ve çevresel etkilerini azaltmalarına olanak tanıyacağını belirtmiştir. Akıllı cihazlar ve sensörlerin kullanımı, işletmelerin enerji ve su tüketimini izlemelerine ve optimize etmelerine olanak sağlamaktadır. Bu sayede, işletmeler enerji ve su kaynaklarını daha etkili bir şekilde kullanabilmektedir. Aynı zamanda, atıkların azaltılmasına ve çevresel etkilerin minimum seviyeye indirilmesine yardımcı olmaktadır.

İşletmeler, enerji ve su tasarrufu sağlayarak zaman ve maliyetten tasarruf edebilmektedir. Akıllı teknolojilerin kullanımı, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırırken aynı zamanda çevresel sürdürülebilirliği de desteklemektedir. Bu noktada, işletmelerin marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında enerji tasarrufu ve sürdürülebilirlik önlemlerinin öne çıktığı görülmektedir. Bu önlemler, işletmelerin çevresel etkilerini azaltmalarına ve sürdürülebilir bir işletme modeline geçiş yapmalarına olanak tanımaktadır.

Atık Yönetimi

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre, işletmelerin marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında atık yönetimi önemli bir rol oynamaktadır. Ürünlerin israf edilmeyecek şekilde porsiyonlanması ve geri dönüşümlü malzemelerin en az düzeye indirilmesi gibi uygulamalar, işletmelerin atık yönetimi konusunda dikkatli olmalarını sağlamaktadır. Bu durum, atıkların azaltılması ve kaynakların bilinçli bir şekilde kullanılması yoluyla uzun vadede önemli kazanımlar sağlanabileceğini öngörmektedir. Bunun yanında, teknolojik dönüşümün sağladığı olanaklar da atık yönetimi konusunda işletmelere yardımcı olmaktadır. Elektrik, enerji ve su tasarrufu sağlayan teknolojiler, atık yönetim prosedürlerinin daha etkin bir şekilde uygulanmasına olanak tanır. Bu da kayıpların azaltılmasını ve artıkların minimum düzeye indirilmesini sağlamaktadır. İşletmeler, internet destekli yenilikçi ekipmanlar ve akıllı telefon uygulamaları gibi dijital araçları kullanarak atık yönetimini geliştirebilirler. Bu sayede, atıkların biyoyakıt olarak değerlendirilmesi, gıda bankalarının kurulması ve dijital mutfak aletlerinin kullanımı gibi çeşitli yöntemlerle atıkların azaltılması mümkün hale gelmektedir.

Tüm bunlara paralel olarak işletmelerin marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında atık yönetimi önemli bir yer tutmaktadır. Bu uygulamalar, işletmelerin çevresel etkilerini azaltmalarını ve sürdürülebilir bir işletme modeline geçiş yapmalarını desteklemektedir.

Müşteri Etkileşimi

Katılımcıların görüşlerine göre, işletmelerin marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında müşteri etkileşiminin artırılması önemli bir rol oynamaktadır. Dijital dönüşüm sayesinde çeşitli geri bildirim kanalları veya geri bildirim formları aracılığıyla müşterilerden gelen geri bildirimler izlenerek analiz edilmekte ve bu doğrultuda iyileştirmeler yapılmaktadır. Ayrıca, dijital dönüşüm işletmelere sürekli olarak sürdürülebilirlikle ilgili yeni fikirlerin geliştirilmesi ve test edilmesi imkânı sunarak, daha çevre dostu uygulamaların benimsenmesini sağlamaktadır. İşletmelerde dijital sürdürülebilirlik kapsamında dijital menüler, ürün stok takibi, misafir memnuniyet bildirimleri, programlanmış servis robotları, personel bilgilerine kolay ulaşım ve personel giriş çıkışlarının mobil uygulama ile barkotla takip edilmesi gibi kolaylıklar sağlanmaktadır.

Dijital Pazarlama

“Bir de müşteri için online sipariş verme, hesap ödeme, dijital menüler, online rezervasyon uygulamaları ve müşteri yorumları ve bunları takip eden aynı zamanda merkez yönetimli işletmelerinde kolay kontrol edebilmesine olanak sağlamaktadır.” (Katılımcı 13)

Yukarıdaki katılımcı ifadeleri, işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerinde dikkate alınması gereken önemli noktaları vurgulamaktadır. İlk olarak, misafirlerin işletme hakkında bilgi edinmeleri için kullanılan dijital uygulamaların hızlı ve detaylı olması gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Bu durum, işletmelerin dijital platformlarda kullanıcı dostu ara yüzler sunarak müşteri deneyimini geliştirmeleri gerektiğini göstermektedir. Diğer taraftan, dijital pazarlama araçlarının işletmeler için sunduğu avantajlar detaylı bir şekilde ele alınmaktadır. Online sipariş verme, hesap ödeme, dijital menüler, online rezervasyon uygulamaları ve müşteri yorumlarının takibi gibi özellikler, işletmelerin operasyonlarını kolaylaştırarak müşteri memnuniyetini artırmaktadır. Bu da işletmelerin rekabet avantajını elde etmelerine yardımcı olmaktadır. Ek olarak merkezi yönetimli işletmeler için dijital pazarlama araçlarının kolay kontrol edilebilir olması önemli bir faktördür. Bu olgu, işletmelerin farklı lokasyonlardaki şubelerinin operasyonlarını merkezi bir şekilde yönetebilmelerini sağlayarak verimliliği artırmaktadır. Bu ifadelerin genel olarak işletmelerin dijital dönüşüm süreçlerine odaklanarak, müşteri memnuniyetini artırmak, rekabet avantajı elde etmek ve operasyonel verimliliği artırmak gibi hedeflerine nasıl katkı sağlayabileceğini vurguladığı söylenebilmektedir.

Entegre Sistemlerin Geliştirilmesi

Katılımcıların ifadeleri, zincir yiyecek işletmelerinde bütünleşmiş sistemlerin geliştirilmesinin önemini vurgulamaktadır. Bu sistemler, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırmak, finansal süreçleri iyileştirmek ve sürdürülebilirlik hedeflerini desteklemek için kritik bir rol oynamaktadır. Katılımcıların ifadelerinde belirtildiği gibi, finansal ağına doğru bir şekilde kontrol edilmesi, işletmelerin mali durumlarını etkin bir şekilde yönetmelerine yardımcı olur. Bu, işletmelerin finansal kararlarını doğru ve zamanında alabilmelerini sağlamaktadır. Diğer taraftan katılımcı ifadelerinde, dijital sürdürülebilirlik uygulamalarının bütünleşmiş sistemler aracılığıyla kolayca yönetilebildiği ve takip edilebildiği belirtilmektedir. Bu da işletmelerin çevre dostu uygulamaları benimsemesine ve sürdürülebilirlik hedeflerini daha etkin bir şekilde yönetmesine olanak tanımaktadır. Ek olarak katılımcıların söylemleri çerçevesinde, bütünleşmiş sistemlerin işletmelerin arka plan işlerini kolaylaştırdığı ve standartların oluşturulmasına katkı sağladığı ifade edilmektedir. Bu da işletmelerin operasyonel verimliliğini artırırken, aynı zamanda kalite kontrolünü ve sürdürülebilirlik uygulamalarını da optimize etmelerini mümkün kılmaktadır. Katılımcı ifadelerinin ışığında, bütünleşmiş sistemlerin geliştirilmesi, zincir yiyecek işletmelerinin daha etkili ve verimli bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlamaktadır. Bu sistemler, işletmelerin çeşitli operasyonel alanlarda daha iyi bir kontrol ve izleme sağlayarak, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına da yardımcı olabilmektedir.

Eğitim ve Bilinçlendirme

Katılımcıların değerlendirmeleri, marka dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilebilir yönleri arasında eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Dijital platformların, işletmelerin çalışanlarına sürdürülebilirlik konusunda eğitim vermek ve farkındalık yaratmak için etkili bir araç olduğu vurgulanmaktadır. Bu eğitimler, işletmenin sürdürülebilirlik hedeflerini ve stratejilerini çalışanlara

aktarmak, çevresel ve sosyal sorumlulukları vurgulamak ve sürdürülebilirlikle ilgili en iyi uygulamaları öğretmek amacıyla düzenlenmektedir. Katılımcılar, eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin işletmedeki tüm seviyelerde sürdürülebilirlik kültürünü güçlendirdiğini ifade etmektedir. Bu eğitimler sayesinde çalışanlar, günlük iş süreçlerinde çevresel etkileri azaltma, enerji ve su tasarrufu yapma, atık yönetimi ve geri dönüşüm gibi konuları daha iyi anlamakta ve uygulamaktadır. Ayrıca, çalışanların sürdürülebilirlik konusunda bilinçli olmaları, işletmenin toplumsal ve çevresel etkilerini minimize etme ve uzun vadeli sürdürülebilirlik stratejileri geliştirme sürecine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda, eğitim ve bilinçlendirme faaliyetlerinin marka dijital dönüşümünde kritik bir rol oynadığı ve işletmelerin sürdürülebilirlik alanında daha ileriye gitmelerine yardımcı olduğu sonucuna varılabilmektedir. Bu faaliyetler, işletmelerin sürdürülebilirlik vizyonunu ve misyonunu çalışanlara benimsetmek, toplumsal ve çevresel etkileri azaltmak ve uzun vadeli başarı için gerekli olan bilinçli bir yaklaşımı teşvik etmek açısından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Kurumsal Yönetim Sürecinin Dijitalleştirilmesi

Katılımcıların ifadelerine göre, zincir yiyecek işletmeleri çoklu lokasyonlarında iki ana bölüme ayrılabilir. Birinci bölüm, arka plan işleri ve takip süreçlerini içermektedir. Bu süreçler, müşteri geri dönüşleri, personel maliyetleri, ürün maliyetleri, satın alma sistemleri, denetimler ve standartların oluşumunu etkileyen dijital sistemler gibi iş kolaylaştırıcı ve takibi sağlayan unsurları kapsamaktadır. Katılımcıların ifadesine göre ise işletmelerde dijital sürdürülebilirlik, dijital menüler, ürün stok takibi, misafir memnuniyeti bildirimleri ve programlanmış servis robotları gibi uygulamaları içerisinde barındırmaktadır. Bu uygulamalar, personel bilgilerine kolay erişim ve personel giriş-çıkışlarının mobil uygulama ile barkotla takip edilmesi gibi kolaylıklar sağlamaktadır. Sözü edilen bu ifadeler, işletmelerin kurumsal yönetim süreçlerini dijitalleştirme konusundaki çabalarını vurgulamaktadır. Dijitalleşme, işletmelerin operasyonlarını daha verimli hale getirerek, iş süreçlerini izlemeyi ve yönetmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu da işletmelerin daha etkili bir şekilde yönetilmesine ve verimliliklerinin artmasına yardımcı olabilmektedir.

Müşteri Geribildirim Sisteminin Güçlendirilmesi

Katılımcı ifadelerine göre, müşteri geri bildirim sistemi, dijital dönüşümün önemli bir parçasıdır. Örneğin, bir katılımcı online sipariş verme, hesap ödeme, dijital menüler, online rezervasyon uygulamaları ve müşteri yorumlarını içeren bir dizi dijital uygulamanın müşteri geri bildirim sisteminin güçlendirilmesine olanak sağladığını ifade etmiştir. Benzer şekilde, başka bir katılımcı da işletme hakkındaki bilgilere hızlı ve detaylı bir şekilde ulaşılabilmesi için dijital uygulamaların kullanılabilirliğini belirtmiştir. Bu ifadeler, müşteri geri bildirim sisteminin geliştirilmesinde dijital dönüşümün önemli bir rol oynadığını ve müşteri memnuniyetinin artırılmasına yardımcı olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede, dijital uygulamaların kullanımı, müşteri geri bildirimlerini toplamayı, analiz etmeyi ve bu doğrultuda işletmenin iyileştirilmesini sağlamak için önemli bir araç olarak görülmektedir. Bu şekilde, işletmeler müşteri beklentilerini daha iyi anlayabilmekte ve hızlı bir şekilde yanıt verebilmektedir.

Ürün Stok Takibi

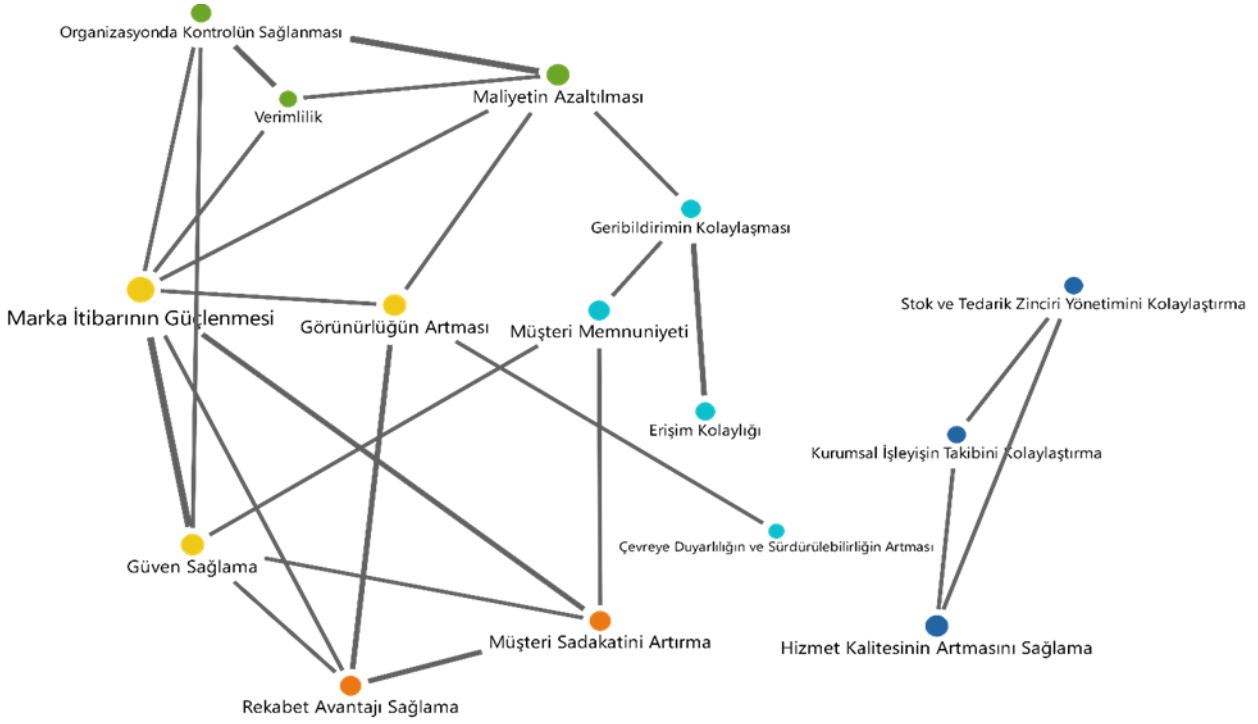
Katılımcıların ifadelerine göre, dijital dönüşümün marka uygulamalarını güçlendiren önemli bir yönü, ürün stok takibinin kolaylaştırılmasıdır. Dijital sürdürülebilirlik kapsamında, dijital menüler, ürün stok takibi, misafir memnuniyet bildirimleri ve programlanmış servis robotları gibi çeşitli dijital araçlar kullanılarak işletmelerde stok yönetimi süreci optimize edilmekte ve çağdaştırılmaktadır. Özellikle mobil uygulamalar aracılığıyla yapılan barkotla stok takibi, işletmelerin ürünlerinin akıllı ve etkin bir şekilde izlenmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede katılımcı ifadeleri, dijital dönüşümün işletmeler için büyük avantajlar sağladığını ve özellikle ürün stok takibi konusunda işletmelere kolaylık ve verimlilik getirdiğini göstermektedir. Bu sayede işletmeler, stok yönetimini daha etkin bir şekilde yapabilir, ürünlerin tedarikini ve talebini daha iyi yönetebilmekte ve böylece müşteri memnuniyetini artırabilmektedir.

Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Avantajları

Katılımcıların bu önerileri, dijital dönüşümün işletmelere önemli ölçüde katma değer sağlayacağını düşünmelerinden kaynaklanmaktadır. Bu minvalde katılımcıların tamamı, dijital dönüşüm uygulamalarının güçlendirilmesi gereken yönlerine değinirken ek olarak bunların etki kapasitesi çerçevesinde güçlendirebileceği kurumsal yönleri de belirtmiştir. Bu doğrultuda mevcut temada katılımcıların dijital dönüşümün sağladığı avantajlara yönelik düşünceleri alt kategorilere göre ayrıntılandırılmıştır.

Bu noktada dijital dönüşüme ilişkin değinilen avantajlar haritalandırılmış ve ilgili harita Şekil 3'te sunulmuştur.

Şekil 3. Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Sağladığı Avantajlara İlişkin İlişki Haritası



Şekil 3'e göre; dijital dönüşüm uygulamalarının avantajlarını beş farklı kümede ele almak mümkündür. Bu doğrultuda öncelikli olarak marka itibarının güçlendiği belirtilmiş, bu olgunun ise markaya ilişkin güven sağlama ve markanın görünürlüğünün artması ile ilişkilendirildiği gözlenmiştir. Dolayısıyla dijital dönüşüm uygulamaları aracılığıyla işletmelerin görünürlük faaliyetleri, marka imajının artmasıyla yakından ilişkiliyken bu durum, işletmeye yönelik müşterilerin güvenini artırdığı bir ortama zemin hazırlamaktadır. İkinci küme olarak dijital dönüşüm uygulamalarının müşterilerin sadakatini artırdığı ve yeni müşterilerin kazanılmasında önemli bir etkide bulunduğu söylenebilirken bu olgunun rekabet avantajını artıran içeriğine dikkat çekilmiştir. Diğer taraftan bu noktalar da üçüncü bir kümeyle ilişkili olarak müşteri memnuniyetini artıran, geribildirim konusunda avantajlar sağlayan ve çevreye duyarlı politikaların önünü açan bir içerikle yakından ilişkili olarak değerlendirilmiştir. Dijital dönüşüm uygulamaları sayesinde organizasyonel kontrolün kolaylaşması ise dördüncü bir küme olarak ele alınabilmektedir. Bu kümedeki diğer avantajlar olarak da maliyetin azalması ve verimliliğin artmasına değinilmiştir. Dolayısıyla dijital dönüşüm uygulamalarının müşteri odağının haricinde işletme odağında da önemli avantajlarından söz edilebilmektedir. Beşinci kümede de benzer şekilde organizasyonel avantajlara değinilmiş, kurumsal işleyişin takibinin kolaylaşması, hizmet kalitesinin artmasını sağlama ve stok ve tedarik zinciri yönetiminin kolaylaşması gibi avantajların kurumsallığı desteklediğinin altı çizilmiştir.

Bu bağlamda her bir avantaj detaylarıyla incelenmiş ve ilgili tema, alt temalarına göre ayrıştırılmıştır.

Dijital Dönüşümün Müşteri Odağındaki Katkıları

Katılımcıların dijital dönüşümün avantajlarına yönelik verdikleri söylemlerin önemli bir bölümünün müşteri odağında olduğu gözlenmektedir. Bu çerçevede Şekil 4, müşteri odağındaki dijital dönüşüm uygulamalarının katkılarını listelemektedir.

Şekil 4. Dijital Dönüşümün Müşteri Odağındaki Katkılarına Yönelik Temaların Ağırlıkları



Şekil 4'ten elde edilen sonuçlar, müşteri odağında yapılan değerlendirmelerin ağırlıklı olarak güven sağlama (%32,35) ve müşteri sadakatini artırma (%26,47) bağlamında gerçekleştiğini göstermektedir. Bunları ise erişim kolaylığı ve geribildirim kolaylaşması seçenekleri %20,59 ile takip etmektedir. Bu doğrultuda her bir alt temaya yönelik söylemler detaylandırılmıştır.

Güven Sağlama

Katılımcı ifadelerine göre, dijital dönüşümün müşteri odaklı katkıları arasında önemli bir yönü, güven sağlamaktır. İşletmeler, dijital dönüşüm sayesinde gelen ve gelebilecek olan potansiyel müşterilerin güvenini kazanabilmekte ve sürekliliği aktif hale getirebilmektedir. Ayrıca, dijital dönüşümün operasyonel verimliliği artırarak hızlı ve güvenilir hizmet sunmasına yardımcı olduğu belirtilmektedir. Bu durum, müşterilerin markayı güvenilir ve profesyonel olarak algılamalarını desteklemektedir.

“Dijital dönüşüm, işletmelerin operasyonel verimliliğini artırabilir ve hızlı, güvenilir hizmet sunmalarına yardımcı olabilir. Bu da müşterilerin markayı güvenilir ve profesyonel olarak algılamalarını sağlayabilir.” (Katılımcı 1)

Güven sağlama kapsamında, dijital dönüşümün zararlı maddelerin çıkarılması, önlemler alınması ve bunların insanlara duyurulması amacıyla da kullanılabilirliği vurgulanmaktadır. Bu bağlamda, dijital platformlar ve iletişim araçları üzerinden güvenilir bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, müşterilerin işletmeye olan güvenini artırabilmekte ve markanın itibarını güçlendirebilmektedir.

Müşteri Sadakatini Artırma

Katılımcı verdiği söylemler ekseninde, zincir işletmelerin dijital dönüşüm sürecinin, müşteri sadakatini artırmak amacıyla teknolojik yöntemlere odaklandığı söylenebilmektedir. Geleneksel misafir kitlelerinin yanı sıra yeni jenerasyonun dijital olan yakınlığı da göz önünde bulundurularak, bu zincir markaların var olan müşteri profillerini elde tutma ve yeni müşteri profillerine ulaşma çabalarına hizmet etmektedir.

Geribildirim Kolaylaşması

Katılımcı belirttiği olgulara göre, dijital dönüşüm süreci müşteri odaklılığı artırarak geri bildirim kolaylaşmasına katkı sağlamaktadır. Misafirlerin işletme bilgilerine hızlı ve net bir şekilde ulaşabilmeleri, geri dönüşlerin olumlu yönde artmasına neden olmaktadır. Bu durum, müşterilerin memnuniyetini ve işletme ile

olan etkileşimlerini artırarak müşteri sadakatini güçlendirebilir. Ayrıca, zincir yiyecek işletmelerinde kullanılan dijital sistemler, müşteri geri dönüşlerini izleme ve takip etme süreçlerini kolaylaştırır. Bu sayede işletmeler, müşterilerden gelen geri bildirimlere hızlı bir şekilde yanıt verebilir ve hizmet kalitesini sürekli iyileştirme fırsatına sahip olur. Bu da müşteri memnuniyetinin artmasına ve işletmenin itibarının güçlenmesine katkı sağlayabilir.

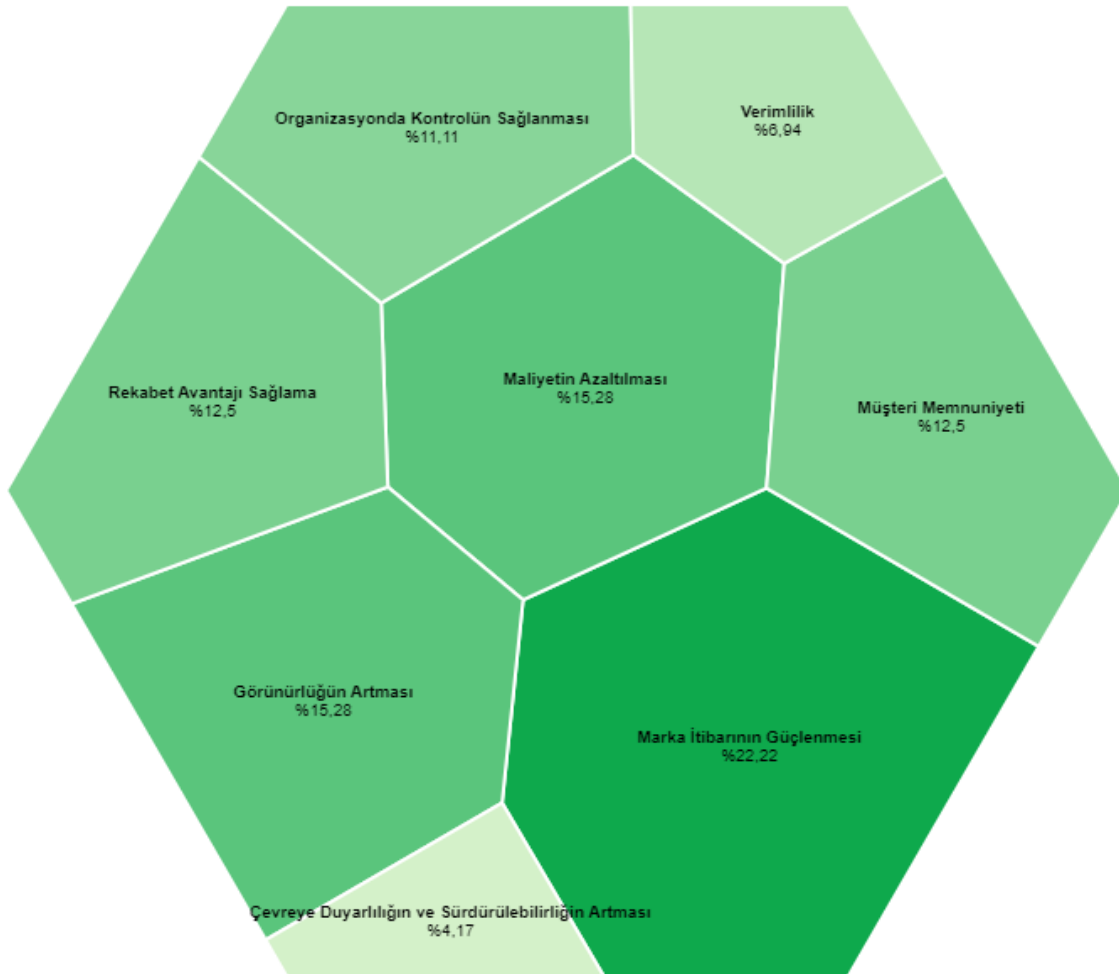
Erişim Kolaylığı

Katılımcı ifadeleri, dijital dönüşümün müşteri odaklılığını artırarak erişim kolaylığı sağladığına vurgu yapmaktadır. İnternet üzerinden hızlı erişim imkânı ve hızlı geri dönüşler, müşterilerin işletmeyle iletişim kurma sürecini kolaylaştırmaktadır. Bu durum, müşterilerin memnuniyetini artırarak marka algısını olumlu yönde etkileyebilir. Ayrıca, dijital dönüşüm sürecinde gelen şikâyet, teşekkür ve öneri geri bildirimlerinin hızlı bir şekilde işlenmesi, müşteri memnuniyetini artırabilir ve markanın itibarını güçlendirebilir. Servis robotları gibi teknolojik uygulamaların kullanımı da müşterilerin işletmeyle etkileşimini artırarak erişim kolaylığı sağlayabilir. Sonuç olarak, dijital dönüşüm müşteri odaklılık açısından önemli bir rol oynamakta olup, müşterilere hızlı erişim ve geri dönüş imkânı sunarak işletmelerin marka algısını güçlendirebilir ve müşteri memnuniyetini artırabilir.

Dijital Dönüşüm Uygulamalarının Organizasyonel İşleyiş Ve Markaya Yönelik Avantajları

Katılımcıların değindiği olgulardan bir diğeri de dijital dönüşüm uygulamalarının organizasyonel işleyiş ve markaya yönelik katkılarıdır. Bu noktada pek çok farklı avantaja değinildiği görülürken her bir avantajın farklı ağırlıkları olduğu söylenebilmektedir. Şekil 5, ilgili ağırlıkları görselleştirmektedir.

Şekil 5. Dijital Dönüşümün Organizasyonel İşleyiş ve Markaya Yönelik Katkılarına İlişkin Temaların Ağırlıkları



Şekil 5'e göre, katılımcılar daha çok marka itibarının dijital dönüşüm uygulamaları çerçevesinde güçlenebildiğini ifade etmiş (%22,22), bunu da sırasıyla %15,28 ile görünürlüğün artması ve maliyetin azalması takip etmiştir. İlgili sekiz alt tema bu kapsamda uygun olarak başlıklandırılmıştır.

Marka İtibarının Güçlenmesi

Katılımcı ifadelerine doğrultusunda, dijital dönüşüm sürecinin marka itibarının güçlenmesine önemli katkılar sunduğu söylenebilmektedir. İşletmeler, dijital medya ve sosyal medya platformları aracılığıyla marka mesajlarını geniş kitlelere ileterek marka algısını olumlu yönde etkileyebilmektedir. Özellikle iyi bir dijital strateji, markanın itibarını artırabilir ve müşterilerle etkileşimi güçlendirebilmektedir. Bunun yanı sıra teknolojinin doğru kullanımı sayesinde işletmeler, müşterilere yeni trendler ve deneyimler sunarak yenilikçi, çevre dostu ve sürekli ivme alan bir marka algısı oluşturabilmektedir. Bu durum, müşterilerin işletmelere olan güvenini artırarak markanın itibarını yükseltebilmektedir. Dijitalleşme süreci aynı zamanda kâğıt maliyetleri ve saklama maliyetlerinin ortadan kalkmasını sağlayarak işletmelerin çevreye duyarlı ve yenilikçi bir imaj yaratmalarına olanak tanımaktadır. Bu da marka imajının pozitif yönde etkilenmesine katkı sağlayabilmektedir. Buna paralel olarak, dijital dönüşüm süreci marka itibarının güçlenmesine önemli katkılar sağlayarak işletmelerin müşteri odaklılığını artırabilmekte ve rekabet avantajı elde etmelerini mümkün kılabilir.

Maliyetin Azaltılması

Katılımcı ifadelerine göre, dijital dönüşüm süreci işletmelerin maliyetlerini azaltma potansiyeli taşımaktadır. Özellikle dijital uygulamaların kullanımıyla, işletmeler kâğıt ve diğer fiziksel kaynakların kullanımını azaltarak çevreye duyarlılık sağlayabilmekte ve aynı zamanda maliyetleri düşürebilmektedir. Stok takip programları, maliyet ölçüm ve değerlendirme analizleri gibi dijital araçlar sayesinde her şube için özel maliyet azaltma stratejileri geliştirilebilmektedir. Bu da işletmelerin operasyonel etkinliğini artırarak zaman ve maliyet tasarrufu sağlayabilmektedir. Ayrıca, dijital dönüşüm süreci evrak işlerini arşivleme maliyetini ortadan kaldırarak marka ve pazarlamada hızlı tanıtımı mümkün hale getirebilmektedir. Böylece işletmeler, dijitalleşme sayesinde zaman kaybını minimize ederek operasyonel verimliliği artırmakta ve maliyetleri azaltmaktadır. Bu çerçevede, dijital dönüşüm sürecinin işletmelere sağladığı maliyet azaltma olanakları, operasyonel etkinliği artırarak zaman ve kaynak tasarrufu üzerinden gerçekleşmektedir. Bu da işletmelerin rekabet gücünü artırarak müşteri odaklılığını güçlendirebilmektedir.

Görünürlüğün Artması

Katılımcı ifadeleri, dijital dönüşüm uygulamalarının işletmelerin toplumsal sorumluluk projelerini duyurarak sürdürülebilirlik çabalarını desteklediğini ve markalarının sosyal etki yaratmasına katkı sağladığını vurgulamaktadır. Bu uygulamalar aynı zamanda evrak işlerini arşivleme maliyetini ortadan kaldırarak marka ve pazarlamada hızlı tanıtımı sağlamaktadır.

“Dijital dönüşüm uygulamalarımızla sürdürülebilirlik çabalarını destekliyor ve toplumsal sorumluluk projelerimizi duyuruyoruz. Bu da markamızın sosyal etki yaratmasına ve çevreye duyarlı bir imaj oluşturmasına yardımcı oluyor.” (Katılımcı 1)

Dijital dönüşüm süreci, markaların görünürlüğünü artırarak marka tanıtımı ve pazarlamasının hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamaktadır. Böylece işletmeler, dijital araçlar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşarak marka bilinirliğini artırabilir ve marka imajını güçlendirebilmektedir. Bu durum, işletmelerin dijital dönüşüm sürecinde gösterdikleri çabanın, markalarının toplumsal etkisini artırarak müşteri odaklılık ve sürdürülebilirlik alanındaki çabalarını desteklediğini göstermektedir.

Rekabet Avantajı Sağlama

Araştırmaya katılan katılımcıların söylemleri, dijital dönüşüm uygulamaları işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu uygulamalar, potansiyel müşterilerin güvenini kazanmak ve sürekliliği aktif hale getirmek gibi önemli faktörlere katkıda bulunarak işletmelerin tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Ayrıca, yenilikçi dijital uygulamaların kullanımı, misafirlerin ilgisini çekerek markanın öne çıkmasını sağlamakta ve sektörde rekabet avantajı elde etmektedir. İşletmelerin dijitalleşme süreci, hizmetlerin artışına ve müşteri memnuniyetine yol açarak işletmelere avantaj sağlamaktadır. Bu durum, işletmelerin dijital dönüşüm sürecine olan ilgisinin ve bu süreçte gösterdikleri çabanın önemini vurgulamaktadır.

Müşteri Memnuniyeti

“Dijitalleşme ile temassız hizmet sunulması misafirlerin özellikle covid-19 pandemisinden sonra sağlıklarını korumak açısından önemli bulunduğu bir parametredir. Misafirler memnun.” (Katılımcı 4)

Katılımcı ifadelerine göre, dijital dönüşüm işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle temassız hizmet sunma imkânı, misafirlerin sağlığını korumak açısından önemli bir parametre olarak öne çıkmaktadır. COVID-19 pandemisi sonrasında bu durum daha da belirgin hale gelmiştir. Dijitalleşme ile sağlanan temassız hizmetler, müşterilerin sağlıklarını korumak ve güvenli bir ortamda hizmet almak isteyenler için önemli bir avantaj olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, misafirlerin memnuniyetini artırmakta ve işletmelerin marka imajını güçlendirmektedir. Ayrıca, dijital uygulamaların kullanımıyla işletmeler, misafir ilişkilerinde hızlı dönüş sağlama, müşterilere hızlı ve etkili bir şekilde ulaşma ve tanıtma gibi alanlarda da fayda sağlamaktadır.

Organizasyonda Kontrolün Sağlanması

Katılımcı ifadelerine dayanarak, dijital dönüşümün işletmelerin organizasyonel kontrolünü güçlendirmede önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Dijital sistemlerin kullanımı, işletmelerin faaliyetlerini daha sistematik ve güvenilir bir şekilde izlemesini ve yönetmesini sağlamaktadır. Bu durum, işletmelerin operasyonel süreçlerini daha etkin bir şekilde takip etmelerini ve gerektiğinde müdahale etmelerini mümkün kılarak iş akışının verimliliğini artırmaktadır. Bu bağlamla ilişkili olarak, dijital uygulamaların kullanımı, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmasına ve marka imajını güçlendirmesine olanak tanımaktadır. Özellikle dijitalleşme sayesinde operasyonel zorluklarla daha kolay başa çıkılabilmekte ve müşterilere hızlı ve etkili hizmet sunulabilmektedir. Son olarak, zincir yiyecek işletmeleri gibi çok lokasyonlu işletmeler için dijital sistemlerin kullanımı, arka plan işlerinin takibi, müşteri geri dönüşleri ve personel maliyetlerinin kontrolü gibi konularda kolaylık sağlamaktadır. Böylece işletmelerin standartlarını korumasına ve operasyonel süreçlerini daha etkin bir şekilde yönetmesine kolaylık tanımakta, böylece organizasyonel kontrol mümkün hale gelebilmektedir.

Verimlilik

Dijital dönüşümün müşteri odaklı katkıları literatürde işletmelerin operasyonel etkinliklerini artırma ve maliyetleri düşürme yönünde önemli bir araç olarak vurgulanmaktadır. Katılımcı ifadelerine dayanarak, bu sürecin işletmelerin iş süreçlerini otomatikleştirme ve verimliliği artırma amacı taşıdığı gözlemlenmektedir. Özellikle otomasyon, stok yönetimi ve sipariş takibi gibi operasyonel alanlarda etkili bir şekilde uygulanarak, işletmelerin kaynakları daha etkin bir şekilde kullanması sağlanmaktadır. Ayrıca, katılımcıların vurguladığı üzere, dijital dönüşümün zaman tasarrufu sağlama özelliği, işletmelerin hızlı reaksiyon verme kapasitesini artırarak operasyonel zorluklarla daha etkin bir şekilde başa çıkmalarını ve sonuç olarak müşteri memnuniyetini artırmalarını desteklemektedir. Bu süreç aynı zamanda işletmelerin zaman içinde daha güçlü bir imaj oluşturmalarına katkıda bulunmaktadır. Diğer yandan, dijital dönüşümün müşteri odaklı katkıları arasında işletmelerin tüm şubelerinde mali tabloların tutulması, ürün alım ve tüketiminin kontrolü gibi temel işlevlerin sağlanması da yer almaktadır. Bu uygulamalar, işletmelerin misafir ilişkilerinde hızlı dönüş sağlamalarını, müşterilere hızlı ve etkili bir şekilde ulaşmalarını ve markalarını etkili bir şekilde tanıtılmalarını sağlayarak operasyonel verimliliği artırmaktadır.

Çevreye Duyarlılığın ve Sürdürülebilirliğin Artması

Dijital dönüşümün müşteri odaklı katkıları arasında çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik alanında önemli bir rol oynaması, literatürde giderek daha fazla vurgulanmaktadır. Katılımcı ifadeleri, dijital dönüşüm uygulamalarının sürdürülebilirlik çabalarını desteklediğini ve işletmelerin toplumsal sorumluluk projelerini duyurmasına olanak tanıdığını göstermektedir. Bu durum, markaların çevresel etkiyi azaltma ve toplum için faydalı projelere katkıda bulunma yönündeki çabalarını artırmalarına olanak sağlayarak, markaların sosyal etki yaratmasına ve çevreye duyarlı bir imaj oluşturmalarına katkı sağlamaktadır. Bunun yanında, dijital dönüşümün müşteri odaklı katkıları arasında teknolojinin doğru kullanımı ile yeni trendler ve deneyimlerin müşterilere sunulması vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım, işletmelerin yenilikçi çözümler geliştirerek çevre dostu uygulamaları teşvik etmesini sağlayarak, pozitif bir marka algısının oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır. Bu şekilde, işletmeler müşterileri üzerinde olumlu bir izlenim bırakarak çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik konularında toplumsal farkındalık oluşturabilmekte ve markalarını daha çekici hale getirebilmektedir.

Dijital Dönüşüm Uygulamalarında Standardizasyonun Sağladığı Katkılar

Katılımcıların değindiği diğer bir bağlam olarak dijital dönüşüm uygulamalarında standartlaşmanın getirdiği birtakım katılardan da söz edilebilmektedir. Bu minvalde ilgili avantajlar Şekil 6’da ağırlıklarına göre görselleştirilmiştir.

Şekil 6. Dijital Dönüşüm Uygulamalarında Standardizasyonun Sağladığı Katkılara İlişkin Temaların Ağırlıklar



Şekil 6’ya göre dijital dönüşüm uygulamalarının standardizasyonunun sağladığı katkılar noktasında katılımcıların ifadeleri benzer ağırlıklara sahiptir. Bu çerçevede ilgili dört alt tema aşağıda ayrıntılandırılmıştır.

Maliyetin Azalması ve Kontrolünün Kolaylaşması

Dijital dönüşüm uygulamalarının işletmeler için sağladığı önemli katılardan biri, standartlaşmış süreçler aracılığıyla maliyetin azaltılması ve işletme verimliliğinin artırılmasıdır. Katılımcı ifadeleri, dijital sistemlerin işletmelerin süreçlerini optimize etmelerine, israfı azaltmalarına ve daha etkin bir şekilde çalışmalarına olanak sağladığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda, dijital dönüşüm uygulamaları işletmelerin maliyetlerini düşürme potansiyeline sahiptir ve verimliliği artırarak ekonomik fayda getirmektedir. Buna ek olarak standartlaşmış süreçler ve dijital sistemlerin kullanımı, işletmelerin maliyetlerini kontrol etmelerini ve izlemelerini kolaylaştırmaktadır. Bu sayede, işletmeler müşteri deneyimlerini, personel deneyimlerini ve işletme maliyetlerini daha etkin bir şekilde yönetebilmektedir. Standartlaşma ve dijitalleşme, işletmelerin operasyonlarını daha kontrol edilebilir hale getirerek, maliyetlerin eşitlenmesi ve üretimde standartların sağlanması gibi birçok alanda etkili bir biçimde kullanılabilir. Bu bağlamda, dijital dönüşüm uygulamaları işletmelerin maliyetlerini azaltırken, aynı zamanda işletme kontrolünü kolaylaştırarak ekonomik fayda sağlamaktadır.

Stok ve Tedarik Zinciri Yönetimini Kolaylaştırma

Dijital dönüşüm uygulamalarının işletmelere sağladığı önemli katılardan biri, stok ve tedarik zinciri yönetimini kolaylaştırma yeteneğidir. Bu uygulamalar, stok seviyelerini, tedarikçi ilişkilerini, fiyat düzeylerini ve malzeme teminini standartlaştırarak işletmelerin operasyonlarını optimize etmelerine yardımcı olmaktadır. Katılımcıların bu noktadaki ifadeleri, dijital dönüşümün, her bir şubenin benzer malzemelere erişimini sağlayarak ürünlerin kalitesini, maliyetini ve tedarik süreçlerini standartlaştırmasının önemini vurgulamaktadır. Bu standartlaştırma ve kontrol mekanizmaları, işletmelerin daha kontrollü bir şekilde hareket etmelerini ve iş akışlarını hızlandırmalarını mümkün hale getirmektedir. Operasyonel zorluklarla daha kolay

baş edilmesini ve müşteri memnuniyetinin artırılmasını mümkün kılar. Ayrıca, dijital dönüşüm uygulamaları, işletmelerin stok ve tedarik zinciri yönetiminde daha etkin bir rol oynamalarını sağlayarak operasyonel verimliliği artırmaktadır. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, dijital dönüşüm uygulamalarının işletmelerin stok ve tedarik zinciri yönetimini kolaylaştırarak operasyonel süreçlerini optimize etmelerine olanak tanıdığı söylenebilmektedir. Bu da işletmelerin rekabet gücünü artırırken, müşteri memnuniyetini ve operasyonel verimliliği yükseltmektedir.

Kurumsal İşleyişin Takibini Kolaylaştırma

Katılımcıların ifadelerine göre, dijital dönüşüm ile standartlar gözlemlenebilir ve sürdürülebilir hale gelmektedir. Bu durum, işletmelerin güvenilir bir biçimde standartları anlık olarak takip edebilmelerini ve doğru işin yapıldığının kanıtını elde etmelerini sağlamaktadır. Dijital dönüşüm uygulamalarının kontrol odaklı ve takip odaklı yapısı, işletmelerin çeşitli alanlarda standartları gözlemlemesine imkân vermektedir. Bu alanlar arasında müşteri deneyimleri, personel deneyimleri ve işletme maliyetlerinin takibi bulunmaktadır. Bu sayede, işletmeler hem iç işleyişlerini daha etkin bir şekilde yönetebilmekte hem de dış müşterilere standart hizmet sunma konusunda güvenilirliklerini artırabilmektedir.

Hizmet Kalitesinin Artmasını Sağlama

Araştırmanın katılımcılarının söylemlerine göre, dijital sistemler sayesinde tarifeler, hazırlık prosedürleri ve sunum standartları dijital platformlarda merkezi olarak depolanabilmektedir. Bu durum, her bir şubenin aynı kalitede ürün ve hizmet sunmasını sağlayarak standartları korumaya yardımcı olmaktadır. Özellikle e-dönüşüm hizmetleri ve dijital menüler gibi ortak olarak kullanılan teknolojik gereçler, tüm personelin yeterli bilgiye sahip olmasını sağlayarak işletmelerin standardizasyonunu güçlendirmektedir. Bu doğrultuda, her bir şubenin benzer bir kalitede hizmet sunması ve müşterilere tutarlı bir deneyim yaşatması mümkün hale gelmektedir. Diğer taraftan mevcut olgular, dijital dönüşüm uygulamaları, işletmelerin ürün ve hizmet kalitesini artırarak müşteri memnuniyetini sağlama ve marka değerini güçlendirme konusunda önemli bir araç olduğunu göstermektedir. Bu uygulamaların standardizasyonu desteklemesi, işletmelerin tutarlılık ve güvenilirlik konusundaki çabalarını desteklemekte ve müşteri sadakatini artırabilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma ile zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşüm uygulamalar, operasyonel algı ve tutum incelenmiştir. Çalışma amacı doğrultusunda katılımcılara nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Çalışmanın amacı kapsamında zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşüm uygulamaları derinlemesine ve bütüncül bir yaklaşımla ortaya koymuştur. 2024 yılı Ocak ayı itibarıyla yurtiçi ve yurtdışı toplamda 120 civarında şube ile 9 ülkede hizmet veren markanın dijital dönüşüme karşın tutumu irdelenmiş olup mevcut pazarda rakiplerinden avantajlı olduğu sonucuna varılmıştır. Turizm işletmeleri de dahil olmak üzere emek yoğun bir sektör olan yiyecek içecek işletmeleri ürün ve hizmetlerini teknolojik dönüşümün getirmiş olduğu yenilikler ile bütünleştirdiğinde rekabet avantajını elde etmektedirler. Çünkü sözü edilen teknolojik uygulamalar üretimden nihai tüketiciye kadar ki süreçte ürün ve hizmette farklılaşma, yenilenme sağlamakta ve sözü edilen bu durumlar müşteriler için ilgi çekici deneyim olmaktadır (Şahin ve Yağcı, 2017). Zincir yiyecek içecek işletmeleri farklı lokasyonlarda konumlandırılabilmesi ile hizmet sektöründe büyük bir çoğunluğu temsil ettiği düşünüldüğünden bu çalışmada, zincir yiyecek içecek işletmelerinin dijital dönüşüme kayıtsız kalmalarının mümkün olmadığı, bilgi ve teknoloji çağında ilgili sektörde rekabet avantajını elinde tutabilmesi için teknolojinin sunmuş olduğu yenilikleri güncel olarak takip etmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Çalışma, araştırma soruları ve verilen cevapları ile görüşme formunda bulunan sorular ve yöneltilen önermeler ile sınırlıdır.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre katılımcılar, dijital dönüşüm uygulamalarını hem teknolojiyi takip edebilmek hem de sürdürülebilirlik uygulamaları içerisinde bütünleşmiş bir şekilde uyguladıkları operasyonel yapıdan söz etmişlerdir. Buna göre zincir yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm; dijital platformlar ile ürünlerin tedarik aşamasından nihai tüketiciye ulaşana kadar geçen süreçteki verilerin analitiğini yapabilecek yapay zekâ destekli programlar içerebilir. Sözü edilen bu uygulamalar stok yönetimi, tedarikçi iletişimi ve ilişkileri geliştirme, lojistikte standardı sağlama gibi uygulamalar ile akıllı tedarik zinciri yönetiminde etkin şekilde kullanılabilir. Akıllı cihaz ve sensörler ile enerji tüketimini ve su tüketimini izlenebilir ve kontrol edilebilir hale getirerek enerji ve kaynak verimliliğinde etkin bir biçimde kullanılabilir. Dijital dönüşüm uygulamaları geri dönüştürülebilir ve çevre dostu ambalajların kullanımı izleyebilmek ve bu uygulamaları artırmak ve teşvik etmek için kullanılabilir. Bununla birlikte mobil uygulamalar ve dijital platformların desteği ile müşteri etkileşimi ve farkındalık sağlayabilmektedir. İlgili zincir yiyecek içecek

işletmesinin sözü edilen uygulamaları asgari düzeyde sürdürmeye çalıştığı tespit edilmiştir. Buna göre sürekli yenilik ve iyileştirme, fikirlerin geliştirilmesi ve test edilmesine yönelik uygulamalar olduğundan söz edilmiştir.

Zincir yiyecek içecek işletmelerinde dijital dönüşüm uygulamaları marka algısını çoğunlukla olumlu etkilemekte denilebilmektedir. İnovasyon ve müşteri deneyiminin entegre olduğundan, mobil uygulamalar ile kolay sipariş verebilme, mutfak ile direkt iletişimde olabilme, özel siparişlerin hizmete tabii olması gibi uygulamalar müşteri de sadakat duygusunu aşmaktadır. Dijital dönüşüm ile marka itibarı ve müşteri iletişimi artmakta olup, dijital medya, sosyal medya platformları işletmenin daha yoğun kitlelere ulaşabilmesi için bir araç olmaktadır. Daha yoğun kitlelere ulaşan işletmeler rekabet gücünü elinde tutmakta kalmayıp, yiyecek içecek sektöründe yenilikçi ve lider olmaktadır.

Rekabet avantajını elinde tutan zincir yiyecek içecek işletmeleri için dijital dönüşüm uygulamaları standardizasyonu korumayı da hedeflemektedir. Özellikle farklı lokasyonlarda hizmet alma deneyimini yaşayan müşteri kitleleri için aynı kalitede ürün ve hizmeti sağlamak önem arz etmektedir. Standardizasyonun sağlanmasındaki en önemli etkenlerden birisi de ürünü ve hizmeti sunan personellerdir. Buna göre mutfak personelleri ve servis personelleri de dijital dönüşüm uygulamalarında çeşitli platformlar ile sürekli güncellenen eğitimlere ve talimatlara tabii olmaktadır. Maddi kaygıları olan ticari işletmelerin dijital dönüşüm uygulamaları ile veri analizi yapabilmekte, stok ve tedarik zinciri yönetimini kontrol edebilmektedir. Sözü edilen dijital uygulamalar ile işletmelerin mutfak ve servis operasyonlarının kar maksimizasyonu sağlanabilmekte ve satışları optimize edilmektedir.

Katılımcılara yöneltilen önermeye istinaden zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşüm uygulamaları; personellerin işe giriş ve çıkışlarını kontrol ve takip edebildikleri uygulamalardan, işletmede kesilen her türlü faturanın takibinden, müşterilerin online rezervasyon yapabilmelerinden, anlık satış takibini yapabilen dijital platformlar şeklinde belirtilmiştir. Müşterilerin sipariş verme ve hesap ödeme evresindeki servis personeli ile diyalog kurmadan, direkt işlem gerçekleştirebileceği çevrim içi platformdan söz edilmiştir.

Zincir yiyecek içecek işletmelerindeki dijital dönüşümün müşteriler tarafından çoğunlukla ilgiyle karşılandığı, olumlu tepkiler aldığı tespit edilmiştir fakat geleneksel hizmet ve servis sistemine alışkın müşteriler için olumsuz yorumların da gelebileceği belirtilmiştir. Dijital dönüşüm uygulamaları ile zincir yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan servis robotu insan gücüne olan ihtiyacı azaltmaktadır. Kullanımı tercih edilen Qr menüler ile kâğıt kullanımı azalmakta olup hem menü baskı maliyetinden düşülmekte hem de teknolojik uygulamalar ile farkındalık kazandırılmaktadır. Ayrıca yine Qr kod sistemleri ile müşteri bildirimlerinde anında çözüm sağlanabilmektedir. Zincir yiyecek içecek işletmelerinde, dijital dönüşüm uygulamalarının işletmeye sunmuş olduğu en önemli fayda maliyetlerin düşürülmesine olan katkı olarak saptanmıştır. Diğer taraftan menü basım ve tanıtım çalışmalarının çevrimiçi sistemler ile yapılıyor olması pazarlama faaliyetlerine ilişkin maliyetleri de azaltmaktadır.

Son olarak, işletme dijital dönüşüm uygulamalarını desteklemekte olup mutfak ve servis operasyonlarının tamamında olabildiğince gelişime açık olduklarını aktarmışlardır. Bu gibi uygulamaların yiyecek içecek işletmelerinde yaygınlaşması; işletmelerin maliyetlerini düşürmesinde, pazarlama faaliyetlerini etkin ve verimli kullanmasında, kurum içi eğitimi güncel tutmakta, oluşabilecek herhangi bir aksaklıkta anında çözüm odaklılık sunarak müşterilerin farklı deneyim elde etmesini sağlayabilir. Çeşitli lokasyonlarda hizmet sunan ve geniş kitlelere ulaşabilen zincir yiyecek içecek işletmeleri dijital dönüşüm uygulamalarını sürdürülebilirlik uygulamalarına her koşulda dahil ederek farkındalık yaratabilir ve uygulanan yöntemlerde çeşitlilik sağlanabilmesinde liderliği üstlenebilir.

Sonraki çalışmalar için zincir yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin dijital dönüşüme karşı algı, tutum ve davranışları ölçülebilir. Ayrıca zincir yiyecek ve içecek işletmelerinde hizmet alan müşterilerin dijital dönüşüme dair algı, tutum ve davranışı ölçülebilir. Her geçen gün yaşamın ayrılmaz bir parçası haline kaplayan teknolojik uygulamaların ve dijital dönüşümün yakından takip edilmesi için işletmelerde kurum içi eğitimler planlanabilir ve söz konusu eğitimler akademi ile eş zamanlı ilerletilerek sektörel gelişme sağlanabilir.

Kaynakça

- Aktaş, A. (2001). *Ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Eren Ofset, Antalya.
- Arıkan, R. (2017). *Araştırma yöntem ve teknikleri*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, Ş., & Çakır, M. U. (2022). Gastronomi ve dijitalleşme. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 12(4), 2143-2159. DOI: <https://doi.org/10.30783/nevsosbilim.1123324>.

- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: nitel bir araştırma nasıl yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Barber, N., Goodman, R. J. & Goh, B. K. (2011). Restaurant consumers repeat patronage: A Service Quality Concern. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 329–336.
- Barış, Z. (2021). *Yiyecek içecek işletmelerinde üretim ve servis sürecinde dijital dönüşüm: Gaziantep İli Durum Analizi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Aydın.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemsirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*. 9(1):23-28.
- Chin, H., & Lee, D. (2022). A study on digital transformation competitive strategy of accommodation reservation service industry: a case study. *Journal of Korea Society of Industrial Information Systems*, 27(1), 93–109. <https://doi.org/10.9723/JKSIS.2022.27.1.093>
- Chin, H., Marasini, D.P. & Lee, D. Digital transformation trends in service industries. *Serv Bus* 17, 11–36 (2023). <https://doi.org/10.1007/s11628-022-00516-6>
- Çallı, L., & Çallı, B.A. (2021). *Hizmet sektöründe dijital dönüşüm: yapay zeka ve robot teknolojileri*. (Ed.) G. Koca & Ö. Eğilmez, Dijital Dönüşüm ve İşletmecilik, ss. 111-134. Efe Akademi Yayınevi, İstanbul.
- Durum, S. (2022). *Restoran işletmelerinde dijitalleşme kavramı: Ankara'da deniz ürünleri restoranlarına yönelik bir araştırma*. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı Gastronomi ve Mutfak Sanatları Tezli Yüksek Lisans Programı. Yüksek Lisans Tezi. Ankara.
- Doğan, M., & Çetin, A. (2021). Dijital menüler ve müşteri memnuniyeti üzerine etkileri. *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Dergisi*, 5(2), 123-135.
- Fust'e Forn'e, F. (2021). Robot chefs in gastronomy tourism: What's on the menu?, *Tourism Management Perspectives*, 37, 1-9.
- Güner, D., & Aydoğdu, A. (2022). Gastronomi alanındaki teknolojik gelişmelere yönelik bir değerlendirme: dijital gastronomi, *Aydın Gastronomy*, 6(1), 17-28.
- Gürbüz, M.E. (2021). *Konaklama işletmelerinde dijital dönüşüm Antalya örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı, Konya.
- Hazarhun, E., & Yılmaz, Ö.D. (2020). Restoranlarda dijital dönüşüm: touch restoran örneği. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 384-399.
- Hjalager, A., M. (2022). Digital food and the innovation of gastronomic tourism. *Journal of Gastronomy and Tourism*. 7:35-49. DOI: <https://doi.org/10.3727/216929722X16354101932186>.
- Karahan, S., Uca, S., Güdük, T. (2022). Nitel araştırmalarda görüşme türleri ve görüşme tekniklerinin uygulanma süreci. *Nitel Sosyal Bilimler*. 4(1), 78-101. <https://doi.org/10.47105/nsb.1118399>.
- Keeler, N. (2019). *2030 yılı için restoran endüstrisi öngörülleri: Verilere dayalı kararlar, tedarik zinciri lojistiği ve aplikasyonlar önem kazanacak*, 5,2024, from <https://acikradio.com.tr/biofilia/2030-yili-icin-restoran-endustrisi-ongorulleri-verileredayali-kararlar-tedarik-zinciri>.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Özdemir, Ö.G.Ö. & Özdemir, E.G. (2019). Endüstri 4.0 ve yiyecek içecek işletmelerindeki yansımaları, Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 19-21 Eylül 2019, ss. 87, Nevşehir.
- Pieska, S., Luimula, M., Jauhainen, J. & Spiz, V. (2013). Social service robots in wellness and restaurant applications, *Journal of Communication and Computer*, (10), 116-123.
- Rahman, M. (2016). IoT & Big Data Based Applications for Restaurant Questions of Opportunities, Challenges, Benefits & Operations. Erişim Tarihi:19.04.2024
- Scherbakova, T. S., (2019). Transformation Of The Service Industry In Digital Economy. 1st International Scientific Conference. Modern Management Trends and The Digital Economy: *From Regional*

Development to Global Economic Growth, Advances in Economics Business and Management Research, 81, 288-291.

- Smith, J., & Johnson, R. (2020). The impact of digital technologies on dining experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Technology, 11(3)*, 210-225.
- Şahin, N.N. & Yağcı, P. (2017). Endüstri 4,0 kapsamında prosumer kavramının yiyecek içecek sektörü açısından değerlendirilmesi, *Journal of Recreation and Tourism Research, 4(1)*, 12-22.
- Topsakal, Y., Bahar, M. & Yüzbaşıoğlu, N. (2020). *Gelişen teknoloji değişen turizm: endüstri 4.0 çağında otelcilik sektöründe dijitalleşme*. F.K. Küçüktopuzlu, & T. Aslan (Ed.), Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Dijitalleşme, Konya.
- Türker, N. ve Akmanoğlu, E. (2022). Yeni yiyecek fobisi ve gastronomi turizminin gelişmesine etkisi: kalitatif bir çalışma. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research. 6(1):177-198.*
- TÜSİAD. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklilik Olarak Sanayi 4,0 Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi*. From 15 Ocak 2020 tarihinde TÜSİAD-T/201603/576. <http://www.tusiad.org/indir/2016/sanayi-40.pdf>.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- 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, DOI: <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.45504>.
- Wirtz, J., Patterson, P.G., Kunz, W.H., Gruber, T. & Lu, V.N, (2018). Brave new world: service robots in the frontline, *Journal of Service Management 29(5)*, 907–31. Doi:10.1108/ JOSM-04-2018-0119.