

MENÜ PLANLAMASI VE YİYECEK-İÇECEK TESİSLERİNİN MİMARİ TASARIMI ÜZERİNE...

Dr. Bahattin RIZAOĞLU(*)

ABSTRACT

This article is based on our research made in Nevşehir including sixty-one food and beverage establishments. In the food and beverage establishments, one of the major reasons of value losses in labor, material, skill and time is the ignorance of menu planning and development. The ignorance of menu planning and development on the other hand causes the ignorance of determining the target markets and other negative collateral effects such as putting unpreferable and unprofitable food and beverages in the menu, failing to present a menu appropriate to food and beverage experience, neglecting the menu balance failing to make a menu suitable to the production and service requirements.

Yiyecek-içecek faaliyeti yatırım aşamasında iken fizibilite çalışmaları ve binaların, gerek iç gerekse dış mimari özellikleri, menü planlaması ile doğrudan ilişkilidir. Daha proje safhasında iken menü planlanmalı ve bu planlamaya göre yatırıma gidilmelidir. Bir yiyecek-içecek tesisinde projelendirme aşamasında eğer gerekli önlemler alınmamışsa, işletme aşamasında yeterli hizmetin verilmesine imkân yoktur. Yiyecek-içecek tesislerinde mutfak düzeninin iş akımına uydurulması ve mutfak alanının etkin bir şekilde kullanılmasını sağlamak için iş akım analizlerine dayanılarak uygun bir yerleşim gerçekleştirilmelidir.

Yiyecek-içecek tesislerinde menü planlama, en karmaşık pazarlama uygulamalarından biri olarak algılanmaktadır. Bu karmaşıklık, çoğu yiyecek-içecek tesisinin menü planlaması yapmalarını engellemekte ve dolayısıyla şu önemli konuların ihmal edilmesine yol açmaktadır.

1. Hedef pazar belirlenmeden akla gelen yiyecek-içecekler menüye dahil edilmektedir.

Hedef pazarın istediği yiyecek-içecek menüye dahil edilmediğinden yiyecek-içecek tesisi maliyetlerini karşılayamaz duruma düşmekte ve kısa sürede kapanmaktadır.

Hem müşteriler açısından, hem de yiyecek-içecek tesisi açısından pazarın tatmin edilmesi birinci derecede önemli olan şu konuların belirlenmesini gerektirdiği halde, dikkate alınmamaktadır.

- menünün genel teması,
- menü çeşitliliği ve yiyecek bileşimi,
- menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatı.

Menünün hem genel bir temaya sahip olmayı gerektirmesi, hem de çeşitlilik sağlaması ilk bakışta birbiriyle çelişmeli görünebilir. Bununla birlikte, pratik amaçlar için menü her iki ihtiyacı karşılayacak şekilde düzenlenmelidir.

Genel tema itibarıyla bütünlük arz etmeyen bir menü ahenksizdir, birbiriyle bağlantısı olmayan unsurlar taşır ve müşteriye tatmin etmede başarısız kalır. Müşteri yemeğini başlatıcı

yiyecek, ana yiyecek, tatlı şeklinde ayrı ayrı unsurlar olarak değil bir bütün olarak düşünür. Dolayısıyla bir yemek servisinin başlangıcından en son yiyecek-içeceğin verilmesine kadar tüm unsurlar birbiriyle uyum içinde olmazsa bütünlük bozulur. Menü müşteriler tarafından bir bütün olarak algılanmaktadır (Fearn 1985:49).

Menü çeşitliliği ve yiyecek bileşimi, hem menünün temasına uygun olmalı, hem de müşteriye çekici görünmelidir. Bu durumun başarılması muhtemelen en zor olan hususlardan birisidir. Menüde yer alacak yiyeceklerin seçimi zaman alan bir uğraştır. İyi lokantalar genellikle sundukları belli yiyecekler ile hatırlanırlar. Çünkü, bu lokantaların sundukları yiyecekler farklıdır veya başka bir lokantada sunulmazlar.

Pazarlama açısından menüde yer alan yiyecek-içeceklerin fiyatları da (menünün fiyatı) müşterinin algıladığı değeri ve rekabeti etkiler. Bazı lokantaların rekabete rağmen fiyatları çok yüksek olduğu halde çok sayıda müşterileri vardır. Bunun nedeni, sunulan yiyeceklerin çok iyi bir şekilde servisinin

(*) Bahattin Rızaoğlu, Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda Öğretim görevlisidir,

yapılması ve ödemeye göre bir değerini müşteriye aktarılabilirliği.

2. Toplam yiyecek deneyimine uygun menü sunulmamaktadır.

Yüksek tutarlarda bir yatırımla faaliyete geçirilen lokantalar, çoğu kez müşterilerin toplam yiyecek-içecek deneyimi gereklerine uymayan bir menü sunduklarından, tutunamamakta ve kapanmaktadırlar. Bazı lokantalar menü yoluyla ve mükemmel bir içsel düzenleme ile yiyecek-içecek deneyimi gereklerine cevap verdiklerinden kimliklerini kazanabilmişlerdir. İçsel düzenleme, yemek yedikleri sırada veya yemek yedikten sonra tekrar tesise gelip gelmeyeceği kararını verecek müşteriler açısından özellikle dikkate alınması gereken bir husustur. Müşteriler menüyü, içsel düzenleme ve bununla yaratılan ruh durumu ile uygun halinde görmezlerse tesise tekrar gelme hususunda pek etkileneceklerdir.

3. Menüye çok kalabalık bir şekilde yiyecek-içecek dahil edilmektedir.

Çok sayıda yiyecek-içecekleri bünyesinde toplayan menüye, yoğun menü veya kalabalık menü denir. Yoğun bir menü çok stok gerektirir ve bu durum yiyecek-içecek tesisini ağır maliyetlerle karşı karşıya getirir. Diğer yandan yoğun bir menü, muhtemelen daha çok hatanın yapılmasına yol açar ve müşterilerin yiyecek seçimlerini uzatmalarına veya müşterilerin kafalarının karışmasına yol açar. Dolayısıyla, nefis bir şekilde pişirilen ve az sayıda yiyecek-içeceklere yer veren menü daima tercih edilmelidir.

4. Menü yiyecek-içecek tesisinin hedef temel kârını gerçekleştirmesine yardım edecek şekilde düzenlenmemektedir.

Çoğu yiyecek-içecek tesisi faaliyetlerinde belli kâr yüzdelere önem verirler. Bu yiyecek-içecek tesisleri, menü üretme maliyetlerini incelemeyi ihmal etmektedirler. Menüde yer alacak tüm yiyecek-içecekler sunulan yiyecek-içeceğin gerçek maliyetini ortaya çıkarmak açısından incelenmelidir. Örneğin çoğu yiyecek-içecek tesisleri, menüde yer alan yiyecek-içeceklerin mutfak testlerini ve standart verim testlerini yapmamaktadırlar.

5. Menü israfa yol açacak şekilde düzenlenmektedir.

Menü, hem bir maliyet denetim işlevine, hem de bir pazarlama işlevine sahiptir. Dolayısıyla, menü planlayıcısı hedef pazarını belirlemeli ve bu pazarın gereksinmelerine uygun çeşitlilikte yiyecek-içeceklerin sunulmasına çalışmalıdır. Menü, ya aşırı stok bulundurulmasından, ya gereksiz personel çalıştırılmasından, ya da pazara uygun düşmeyen yiyecek-içeceklerin üretilmesinden dolayı israfa yol açar.

Maliyetleri korumak için zamanında satılmamış yiyecek-içeceklerin sunulması doğru bir eğilim olabilir. Bu durum son derece tehlikelidir. Örneğin, sıcak yiyecek saklayıcısında sıcaklığın muhafaza etmek üzere iki gün saklanan önceden pişirilmiş pırazolar ve börekler bir okul kantininde satışa sunulmuştur. Üçüncü gününde saklayıcıdan alınan et çoban böreği yapmak için kullanılmış, bu uygulama okulda hastalık oluşmasına yol açmıştır.

6. Menüde denge ihmal edilmektedir.

İster alakart, ister tabldot menü olsun, menüler müşteri tercihlerini karşılayabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Öğünlere göre yiyeceklerin çeşitli bileşimleri yapılabilir. Bir öğünde veya bir yemek servisinde bir kerede sunulan yiyecek-içeceklerin birbiriyle uyumlu bir şekilde sunulmasına menü dengesi denir.

Menü denge iki hususu gerçekleştirmelidir (Fearn 1985:55).

a) Her yiyecek bölümünde farklı yiyeceklere yer verilmelidir.

b) Yiyeceğin yapısı ve yiyecek kompozisyonu alternatifler sağlamalıdır.

7. Menüden özendirici bir şekilde planlaması ve geliştirilmesi ihmal edilmektedir.

Menü düzenlemesi ve kompozisyonu yolu ile farklı sunumlar yaratılmalıdır. Örneğin, altın top kokteyli veya bir dilim kavun müşteriyi pek etkileyici değildir. Yiyecek-içecekler, müşterileri rahatsız edecek kadar ne egzotik ne de nadir görülen yiyecekler olmalıdır. Yaratıcılık ve çeşitliliğin yalnızca pahalı lokantaların bir özelliği olduğunu düşünmek yanlıştır. Her yiyecek-içecek tesisi, ister büyük ister küçük olsun, menülerini yaparken kendilerine özgü bir yaratıcılık ve çeşitliliğe yer vermelidir.

8. Menüden üretim ve servis personeli gereklerine uygun olarak planlaması ihmal edilmektedir.

Bir yiyecek-içecek tesisi menüde yer alan yiyecek-içecekleri üretebilmek için vasıflı ve yaratıcı özelliklere sahip personel bulabilmelidir. Mutfak ve servis olayı bir sa-

nattır. Herkes ahçı ve garson olamaz. Eğer yiyecek-içecek tesisleri vasıflı personel bulmada güçlük çekiyor ise, acele etmemeli ve çalıştıracağı personeli eğitmelidir. Bazı lokantalar iyi ahları ile başarılı olmuşlardır. Servis personeli ise menüden sonra yiyecek-içecek tesisinin önemli satış elemanıdır (Rey 1985: 41-42).

SONUÇ

Yiyecek-içecek tesislerimizde emek, materyal, beceri ve zaman gibi faktörlerde meydana gelen değer kayıplarının temel nedenlerinden biri, menünün planlamasına ve geliştirilmesine önem

verilmemesidir. Menünün planlaması ve geliştirilmesi ihmal edildiğinden hedef pazarların belirlenmesi de ihmal edilmektedir. Böylece, akla gelen yiyecek-içecekler menüye dahil edilmekte, toplam yiyecek içecek deneyimine uygun menü sunulmamakta, menü, pazarın tercih etmediği yiyecek içeceklerle doldurulmakta, menü krlılığı arttıracak şekilde düzenlenmemekte, israfa yol açılmakta, menüde denge kurulmamakta, menü dretim ve servis gereklerine uygun olarak dzenlenememektedir. Menü planlaması ve geliştirmesi yo-

luyla emek, materyal, beceri ve zaman faktörlerindeki değer kayıpları önlenebilir, maliyetler azaltılabilir ve maliyet tasarrufu sağlanarak krlılık arttırılabilir.

KAYNAKÇA

FEAM, David A., *Food And Beverage Management*, Butterworths, London, et al., 1985.

REY, Anthony M. and Wieland, Ferdinand, *Managing Service In Food And Beverage Operations*, The Educational Institute Of American Hotel-Motel Association, East Lansing, Michigan, 1985.

KİTAP

TURİZME GİRİŐ
M.Zekai BAYER
İ.Ü. İşletme İktisadi
Enstitüsü
Yayın No: 146
İşletme Fakültesi
Yayın No: 146
İstanbul, 1992
24 x 16, 230 sayfa.

Türkiye turizmine uzun yıllar hizmet veren, bu alanda pek çok çalışmada katkısı olan M. Zekai BAYER, 18. kitabını da yayımladı. Uzun yılları bulan araştırmacılık, ğretim grevlililiği ve uygulamanın içindeki çalışmalarının sonuçlarını Turizme Giriş kitabında toplamış Zekai BAYER.

Zekai Bey, kitabına turizmin tarihini ve diğer disiplinler ile olan ilişkisini açıklayarak başlıyor. Daha sonra turizmin türlerini de ayrıntılı olarak açıklandığı kitapta, turizm ile çok yakından ilişkili pek çok konu ayrıntısına değin açıklanmakta...

Kuramsal bilgilerin yanında kitapta, Zekai Bey'in uygulamanın, turizm ile ilgili faaliyetlerin çoğu zaman

içinde bulunuşunun izlerini sık sık görmek mümkün. Öte yandan turizmin son yıllardaki gelişimi ve dünya evre konjoktrnn gelişimi iel ön plana çıkar turizm evre ilişkileri konusu da kitapta, gerek kuram gerekse uygulamalı bilgileriyle kendisine yer bulmuş.

Turizmin son yıllardaki evre ve dolasıyla da çok çeşitli doğal ve rekreasyonel faaliyetlere doğru olan yönelişine ilişkin gelişmeler de kitapta yer alan konular arasındadır...ülkemizde turizmin emrine verilen, verilebilecek rekreasyon alanlarının da geniş bir listesinin de bulunduğu kitap, turizme ilgi duyan, bu alanda eğitim-ğretim gören herkesin yararlanabileceği bir kaynak durumundadır.