

MENÜ PLANLAMA VE GELİŞTİRMEDE ÖNEMLİ SORUNLAR

Dr. Bahattin RIZAOĞLU (*)

ABSTRACT

Menu planing and development function has a very definite effect on sales, ease of production and costs. But, it is too often neglected by the management. Lack of interest, misunderstanding and ignorance then caused many other problems.

In this article, the problem areas are determined and mithe effects of the problems are discussed.

Gerek dünya ekonomisinde gerekse ülke ekonomilerinde hizmet endüstrisi en hızlı büyüyen ve gelişen bir endüstridir. Hizmet endüstrisinin hızlı gelişen kesimlerinden biri ise, yiyecek içecek endüstrisidir. İnsanların daha fazla serbest zamana sahip olması, harcanabilir gelir miktarının artması, tüketicilerin demografik özelliklerinin etkili olması, gerek uluslararası gerekse ulusal düzeyde geziye katılanların sayısının artması, dışarıda yeme içme olayının sosyal kabul edilirliliğinin benimsenmesi, kadınların çalışma hayatına katılması gibi nedenlerle yiyecek - içecek endüstrisi hızla büyümekte ve gelişmektedir. Özellikle, yiyecek - içecek tesislerinin türleri ve sayılarının artması ile oluşan rekabet ortamı yiyecek - içecek fiyatlarını düşürerek insanların dışarıda yeme içmelerini daha cazip hale getirmektedir. Bu durumda, menünün planlanması iyi yapılarak mümkün olan azami yararı elde etmek gerekir.

Niteliği itibariyle menü planlama ve geliştirme, yiyecek içecek tesisinin planlama sistemi içerisinde odak noktayı oluşturur. Bu durumu ile menü planlama ve geliştirme (a) yiyecek - içecek tesisinin faaliyetlerinin genişliğinin ve sınırlarının belirlenmesini sağlar, (b) faaliyetin genişletilmesi yoluyla büyümenin yollarını gösterir ve (c) yiyecek içecek tesisini en iyi fırsatlara doğru yönlerecek karar kuralarını verir.

Yiyecek - içecek tesislerince menü iyi planlanıp geliştirilmediği için aşağıda açıklanan sorunlara sık sık rastlanmaktadır.

1. Menüde aşırı az veya aşırı çok yiyecek bulundurma sorunu

İncelemeler ve tecrübeler göre bir menüde yedi çeşit yiyecek bulundurulması ortaya çıkartılmıştır (Olaltı, Korzay 1989:336). Gerçekte yedi sayısı çoğu kimselerce uğurlu bir sayı olarak algılanmaktadır. Ülkemizde çoğu yörelerde nevrüz bayramı, kurban bayramı gibi dini bayramlarda evlerde yedi çeşit yiyeceğin bulundurulması gelenek halindedir. Lokantaların bu gibi özel durum-

ları dikkate almaları gerekir. Ayrıca bir lokantada yedi çeşitten fazla yiyeceğin bulundurulmasının birçok sakıncaları vardır. Az çeşit yiyecek, müşterilerin tercihlerinin karşılanmasında yeterli olmaz. Yedi çeşitten fazla yiyeceğin bulundurulması ise işi yavaşlatabilir ve artan yiyeceklere neden olabilir.

2. Durgun yiyecek - içecek dönemlerini belirleme sorunu

Tatiller, bayramlar ve özel günler yiyecek-içecek satışlarının en fazla olduğu zamanlardır. Bir yiyecek-içecek tesisi sadece bu zamanlara bağlı kalmamalıdır. Özellikle ülkemiz bir turizm ülkesi olduğundan ve turizm mevsimi nisan - ekim aylarına rastladığından bu dönemde lokantaların satışı çok yükselir. Kış dönemlerinde ise bu tesislerin hemen hemen çoğunluğu kapatılmaktadır. Ancak, bir yiyecek - içecek tesisinin müşterileri sadece yabancı ülkeden gelen turistler değildir. Bir işletmenin temel amaçlarından biri de yerel ilişkilere önem vermesi ve bu ilişkileri geliştirmesidir. Özellikle durgun dönemlerde yiyecek - içecek tesisleri toplantılar, festivaller,

(*) Dr. Bahattin Rızaoğlu, Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Öğretim Görevlisidir.

yarışmalar, partiler, ziyafetler, düğünler, özel eğlenceler gibi etkinliklere önem vermeli ve bu etkinlikleri yaratarak durgun dönemleri canlı dönemler haline getirmelidir. " Armut piş, ağzıma düş" örneği satışlar artırılmaz. Yerel ve mevsimlik yiyecekler menüye konulmalıdır. Nitekim çoğu turistik yiyecek - içecek tesislerinde menüler adeta yabancı ülke yiyecekleri ile doldurulmaktadır. Böylece, dünyada zengin üç mutfaktan biri olan Türk mutfakı ortadan kaldırılmaktadır (Savkay 1990 : 30; Aras 1986 : 62 - 63 ; Çoruh 63-64; Doğanbey 1986 : 64 - 69)

3. Artan yiyecekler sorunu

Çoğu yiyecek - içecek tesislerinde zaman zaman artan yiyeceklerden yararlanma yoluna gidilmektedir. Ancak yiyeceklerin artan yiyeceklerden oluşturulduğu müşterilere sezdirilmemelidir. Aynı lokantada bir gün önce yediği nefis yiyecekten dolayı bu yiyeceği tekrar yemek için gelen müşteri yediği yiyeceğin artan yiyecek olduğunun farkına varırsa hayal kırıklığına uğrayabilir ve bu lokantaya tekrar ayak basmaz. Ayrıca tatmin olmayan bu müşteri bu lokantaya gelecek potansiyel müşterilerin gelmesini de engelleyebilir. Artan yiyecekler özel yiyeceklerle asla sunulmamalıdır.

4. Müşterileri bekletme sorunu

Yemek öğünlerinde veya özel yemek servislerinde müşteriler bekletilmemelidir. Bir alakart menüde yer alan yiyecekler için müşterilerin yaklaşık bekleme süreleri ortaya çıkarılmıştır. (Lillicop 1983 : 103) Tablo 1 bu süreleri göstermektedir.

Özellikle öğle yemeğini ala-

TABLO 1: Bazı yiyecekler için müşterilerin yaklaşık bekleme süreleri

YİYECEKLER	BEKLEME SÜRESİ
1. Özel Çorbalar	10 dakika
2. Çorbalar	5 dakika
3. Yumurtalı yiyecekler	10 dakika
4. Balık(kızartılmış veya ızgara olarak)	10 dakika
5. Ciğer	15 dakika
6. But/fileto, pizola	Siparişlere göre
7. Chateaubrian	15 dakika
8. Piliç rosto	25 dakika
9. Kuzu kokleti	10 dakika
10. Kuzu kıymalı yiyecekler	15 dakika
11. Omletler	10 dakika
12. Sufleler	30 dakika

cak kimseler aceleci kimselerdir. Bu kimseler daha çok hazır ve servisi kolay yapılan yiyecekleri isterler. Nitekim, hızlı yiyecek sunan satış yerlerinin ve lokantaların gelişmesinin bir nedeni de budur. Akşam yemeği ise vakti bol müşteriler için iyi bir öğündür. Ancak müşterilerin acelesi yok diyerek servisi geciktirmenin bir anlamı yoktur. Özellikle öğünlere göre menü bulundurulmalıdır. Öğle öğünlerinde hafif yiyecekler yer verilmelidir. Akşam öğünü günün ağır öğünüdür.

5. Menü çeşitliliği sorunu

Çoğu lokantalar menülerini monoton bir şekilde sunduklarının farkında değildirler. Bu lokantalar yiyecek bölümlerini ve yiyeceklerin sunulma sırasını da ihmal etmektedirler. Çoğu müşteriler hangi yiyecekleri hangi sırada ve hangi garnitürlerle yiyeceklerini bilemezler. Lokanta bu konuda onlara yardımcı olmalıdır. Çok

çeşitlilikte fakat aynı özelliklere sahip yiyecekler sunularak müşterileri kandırma yoluna gidilmemelidir. Ayrıca, bazı yiyecek - içecekler özel servisleri gerektirir. Bu konu lokantalarca çok ihmal edilmektedir. Yiyeceklerin çeşitliliği yanında yiyeceklerin süslenmesi de başlı başına bir konudur. Yiyecekler göze hoş görünmeli, iştah açıcı olmalıdır. Renkler monoton olmamalı ve yiyeceği yemekten müşteriyi alıkoymamalıdır. Örneğin ezme halinde bir yiyecek fazla ilgi çekmez. Aynı şekilde çok sulu veya katı bir yiyeceğin de sunulmasından kaçınılmalıdır. Yiyecekler değişik şekillerde ve içerikte sunulularak müşteriler çekilebilir ve satışlar arttırılabilir.

6. Beslenme ve diyet sorunu

Günümüz müşterileri beslenmeye ve yiyecek - içeceklerin tadına önem veren kişilerden oluşmaktadır. (Stancer, Tufford 1989 : 30) Çoğu lokantalar ve otel

işletmeleri yiyeceklerin besin değerini ve diyet özelliklerini ihmal etmektedirler. Geleneksel olarak bağımsız lokantalar ve otellerde menü planlayıcıları yiyeceklerin besinsel değerlerini ve sağlık kurallarını yiyecek - içecek tesisinin değil müşterilerin bir sorunu olarak düşünmektedirler. Ancak günümüzde bu düşünce tarzı artık değişmektedir. İnsanlar iyi bir sağlığını sürdürülmesinde doğru yeme içme alışkanlıklarının büyük bir etkisi olduğunu kavramaktadır. Yiyecek - içecek tesisleri de buna paralel olarak geleneksel alışkanlıklarını değiştirmek zorunda kalmaktadırlar. Kalp krizi, yüksek tansiyon, kanser, şişmanlık, zayıflık gibi konularda beslenmenin ve diyetin büyük bir yeri vardır. Diyet çoğu insanlar için bir yaşam biçimi haline dönüşmektedir. Yiyecek - içecek tesisleri sağlık konusuna önem vermeli ve menülerinde değişik pişirme teknikleri ile hazırlanan çeşitli yiyecekler üretmeli ve müşterilere farklı servislerle sunmalıdır. Kızartılmış yiyecekler yerine haşlanmış ve fırında

pişirilmiş, tuzu ve yağı az yiyecekleri sunan yiyecek - içecek tesislerinin sayısı çok azdır (Rey, Wielond 1985 : 51)

Tatlı yiyecekler iştah kapatırlar. Bunun için tatlılar yemeğin sonunda verilmelidir. Çorbalar ve asitli yiyecekler iştah açıcı olduklarından ilk önce verilmelidir. Aynı yiyecek bölümlerinde bulunan yiyecekler biribiri arkasından sunulmalıdır. Dengeli diyet bakımından gıda gruplarına dikkat edilmelidir. Kalbi olanlar için tuzsuz, şişmanlamaya dikkat edenler için düşük kalorili, şeker hastaları için şekersiz yiyecekler hazırlanmalıdır. Bir yiyecek tesisi bu sorunları çözümlenebilmek için tüm müşterilerinin kalbini kazanmalı ve müşterilerine açık davranmalıdır (Olalı, Korzay 1989 : 339).

7. Menüde kullanılan dil ve menünün sunulma sorunu

Menüde kullanılan dil müşterinin anlayabileceği bir dil olmalıdır. Menüde kullanılan dil bir taraftan yiyecek

-içecek tesisinin karakterini bir taraftan da yiyecek - içecek tesisine gelen müşterinin niteliğini yansıtılabilmelidir. Menüde yanlış adlara ve deyimlere yer verilmemelidir.

Özellikle ülkemizde son yıllarda turizmin canlılık göstermesine paralel olarak çoğu turistik yiyecek-içecek tesisleri menülerini adeta bir yabancı menü haline dönüştürmektedirler. Bu menülerde gerek yiyecek - içecek tanımlamaları ve gerekse yazma açısından büyük hatalar görülmektedir. Özellikle İngilizce bilmeyen bir Fransız'a İngilizce ve Fransızca bilmeyen bir Alman'a Fransızca yazılmış menüler takdim edilmektedir. Bunun yerine yiyecek - içecek tesislerinde farklı dillerde yazılmış veya basılmış menüler bulundurulabilir.

8. İşgörenlerle araç- gereçler arasındaki uyumsuzluk sorunu

Yiyecek - içecek tesislerinde işgörenlerle araç - gereçler arasındaki uyumsuzluk işgörenler açısından yeterli ve uygun araç - gereç bulundurulmamasından veya bu araç - gereçleri kullanabilecek nitelikte işgören çalıştırılmamasından kaynaklanır. Yiyecek - içecekleri hazırlama, pişirme ve servis fonksiyonlarına göre kullanılacak materyal ve işgörenin özellikleri, menü incelenerek saptanmalıdır.

Menü planlaması yoluyla yiyecek - içeceklerin hazırlanmasında, pişirilmesinde, servisinde ve saklanmasında kullanılan araç - gereçlerle işgörenler arasındaki bağlantı daha uyumlu bir hale getirilerek bunların etkin bir biçimde çalıştırılması sağlanabilir.



9. İşgörenlerle araç - gereçlerin atıl kalma sorunu

Yiyecek üretiminin büyük bir bölümü izgara odasında gerçekleştirilirse buharla yemek pişirme ve yıkamaya özgü araçlarla fırınların atıl kalmasından dolayı mutfak gücünde kalabilir. Izgara odası fazla çalıştırılmakta ve diğer bölümler boş kalmaktadır. Bu durum yiyecek - içecek üretim maliyetlerini yükseltebileceği gibi çalıştırılmayan araç - gereç ve işgörelere paranın bağlanmasına ve getireceği gelirin yok olmasına neden olur. Bu sorunun çözümünde menü planlamasının önemli bir yeri vardır. Menü planlaması ile hangi yiyecek - içeceklerin üretilip pazarlanması belirlendiğinden yiyecek - içeceklerin gerektirdiği araç - gereç ve işgören sayıları ile nitelikleri de belli olmaktadır. İşgörenlerle araç - gereçlerin atıl kalmasını önlemek için iş, hareket ve zaman etüdülerine, insan mühendisliğine önem verilmelidir. Örneğin, özel yetenek isteyen görevleri bu yeteneklere sahip işgören çevresinde toplamak, birbirine bağımlı donatımı ve materyali yan yana koymak, donatımın kullanım sistemine göre yiyecek içecek hammaddelerini satılmak, depolamak, hazırlamak, üretmek ve yerleşimini sağlamak gerekir.

SONUÇ

Yiyecek içecek tesislerimizde menü iyi planlanmadığı ve geliştirilmediği için uygun ve kârlı olmayan yerlerde yatırıma gitme; menüde aşırı az veya aşırı çok yiyecek içecek bulundurma; durgun yiyecek içecek dönemlerini belirleyememe; müşterileri bekletme; menüde çeşitlilik ve denge; beslenme ve diyet ; menüde kullanılan dil ve menüyü sunma; işgörenlerle araç - gereçler aransında uyumsuzluk; işgörenlerin, araç ve gereçlerin atıl kalması ; üretim ve servis yerlerini ve araç - gereçleri yerleştiremememe ; iş akımında tıkanıklık ; iç ve dış mimaride ve atmosferde zayıflık; menüde monotonluk gibi pek çok sorun meydana gelmektedir.

Stratejik bir yönetim aracı olan menü planlama ve geliştirmeden yararlanılması halinde amaçlar ve politikalar daha iyi belirlenecek , yiyecek içecek hizmetleri arasında eşgüdüm daha iyi sağlanacak, kaynakların dağılımı daha etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilecek; yiyecek içecek tesisinin uzun dönemdeki rekabet durumu daha iyi sağlanacaktır ve yukarıda sayılan sorunlar kolayca ortadan kaldırılabilir.

KAYNAKÇA

ARAZ, Nezihe, " Türk Yemekleri ", *Turizmde Focus, Turizm ve Otelcilik Dergisi*, 1986

ÇORUH, Selahattin, " Turizmde Önemli Bir Boşluk ", *Turizmde Focus, Turizm ve Otelcilik Dergisi*, 1986

DOĞANBEY, Nurettin , " Turizm Giden Yol Neden Mutfaktan Geçmesin ", *Turizmde Focus, Turizm ve Otelcilik Dergisi*, 1986

LILLICRAP, D.R. *Food And Beverage Service*, 2 nd Edition, Edward Arnold (Publishers) Ltd., Caulfield, Victoria (Australia), 1983

OLALI, Hasan ve Meral Korzay , *Otel İşletmeciliği*, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi yayını, İstanbul, 1989

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

STANCER, Claire and Janice Tufford, " Gourmet To Go Recipes ", *Canadian Hotel And Restaurant*, July 1989

ŞAVKAV, Tuğrul, " Mutfağımız Yok Olmayacak ", *Hürriyet Gazetesi Pazar Ekspres Eki*, 6 Mayıs 1990.