



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Yiyecek İçecek İşletmelerinde Menü Tasarımına Yönelik Sertifikasyon Sistemi İçin Temel Kriterlerin Belirlenmesi: Eskişehir Örneği*

Sema EKİNCEK**^a, Önder YAYLA^b, Merve ÖZGÜR GÖDE^c

^a Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir, Türkiye, E-posta: semaekincek@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9186-9323

^b Osmaniye Korkut ata Üniversitesi, Kadiri Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Osmaniye, Türkiye, E-posta: onder.yayla@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7967-1805

^c Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Eskişehir, Türkiye, E-posta: merveozgurgode@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7315-4284

Öz

Günümüzde menü, yiyecek içecek işletmelerinin faaliyetlerinin planlanmasında ve yürütülmesinde vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. İşletmeler için pazarlama ve yönetim açısından menü, tüketici tercihlerine etki eden önemli bir öğedir. Tüketiciler yiyecek içecek seçim sürecinde menü ve ürünlere yönelik birçok bilgiyi menü aracılığıyla edinmektedir. Bu nedenle, yiyecek içecek işletmelerinin görünür yüzü olan menülerin belirli standartlara sahip olması kritik önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle çalışmada, yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan menülerin tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi için temel kriterlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışma kapsamında, Eskişehir il merkezinde bulunan 1. sınıf turizm işletmesi belgeli yiyecek içecek işletmelerinde ve turizm işletmesi belgeli 4 ve 5 yıldızlı otellere bağlı bulunan restoranlarda kullanılan toplam 20 tane menü; biçim, içerik ve tasarım açısından incelenerek mevcut durum tespit edilmiştir. Buna ek olarak, 10 tüketici ile görüşülerek taslak menü kriterleri ortaya koyulmuştur. Elde edilen kriterler yiyecek içecek sektörü yöneticilerinden ve akademisyenlerinden oluşan uzman gruba sunulmuş ve standart menü kriterleri belirlenmiştir. Çalışmada tespit edilen temel kriterler ürün bilgisi, sağlık, çeşitlilik, sürdürülebilirlik, ergonomiklik ve görsel unsurlar temaları altında toplanmıştır. Çalışma sonucunda, elde edilen menü kriterleri yiyecek içecek işletmelerinde sunulan ürünlerin kalitesini artırarak turizm sektörüne katkı sağlayacak ve yiyecek içecek işletmelerine rekabet avantajı kazandıracaktır. Ayrıca bu kriterlere sahip menülerin, tüketicilere yiyecek içecek tercihlerini daha kolay ve daha sağlıklı yapma imkânı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Menü Tasarımı, Menü Sertifikasyon Sistemi, Yiyecek İçecek İşletmeleri, Eskişehir.

Determination of Basic Criteria for Menu Certification System for Menu Design in Food and Beverage Enterprises: The Case of Eskişehir

Abstract

Nowadays, menu has become an indispensable element in the planning and execution of the activities of food and beverage businesses. Menu, which is significant for enterprises in terms of marketing and management, is a vital element that affects consumer preferences. During the food and beverage selection process, consumers acquire much information about businesses and products through the menu. For this reason, it is crucial that the menus, which are the visible face of food and beverage businesses, have certain standards. From this point of view, the study aims to determine the basic criteria for the certification system for the design of menus used in food and beverage businesses. Qualitative research methods were used in the study. Within the scope of the study, a total of 20 menus used in food and beverage establishments with 1st class tourism business certification and restaurants affiliated to 4 and 5-star hotels with tourism management certificates were examined in terms of form, content, and design; and the current situation was determined. Besides, the draft menu criteria were determined by interviewing ten consumers. The obtained criteria were presented to the expert group consisting of food and beverage sector managers and academicians, and menu criteria were created. The basic criteria determined are gathered under the themes of product knowledge, health, diversity, sustainability, ergonomics, and visual elements. As a result of the study, the menu criteria obtained will contribute to the tourism sector by increasing the quality of the products offered in food and beverage businesses and will provide a competitive advantage to food and beverage businesses. Also, it is thought that menus with these criteria will provide consumers with the opportunity to make their food and beverage choices easier and healthier.

Keywords: Menu Design, Menu Certification System, Food and Beverage Business, Eskişehir.

JEL CODE: L83

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 24.10.2020

Birinci Düzeltme : 10.01.2021

İkinci Düzeltme : 06.02.2021

Kabul : 11.03.2021

Makale Türü : Araştırma Makalesi

Ekincek, S. & Yayla, Ö. & Özgür Göde, M. (2021). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Menü Tasarımına Yönelik Sertifikasyon Sistemi İçin Temel Kriterlerin Belirlenmesi: Eskişehir Örneği, Turizm Akademik Dergisi, 8 (1), 213-229.

* Bu çalışmada veri toplama süreci Aralık 2017-Ocak 2018 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

** Sorumlu yazar e-posta: emaekincek@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Yiyecek içecek işletmelerinin başarısı için müşteri, ambiyans ve menü en önemli üç öğeyi oluşturmaktadır. Eşit derecede öneme sahip olduğu düşünülen bu öğelerden herhangi biri eksik olduğunda ve uygulanmadığında diğer öğelerin de olumsuz etkilediği ve istenilen başarıya ulaşılamayacağı belirtilmektedir (Angelo & Vladimir, 1999). Yiyecek içecek işletmeleri kaliteli bir imaj oluşturabilmek için personel, servis, sunulan yiyecek ve içecekler, fiyat, ambiyans, lokasyon, hedeflenen müşteri tipi, yiyecek içecek tesisinin yönetim felsefesi, yönetim şekli, kurum kültürü ve kişiliği gibi çok sayıda öğenin karışımından yararlanmalıdır. Ama bu imajın gelişmesindeki en önemli faktörün ise yiyecek içecek işletmesinin vitrini olduğu da ifade edilen menü olduğu belirtilmektedir (Kazarian, 1977; Knight & Kotschevar, 1979). Dolayısıyla, yiyecek içecek işletmeleri için vazgeçilmez bir unsur olan menü, işletmenin amaçlarına ulaşmasında ve nasıl yönetileceğinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Ninemeier, 2000). Menü yiyecek içecek işletmelerinde ürünlerin planlanması, malzemelerin satın alınması ve servis hizmetinin gerçekleştirilmesi aşamalarında etkili bir yönetim aracı olarak kullanılmaktadır.

Müşterilerin yiyecek ve içecek tüketimini etkilemenin en basit yollarından biri restoran menülerinin tasarımından geçmektedir (Wansink & Love, 2014). Yiyecek içecek işletmelerinde genel olarak menü tasarımının amacı, işletme kalitesi hakkında bir izlenim uyandırmak, konuya yiyecekler konusunda bilgi ve hatırlatmalarda bulunmak, siparişleri kolaylaştırarak sipariş hatalarını engellemek, satışları artırmak, zamandan kazanmak ve konuyu rahatlatarak güvenini kazanmak olarak tanımlanabilir (Altinel, 2009). Menü tasarımı hem müşteriler hem de işletme açısından mühim bir konudur (Özdemir & Çalışkan, 2015; Bacon & Krpan, 2018; Cankül, 2019). Yiyecek içecek sektörünün belirli bir standarda ulaşabilmesi için menü tasarımı konusunda sertifikasyon sistemine ihtiyaç duyulmaktadır. Menü tasarımında ilk adım iyi bir menü tasarımı için kabul edilebilir standartların neler olduğunun belirlenmesidir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, yiyecek içecek işletmesi yöneticilerinin, uzmanların ve tüketicilerin görüşlerinden faydalanarak yiyecek içecek işletmelerine faydalı olacak menü tasarımına yönelik bir sertifikasyon sistemi için temel kriterlerin belirlenmesidir. Bu temel konu çerçevesinde çalışmada menü, tasarım yönünden ele alınmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sertifikasyon; faaliyet, ürün ve süreçlerin karşılaştığı özel standartların değerlendirilmesinin, seçilmesinin ve garanti edilmesinin amaçlandığı gönüllü

yöntemler olarak tanımlanmaktadır (Mahony, 2007). Sertifikasyon aynı zamanda bir işletme bünyesindeki işletmecilik faaliyetlerinin bağımsız bir kurum tarafından, belirlenen gösterge ve ölçütlere göre değerlendirilmesi ve teftiş edilmesi sürecidir (Türker, Başkent & Durusoy, 2001). Tüm dünyada önemi artmakta olan sertifikasyon ve belgelendirme sistemleri, tüm alanlarda olduğu gibi turizm sektöründe de oldukça artış göstermiştir. Ürün kalitesini ölçen sertifikasyon projelerinin çoğunluğu ulusal, bölgesel ve yerel akreditasyon kurumları tarafından değerlendirilmektedir (Saribaş, Çevik & Aksu, 2012).

Turizm işletmeleri yoğunlukla hizmet sunan işletmeler olduğundan bu alandaki sertifikasyonun amacı hizmetin en iyi şekilde sunulmasını sağlamaktır (Font & Buckley, 2001). Turizm alanında sertifikasyon 1960'lerde Fransa'daki Michelin Programı ve Amerikan Otomobil Kurumu Seyahat Rehberleri ile başlamıştır (Saribaş ve ark., 2012). Günümüzde Türkiye'de faaliyet gösteren turizm işletmeleri çeşitli alanlardan farklı sertifikalar alabilmektedir. Bunlardan bazıları yeşil anahtar, mavi bayrak, yeşil yıldız, beyaz yıldız ve beyaz zambak sertifikasyon programlarıdır. Bu sertifikasyon programlarından yeşil anahtar ve beyaz zambak sertifikasyon programları restoranlara yönelik olarak verilmektedir.

Bir yiyecek içecek işletmesi faaliyetine menüyle başladığı için menü işletme açısından büyük bir önem taşımaktadır. Aynı zamanda menüler müşteri beklentilerinin tatmin edilmesini sağlamaktadır. Bu nedenle menülerin analizi, hazırlanması ve tasarımı önemlidir. Menü tasarımı; baskıda kullanılacak kartın boyut, renk, düzen gibi özelliklerinden, kullanılacak metnin belirlenmesi ve yiyecek ve içeceklerin menü kartına yerleştirilmesi esaslarına kadar uzanan süreci ifade etmektedir. Menü tasarımının amacı işletme kalitesi hakkında bir izlenim uyandırmak, konuya yiyecek ve içecekler konusunda bilgilendirmelerde ve hatırlatmalarda bulunmak, siparişleri kolaylaştırarak sipariş hatalarını engellemek, satışları arttırmak, zamandan kazanmak ve konuyu rahatlatarak onların güvenini kazanmaktır (Altinel, 2009). Yiyecek içecek işletmelerinde menü tasarımı için yönetsel düzeyde yapılan çalışmalarda bazı temel hususlara dikkat edilmektedir. Bu hususlar; kartın çekiciliği, okunabilirliği, dilin iyi kullanılması, doğruluk ilkesine uygunluğu, fiyatlandırmanın doğru yapılması, dengelerin sağlanması, kartta şekil ve boyut dengesi, kart kapağının uygunluğu, kartta doğru kâğıt kullanımı, kartta metin kullanımı, kartta yazı özellikleri ve kartın formatının uygunluğu şeklindedir (Denizer, 2005; Altinel, 2009).

Alanyazındaki menü tasarımına yönelik çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların temel içeriğinin menü

kartına (Choi, Lee & Mok, 2010; Özdemir & Çalışkan, 2015) ve menü maddelerine (Shoemaker, Dawson & Johnson, 2005; Wansink, Van Ittersum & Painter, 2005; Lockyer, 2006) yönelik olduğu görülmektedir. Özdemir ve Çalışkan (2015) menü tasarımına yönelik literatür taraması yaptıkları çalışmada menü tasarımının dört ana boyuta sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Bunlar; menü ögesinin konumu, menü ögesinin açıklaması, menü ögesinin etiketi ve menü kartının özellikleridir. Ayrıca, menü tasarımının restoran müşterilerinin ürün siparişi verme davranışını etkileme potansiyeline de sahip olduğu tespit edilmiştir. Choi ve ark. (2010) restoran müşterilerinin menü seçimlerini yaparken gözlemlendiği psikolojik bakış hareketi üzerine çalışma yapmışlardır. Çalışma sonucunda müşterilerin menüye baktıklarında aslında gözlerini merkeze odaklamaya daha yatkın olduklarını ve bu nedenle, merkezdeki öğeleri seçme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır. Wansink ve ark. (2005) yaptıkları çalışmada yemeğin adının yemeğin algılanan tadını değiştirip değiştiremeyeceğini araştırmışlardır. Çalışma sonucunda açıklayıcı menü adlarına sahip yemeklerin, müşteriler tarafından daha olumlu ve daha lezzetli olarak algılandıklarını tespit etmişlerdir. Başka bir çalışmada Shoemaker ve ark. (2005) menü açıklamalarının menü öğelerinin seçimi üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda ayrıntılı menü açıklamalarının, fiyat artışlarının menü öğeleri üzerindeki etkisini ortadan kaldırdığını ortaya koymuştur. Locker (2006) ise menülerdeki kelimelerin kullanımını incelemiş ve bunların menü öğelerinin seçimi üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir. Sonuçta menü öğelerinin seçiminde açıklayıcı kelimelerin olumlu etkisi olduğu ortaya çıkmıştır.

Diğer taraftan, menü ile ilgili tüketicilere yönelik yapılan çalışmaların içeriğini ise tüketici davranışları (Reynolds, Merritt & Pinckney, 2005; McCall & Lynn, 2008; Guéguen, Jacob & Ardiccioni, 2012; Tian, 2015; Zainol, Kisun, Norashikin, & Mohi, 2015) ve menülerdeki ürünlerin besin değerleri (Hwang & Lorenzen, 2008; Liu, Roberto, Liu & Brownell, 2012; Ian, 2015) oluşturmaktadır. Reynolds ve ark. (2005) yaptıkları çalışmada tüketici davranışlarını incelemişlerdir ve çalışma sonucunda menü tasarımcılarının tüketicilerin tercihlerini etkilemek için menüdeki arka plan, yazı rengi, resimler, maddelerin ve fiyatın yeri, kutuların kullanımı, menünün boyu gibi unsurları içeren çeşitli faktörleri kullandıklarını bulmuşlardır. McCall ve ark. (2008) menülerin yemeğin kalitesi, fiyatı ve tüketicilerin tercihleri konularında beklentiyi nasıl yükseltilebileceği konusunu araştırmışlardır. Çalışma sonucunda fiyat tüketim tercihinde dikkat çekici bir unsur olarak ön plana çıkmıştır. Dizayn ise menü psikolojisini yaratmaktadır. Dolayısıyla, menüde neyin yer alacağı konusunda seçici olmak; daha çok istenen ve daha karlı ürünleri tüketicinin dikkatini çekecek yerlere koymak;

resimleri seçici bir yöntemle yerleştirmek ve objektif bir değerlendirme ile hangi ürünlerin menüde yer alacağına veya menüden çıkarılacağına karar vermek gerekmektedir. Guéguen ve ark. (2012) çalışmalarında restoran menü kartındaki deniz ve şehir resimlerinin kullanımının tüketici üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışma ile deniz resmi kullanımının balık ve deniz ürünleri tüketimini arttırdığı; kırsal bölge resimlerinin ise et tüketiminin artmasında önemli bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Tian (2015) menülerin arka planının rengi, metin karakteri, menü yapısı, resimler, menü boyutu gibi unsurların tüketici tercihleri üzerinde etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Zainol ve ark. (2015) yaptıkları çalışmada servis kalitesinin boyutlarını (personel becerisi, ambiyans, menü tasarımı, yiyecek gibi) incelemişlerdir. Çalışma sonucunda yemek kalitesini en önemli alt boyut olarak bulunurken, çalışanların yeteneği ikinci, menü tasarımı ise üçüncü alt boyut olarak saptanmıştır. Hwang ve ark. (2008) yaptıkları çalışmada menülerdeki besin değerlerinin tüketicilerin yiyecek tercihlerine olan etkisini incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre menülerde, kalori, makro besin değerleri ve yağ oranının belirtilmesi tüketici tercihine etki etmektedir. Ancak bunlar dışında ekstra bilgilerin, menünün etkililiğinde herhangi bir rolünün olmadığı belirlenmiştir. Liu ve ark. (2012) çalışmalarında kalori bilgisinin farklı formatlardaki gösteriminin tüketicilerin siparişleri ve restoran algıları üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın sonuçlarına göre yeşil ve kırmızı renklerle yüksek ve düşük kalorili yiyecek maddelerini vurgulamak faydalı olmaktadır. Ian (2015) yaptığı çalışmada Y kuşağının restoran menülerindeki kalori seçimleri ile menü tasarımı, kişisel beslenme davranışları gibi çeşitli faktörler arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Çalışmanın sonucunda menü tasarımlarının düşük kalorili menü öğesi seçimleri yapan kişilerin yüzdesini artırabileceği ortaya çıkmıştır.

YÖNTEM

Yiyecek içecek işletmelerinin menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi için temel kriterlerin belirlenmesini amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Çalışmada Eskişehir il merkezinde bulunan turizm işletmesi belgeli 12 adet yiyecek içecek işletmesi ve sekiz adet turizm işletmesi belgeli 4 ve 5 yıldızlı otellere bağlı restoranların menüleri incelenmiştir. Çalışmanın veri toplama süreci Aralık 2017 ve Ocak 2018 aylarında gerçekleşmiştir. İşletmelerden toplanan menüler doküman inceleme tekniği kullanılarak tasarım yönünden incelenmiştir. Araştırmada temelde tüketicileri, yiyecek içecek yöneticilerini ve akademisyenleri kapsayan üç paydaş belirlenmiştir. Tüketici grubunu temsil etmesi amacı ile amaçlı örnekleme yöntemiyle 10 katılımcıya ulaşılarak,

menü tasarımına yönelik görüşleri alınmıştır. Katılımcı sayısı görüşmelerde elde edilen verilerin doyumu noktasına ulaşılması ile sınırlandırılmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan soru formu alanyazın taraması ve restoranlardan toplanan menülerden elde edilen bilgilerden faydalanılarak geliştirilmiştir.

Verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analizde veriler dört aşamada analiz edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bunlar; betimsel analiz için çerçeve oluşturulması, temaların bulunması, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanmasıdır. Elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmiş ve yorumlanmıştır. Betimsel analizde, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilmektedir. Böylece, elde edilen bulgular düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunulabilmektedir. Araştırma kapsamında hazırlanan soru formlarının cevapları yine çevrimiçi ortamdan alınmış ve raporlaştırılmıştır. Araştırmanın inanılabilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla veriler öncelikle yorumsuz olarak sunulmuş, verilerin analizi üç araştırmacı tarafından yapılmıştır. Verilerin analiz edilmesinde sürekli karşılaştırma yapılarak kuramsal çevreye bağlı kalınmıştır (Ersoy & Anagün, 2009). Nitel araştırmalarda araştırmacının geçerliliği ve güvenilirliğini sağlamak amacıyla kullanılan stratejilerden biri de uzman incelemesidir (Yıldırım ve ark., 2013). Bu çalışmada araştırmacının güvenilirliğinin sağlanması için uzman incelemesi yapılmıştır. Uzman incelemesi, araştırma verilerinin araştırmadan bağımsız birileri veya alan uzmanları tarafından kontrol edilerek

araştırmaya katkı sağlanmasıdır. Bu süreçte araştırmadan bağımsız gastronomi ve mutfak sanatları alanında ve nitel araştırma yöntemleri konusunda uzman üç kişi ile bir araya gelinerek araştırmacının tüm süreçleri onlara sözel olarak aktarılmış ve daha sonra araştırma bulguları birlikte değerlendirilmiştir. Soru formundan elde edilen bilgiler üzerinde incelemeler yapılmış ve analizde verileri kullanılan tüketicilere birer kod numarası verilerek (K1, K2, K3...) açıklamalar yapılmıştır.

Tüketicilerin restoran menülerinin tasarımsal özelliklerine yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla sorulan sorular şunlardır:

1. Sizce restoran menülerinin özelliği nasıl olmalıdır?
2. Bir menüde tasarım açısından nelere dikkat edersiniz?
3. Menüde resim kullanılması ne kadar önemlidir? Resim kullanılırken nelere dikkat edilmesi gerektiğini düşünüyorsunuz? (Gerçeğe uygunluk, resim kalitesi vb.)
4. Yazı stili ne gibi özelliklere sahip olmalıdır? (Kolay okunabilirlik, algılanır olması, boyut vb.)
5. Menü kapağı ve kartı nasıl olmalıdır? (Kurumu temsil gücü, kalite, renk vb.)
6. Bir menüde içerik olarak neleri görmek istersiniz?

Eskişehir'de faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerin ve birinci sınıf lokantaların menülerinin incelenmesi

Tablo 1. Değerlendirme Komisyon Üyelerine İlişkin Bilgiler

Katılımcı	Meslek	Uzmanlık Alanı	Alandaki Tecrübesi (Yıl)
1	Restoran Şefi	Yiyecek İçecek İşletmeciliği	14
2	Restoran Yöneticisi	Yiyecek İçecek İşletmeciliği	25
3	Yiyecek İçecek Müdürü	Yiyecek İçecek İşletmeciliği	17
4	Doç. Dr.	Turizm İşletmeciliği	20
5	Dr. Öğretim Üyesi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	13
6	Dr. Öğretim Üyesi	Turizm Rehberliği	10
7	Öğretim Görevlisi	Turizm İşletmeciliği	6
8	Öğretim Görevlisi	Bilgisayar Teknolojileri	9
9	Araştırma Görevlisi	Gastronomi ve Mutfak Sanatları	7

sonucunda ve tüketicilerden elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan tema ve kodlar uzmanlarla beraber değerlendirilmiştir. Bu aşamada yiyecek içecek işletmesi yöneticileri ve akademisyenlerden oluşan dokuz kişilik bir değerlendirme komisyonu kurulmuştur. Bu grupta yapılan görüşmelerin amacı; yiyecek içecek işletmelerinin menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi için temel kriterlerin neler olduğunun belirlenmesidir. Menülerin incelenmesi ve tüketici görüşlerinin analizi sonrası oluşan kriterler, oluşturulan komisyon tarafından “zorunlu, önemli ve gereksiz” şeklinde değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme sonrası elde edilen verilerin çözümlenmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Komisyonunda yer alan yönetici ve akademisyenlere ilişkin bilgiler Tablo 1’de verilmiştir. Nihayetinde, bu komisyondan alınan veriler analiz edilerek menü sertifikasyon kriterleri listesi oluşturulmuştur. Ayrıca, bu aşamada her katılımcının kriterlere yönelik görüşleri de alınmıştır.

BULGULAR

Çalışmanın bulguları “Menülere Yönelik Bulgular”, “Tüketici Görüşlerine Yönelik Bulgular” ve “Uzman Görüşlerine Yönelik Bulgular” olmak üzere üç başlık altında açıklanmıştır.

a) Menülere Yönelik Bulgular

Bu kısımda Eskişehir il merkezinde bulunan 1. sınıf turizm işletmesi belgeli yiyecek içecek işletmelerinde ve turizm işletmesi belgeli 4 ve 5 yıldızlı otellere bağlı restoranlarda kullanılan menüler doküman inceleme tekniği kullanılarak biçim, içerik ve tasarım açısından incelenmiştir.

İncelenen menülerin birçoğunda genel olarak ürün içeriklerine yönelik yüzeysel bilgilere yer verildiği ancak menülerde çok derinlemesine ve yeterli bilginin olmadığı tespit edilmiştir. Birçok menüde garnitür bilgisine yeteri kadar değinilmediği de görülmüştür. Menüler genellikle işletmenin konseptine uygun olarak hazırlanmaya çalışılmıştır; ancak menülerdeki estetik uyuma bakıldığında renk uyumuna özen gösterilmediği görülmektedir. İncelenen menülerin hiçbirinde alerjen ve kalori bilgisi bulunmamaktadır. Ayrıca işletmelerde çocuklara yönelik menülerin olmadığı tespit edilmiştir. Engellilere yönelik menü seçeneklerinin olmadığı da yapılan menü incelemesinde belirlenmiştir. Öte yandan, işletmelerin neredeyse hepsinin menüsünde fiyat bilgisine yer verilmiştir.

b) Tüketici Görüşlerine Yönelik Bulgular

Eskişehir’de bulunan 1. sınıf turizm işletmesi belgeli yiyecek içecek işletmeleri ve turizm işletmesi belgeli 4 ve 5 yıldızlı otellere bağlı restoranların menü kartın-

da biçim, içerik ve tasarımsal yönden olması gereken özelliklere yönelik tüketicilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde; tüketicilerin büyük bir çoğunluğunun menüde *resim kullanılmasını, malzeme ve garnitür bilgisinin olmasını ve fiyat bilgisini* görmek istedikleri tespit edilmiştir.

Katılımcılardan sekiz tanesi menüde yer alan yemek resminin servis edilen yemekle uyumlu olması ve kaliteli görsellerin kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir. K1 resimlerle ilgili olarak; “*Eğer bana bir resim gösterilecek ve aynı resimdeki sunumu ben sipariş ettiğim üründe göremeyceksem bana bu resim gösterilmesin ve menüde yer almasın daha iyi*” diyerek resmin gerçekliğe uygun olmasının önemine vurgu yapmıştır. K2 ise resimlere yönelik fikrini; “*Bir yiyecek var mesela menüde fotoğrafı olan o fotoğraf gelen yemeği yansıtıyor mu?*” şeklinde belirtmiştir. K3 ise “*Zaten genelde restoranların standart bir tabağı vardır, bana nasıl çıktıysa herkese de öyle gelmeli. Onu yansıtılmalı*” derken, K5 “*Mesela bir yemeğin ismini bilmiyoruz ya da ismini biliyoruz ama o restoranda nasıl bir sunum yapıldığını bilmiyoruz ve bunu görsellere göre seçiyoruz*” demiştir. Ayrıca, K6 “*Bence küçük de olsa her kalemin görseli olmalı.*”, K7 “*Bir yemeğin görselinin olması benim için önemli*”, K8, “*Önüme o yemek geleceksen görsel çok önemli ama gelmeyecekse hoş bir algı oluşturmuyor. O nedenle görsele olması iyi olur ama birebir aynısı olmayacaksa da şart değil*”, K10 ise, “*Çok uzun olmamalı, görsele boğmamaları gerekiyor görsel varsa görselin aynısının bana gelmesi lazım*” demiştir.

Tüketicilerin menüde fiyat bilgisine yönelik görüşlerine baktığımızda yedi katılımcı bu bilginin menü kartında yer alması gerektiğini belirtirken, bir katılımcı ise yüksek gelire hitap eden işletmeler için bu bilginin olmasının gerekli olmadığını söylemiştir. Katılımcılardan K1 “*Merak ettiğim bir restoranda öncelikle menü içeriği ve fiyatları dikkatimi çeker, onlara bakarım ve görmek isterim*”, K2 “*fiyat bilgisi önemli*”, K3 “*Fiyat olursa kendimi güvende hissederim*”, K5 “*Yemeklerin fiyatlarını görmek isterim*”, K6 “*Fiyat bilgisi benim için önemli, fiyat bilgisinin de yer almasını isterim menülerde. Kişiye göre mi fiyat veriliyor algısı oluşur bende*”, K7 “*Ne kadar ödemem gerektiğini sipariş vermeden bilmek isterim*”, K9 “*Kesinlikle fiyat olmalı. Bütçeme göre yemek istiyorum. Yiyeceğim şeyin fiyatını bilmek beni rahatlatır.*”, K10 “*Fiyatı yazarsa bazı ürünler arasında karşılaştırma yapıp ona göre sipariş verebilirim. Yazmazsa zaten işletme beni kazıklar mı acaba diye düşünüyorum.*” derken, K8 ise “*Fiyatı illaki görmek istemem o biraz restoranın müşteri profili ile ilgili bir şey. Restoranın konsepti profili üst tabakaya hitap ediyorsa mesela fiyatların olmaması normal. Birçoğu rezervasyonla çalışıyor zaten.*” şeklinde düşüncesini ifade etmiştir.

Yedi katılımcı menüde yemeklerin içerik bilgisinin gerekli olduğunu şu ifadelerle belirtmiştir. K1 “Az ve öz ürünün olması ve içeriklerinin altında yer alması bende beğeni oluşturuyor”, K3 “Benim herhangi bir yiyeceğe alerjim yok ama alerjisi olan insanları düşündüğüm zaman yemeğin içeriğinde nelerin olduğunu kalem kalem yazılması önemli. Bazılarının glutene alerjisi oluyor mesela. Müşterinin herhangi bir ürüne alerjisi olabilir bunu size sormak yerine menüde görüp karar verebilmesi lazım”, K5 “Net anlaşılır ürün içeriği olmalı”, K6 ise, “Bir yemekte kullanılan malzemelerin yer alması parantez içinde ya da altta ayrı şekilde benim için önemli. Çünkü sevmediğim ya da alerjim olduğu bazı ürünleri yemek isteyebilirim. Ama içinde ne olduğunu bilirsem buna göre sipariş verebilirim” demiştir. K10, “Ben her şeyi yemeyen birisi olarak içeriğini bilmek isterim. Çünkü sarımsak yemiyorum ve yemeğe ne katıldığını bilirsem ona göre seçerim. Hamburgerlere bazen hardal koyuyorlar mesela onu da yemek istemediğim için malzemelerini menüde görmem iyi olur.” diyerek bu konuya yönelik fikrini belirtmiştir. Bunlara ek olarak K9, “Ben vejetaryen olarak kesinlikle görmek isterim içerisinde ne olduğunu yani yumurta filan kullanmışlar mı?” derken, K8 ise, “Yemeğin içeriğinin ayrıntılı yazılması gerekiyor, altında açıklaması yazmalı.” şeklinde görüş belirtmiştir.

Katılımcıların altı tanesi menü yazılarının okunabilirliğine vurgu yapmıştır. Bu konuya yönelik olarak; K1 “Çok açık ve okunaklı olmalı.”, K2 “Menü yazıları ve tasarımı dikkat çekici şekilde hazırlanmışsa sadece çorba içeceğim yerde ana yemek de sipariş edebilirim” demiştir. K3 “Menünün okunabilirliği çok önemli bir faktör” diyerek bu konuyu vurgulamıştır. K5 menüdeki yazı tipine yönelik görüşlerini şu şekilde belirtmiştir; “İçerik çok önemli bazı içerikler oluyor çok kalabalık ama bit gibi küçücük yazılar o da beni boğuyor mesela okumaya üşeniyorum yiyeceksem bile yemekten vazgeçiyorum.”, K6 “Yazı tiplerinde koyu renkler olmalı bazıları yeşil kırmızı gibi renklere gidiyor bunlar gözü yoruyor. Düz siyah renk tercihim. Ana başlıklar ve içeriğe göre yazı boyutu kullanılmalı. İçerikler italik değil de düz yazı olmalı, kolay okunabilecek tarzda olabilir.” demiştir. K9 ise “Kolay okunabilir olması lazım kafa karıştırıcı olmaması gerekiyor.” ifadelerini kullanmıştır.

Menünün güncel olması, altı katılımcı tarafından vurgulanmıştır. Bu konuya ilişkin olarak K2 “Bir restoranda istediğim bir yemek yok ise ya da fiyat değişiklikleri üzeri çizilerek belirtiliyorsa bende hemen kötü bir izlenim oluşur. Menü restoranın kimliği. O menüye dikkat etmeyen kişi çalışanlarına da dikkat etmez, orda yapılan yemeklere de dikkat etmez, bir et alıyorsa olabildiğince ucuzuna kaçmaya çalışır ve ben de cimri algısı oluşur.” diyerek menünün güncel tutulmasının önemini vurgulamıştır. K5 “Fiyat bilgisi kesinlikle güncel olmalı”, K6 “Menünün güncel olması benim için çok önemlidir.

Menüde yer alan bir yemeği sipariş ettiğim de şu an yok gibi bir şeyle karşılaşsam üzülürüm.”, K10 “Menü kalabalık görünsün diye 15 çeşit tatlı var ama sorsan sadece iki tanesini satıyorlar. Açıkçası menülerin güncel olması gerekiyor. Fiyatların da tabii ki” ifadesini kullanmıştır. K9 “Ben bu konudan çok muzdarip birisi olarak kesinlikle güncel olamayan yani işletmede olmayan ürünlerin menü de olmasını istemiyorum. Yani o kadar yemek listesi var ama sipariş verirken yok cevabı almıyor. Madem yok neden hala menüde ismi yazıyor. Yazdıysan sipariş verilince hazırlayacaksın bence.” derken, K8 ise “Fiyatların güncel olması lazım.” demiştir.

Görüşülen katılımcılardan altı tanesi menülerdeki sayfa kalabalığından duyduğu rahatsızlıklarını şu ifadelerle belirtmişlerdir. K1 “Çok kalın ansiklopedi gibi menülerin olması beni çok rahatsız ediyor. İnsanın hem kafası karışıyor hem de biliyorsun ki önüne gelen yemek çok iyi olmayacak.” demiştir. K6 ise “Tasarım açısından çok fazla sayfalı menüler benim çok ilgimi çekmiyor. Örneğin tek sayfalı büyük arkalı önlü ayrılmış olabilir. Hani tek başına bir kart bakmak için daha kolay olabilir. Sürekli sayfaları çevirmek bulmak için de biraz zor oluyor.”. Ayrıca K4, “Kart boyutu önemli bazı yerlerde çok büyük ve ergonomik olmayan menüler kullanılıyor”, K8 “Kâğıt gibi çabuk yıpranan bir materyal olmamalı karton şeklinde dümdüz tek yaprak bir şey olmalı. Yazı tipi aydınlık bir tabanın üzerine koyu yazılar olmalı insanın okumasını kolaylaştıran çünkü sadelik her zaman daha iyi bence.”, K9 “Çok kalabalık olunca çok sıkıcı oluyor ve rahatsız oluyorum” derken, K10 “Menüyü zengin göstermek için çok fazla fotoğraf koyuyorlar bu da menüyü çok kalabalık yapıyor, açıkçası çok nahoş bir durum ortaya çıkıyor ve aradığımı bile bulamıyorum.” ifadelerini kullanmıştır.

Katılımcılardan altı tanesi menüdeki ürünlerin besin değeri ve kalori bilgilerini de menüde görmek istediğini belirtirken bir katılımcı kalori bilgisini görmeye fazla gerek duymadığını belirtmiştir. Diğer katılımcılar kalori konusunda herhangi bir görüş belirtmemiştir. K5 “Kalori bilgileri var mı bu benim için önemli.” şeklinde ifade etmiştir. K1 “Şu an uyguladığım bir diyet var ve bu diyet için yediğim yemeklerin kalorisini bilmek benim için önemli bir kriter olabiliyor.”, K4 “Kaldı ki kalori ve besin değerlerinin de olması da çok önemli.”, K7 “Kalori hesabı yapmasam da o gün yine hafif bir şeyler yemek istersen diyet menüsü ya da çocuk menüsü gibi alternatif menülerinin de olmasını isterim”, K6 “Çok fazla buna bakmam günlük olarak da bunu hesaplamayan biriyim. Bu yüzden kesinlikle olmalı gibi bir tercihim yok.”, K8 ise “Alerjen içeriklerini bilmek benim için çok çok önemli çünkü mide rahatsızlığı yaşayan biriyim. Alerjen içeriği ve içeriğinin ne olduğunu bildiğim bir menü tercih ederim.” demiştir.

Menü kartının tasarımında kullanılan renk uyumuna beş katılımcı çok önem verdiğini belirtmiştir. K2 “Restorana giriyorum örneğin balık restoranı mavi tonlarda hazırlanmış menünün de o restorana uygun renklerde hazırlanmış olması çok önemli.” diyerek menünün restoran konseptine uygun olarak tasarlanması gerektiğini belirtmiştir. K3 “işletmenin rengi ve tasarımı olduğu kadar menü rengi ve tasarımı da önemli. Menü kartındaki renkler konseptle uyumlu renklerden oluşmalıdır” ifadelerini kullanmıştır. Benzer şekilde, K4 “Menüde kullanılan renkler de çok önemli”, K6 “Menü kartının rengi ile işletme rengi uyumlu olmalı” demiştir. K10 ise “Mekâna göre değişiyor aslında ama aynı renklerin hem yazı hem arka plan olarak kullanılması menüyü çirkinleştiriyor.” ifadelerine yer vermiştir.

Menü kartının temizliği dört katılımcının ifade ettiği bir diğer kriter olarak görülmektedir. Katılımcılardan bazılarının ifadeleri şu şekildedir. K2 “Örneğin bazı menüler oluyor tozlu sanki o işletmeye aylarca kimse gelmemiş de ilk defa o menüyü ben alıyordum gibi tozunu ben siliyordum gibi hissederim.” diyerek bu konudaki görüşünü belirtmiştir. K3 Restoranın temizliğine dikkat ediliyor ama menünün de temizliği çok önemli, elime kirli bir menü almak istemem ben.”, K9 “Menü kartı kirli olunca yani üstü tozlu veya yemek filan dökülmüş, inanın o işletmeye bir daha gitmek istemiyorum. Ben de kalitesiz bir yer olduğu çağrışımı yapıyor.” derken, K10 ise “Menü kartı yağ tutmama-lıdır, temiz olmalıdır.” demiştir.

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerindeki yemek sırasına ve yemeklerin gruplandırmasına yönelik olarak dört katılımcı görüşlerini ifade etmiştir. K1 “Yiyecekler de başlangıç, ana yemek ve tatlı şeklinde üçe ayrılmalı ve altında çok az kalem olmalı.”, K6 “Yemeklerin sırasının düzgün olması. İçerik olarak da şimdi hepimizin Türk menülerinde çorba ile başlanır o silsileyi takip etmesini isterim. Örneğin tatlıyı en sonda bulmak isterim.” K7 “Özellikle bazen menülerde düzen sıkıntılı olabiliyor, yani bir düzen içinde tatlıların, içeceklerin yer aldığını görmek isterim. Karışık bir menüyü kimse okumak istemez.” demiştir. K8 ise “Simetri hastalığım var ve düzene dikkat ederim” demiştir.

Menünün teknolojiye uygun olması ile ilgili olarak dört katılımcı görüş belirtmiştir. K4 “Şimdi şöyle yeni menüler artık tablet şeklinde de geliyor. Bu da aslında müşteri tarafından yenilikleri takip ediyor, müşteri memnun etme aşamasında standart menülerim yanı sıra bunları sunuyor. Artık web 3.00'a girdiğimizi düşünürsek, sosyal ağlar geliyor, insanlar artık telefonların, bilgisayarları, tabletlerin esiri olma yoluna gittiye bir restorana gittiğimiz zaman da alıştığımız şekilde bunların gelmesi bazı insanları çok tatmin ediyor.” diyerek teknolojinin menülerde de kullanılmasının gerekliliği

üzerinde durmuştur. K9 “Hiç denemediğim için bilemiyorum ama masada tablet gibi bir şey olsa çok güzel olur. İki saat garsona çağırılmaya veya beklemeye gerek de kalmaz”, K10 da “Teknolojiye uyumlu olması önemli bence tablet menüler yerine çevrimiçi menüler kullanılabilir. Günümüzde herkes akıllı telefon kullanıyor bu telefonlara uygulama şeklinde bile menü aktarabilirler. Öyle ki teknolojiyi entegre edeceklerse kurumsal işletmeler ödemeyi bile bu telefonlar üzerinden yapabiliyoruz.” diyerek görüşünü belirtmiştir. K2 ise “Masanın üzerine dokunmatik ekranlar konulabilir” demiştir.

Menüde kapak tasarımı dört katılımcının ifade ettiği bir diğer kriter olarak görülmektedir. K2 “Menünün kapak kısmı çok önemli. Örneğin hırpalanmış mı, temiz mi?” diyerek menü kapağının önemi konusundaki fikirlerini ifade etmiştir. K3 “Menüyü daha açmadan dış görünüşü, kapağı ile beni etkilemesi önemli.” derken, K4 de “Menünün kapak tasarımı önemli, yıpranmış mı ona da bakarım.” şeklinde görüş belirtmiştir. K10 ise “menüyü elime aldığımda ilk önce kapağı ilgimi çeker tasarımı rengi iyi mi dokusu nasıl bunlar beni etkiler” ifadelerini kullanmıştır.

Tüketici görüşlerine bakıldığında iki katılımcının yemeklerin pişirme tekniklerini de menü kartlarında görmek istedikleri tespit edilmiştir. Buna yönelik olarak; K2 “Bazı yemek isimleri oluyor mesela bilmiyorum orda yazan içerikte bazen yazıyor belli başlı yiyecekler ama kafamda bir şey canlanmıyor. Mesela; ızgara mı? Bunu da belirtmek gerekiyor” demektedir. K10 “Ne yediğime dikkat eden birisi olduğum için menüde pişirme yönteminin olmasını isterim.” diyerek pişirme tekniklerinin menü kartında olması gerektiğini dile getirmiştir.

İki katılımcı işletmenin hikayesi ve tarihçesi gibi unsurlara menüde yer verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bunlardan K2 “Menünün arka kısmı ya da uygun kısmına mesela varsa işletmenin hikayesi olsun isterim mesela. Küçük kısa etkileyici bir boyutta. O restoran nasıl hazırlandı nereden akla geldi dededen atalardan mı geliyor? Ya da bir yemek var estetik bir biçimde oluşturulmuş ya da tasarlanmış ya da tesadüfen oluşturulmuş onun hikayesi de yazılabilir mesela öyle bir şey eklenebilir.” demiştir. K9 ise “Yemekler için tarihçe olsa iyi olur, yemeğin tarihini kısa olarak öğrenmek iyi olur. Mesela mısır patlatmak nereden çıkmış kim bulmuş gibi kısa bilgi olsa çok eğlenceli olur” ifadelerini kullanmıştır.

Menünün tasarımına yönelik olarak alanyazın taraması, menü incelemeleri ve tüketicilerin belirtmiş oldukları ifadelerden belirlenen kriterler aşağıda gösterilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Alanyazın Taraması, Menü İncelemeleri ve Tüketici Görüşlerinden Elde Edilen Kriterler

Maddeler
1. Malzeme bilgisinin olması
2. Garnitür bilgisinin olması
3. Pişirme tekniğinin belirtilmesi
4. Servis süresinin belirtilmesi
5. Porsiyon bilgisinin olması
6. Yemeğin tarihçesine yönelik bilgi verilmesi
7. Yemek malzemelerinin üretildiği yer bilgisinin verilmesi
8. Kalori bilgisinin olması
9. Alerjen bilgisinin olması
10. Menü kartının temizlenebilir/silinebilir olması
11. Isıl işlem görmüş yiyecek ve içecek bilgisinin olması
12. Dil seçeneğinin olması
13. Engellilere yönelik imkânların olması (Braille alfabesinin olması veya menünün dinlenebilir olması)
14. Çocuklar için özel menü olması
15. Yemeklerin benzer özelliklere göre gruplandırılması
16. Geri dönüştürülebilir olması
17. Tekrar kullanılabilir olması
18. Sayfalarının rahat çevrilebilir olması
19. Dijital menü olması
20. Yemek gruplarının kolay bulunabilmesi (Ayrıca konulması ve/veya ayrı menüler kullanılması (yemek, içecek ve tatlı menüsü gibi))
21. Rahat kontrol edilebilir boyutlarda olması
22. Estetik uyumun olması
23. Renk uyumunun olması
24. Resim kullanılması (Gerçeğe uygun olması ve çekim kalitesinin yüksek olması)
25. Sayfa düzeninde gözü yoracak karmaşadan kaçınılması
26. Kolay okunabilir olması
27. Sanatsal ve grafiksel içeriğe sahip olması
28. Menü materyali seçiminin işletmeye uygun olması
29. Fiyat bilgisinin olması
30. Farklı ürünler için farklı menü olması (Diyet ve vegan menüsü olması)
31. Menü kartının yaratıcı/özgün olması
32. Menü kalemlerinin sıralaması/gruplandırılması
33. Menü'nün temiz olması
34. Teknolojiye ayak uydurma/tablet menülerin olması
35. İşletmenin kendi spesiyalinin olması
36. Güncel olması
37. Çok sayfalı olmaması/sayfa kalabalığından kaçınılması

c) Uzman Görüşlerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında Tablo 2'de belirlenen 37 kriter uzman görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşlerinden elde edilen bulgular doğrultusunda altı ana tema ortaya çıkmıştır. Bunlar; ürün bilgisi, sağlık, çeşitlilik, sürdürülebilirlik, ergonomiklik ve görsel unsurlardır. Ortaya çıkan altı tematik çerçeveye göre veriler işlenmiş ve bu temalara ilişkin kriterler yorumlanmıştır. Değerlendirme komisyonunun ortak uzlaşısı ile belirlenen kriterlerin uzmanlar tarafından *zorunlu*, önemli ve *gerekli* şeklinde değerlendirilmesi istenmiştir. Kriterlerin değerlendirilmesi aşamasında ortak uzlaşısı sağlanana kadar süreç üç defa tekrarlanmıştır. Bu süreçlerde benzer anlam taşıyan ya da tekrarlanan ve

diğerlerine göre daha önemsiz görülen kriterler elenmiştir. Sürecin sonunda sertifikasyon sisteminde kullanılmak üzere ortak uzlaşısı ile 27 kriter belirlenmiştir.

Ürün bilgisi temasında yer alan soruların menülerde bulunan yiyecek ve içeceklerin özelliklerine yönelik olması nedeniyle temaya bu isim verilmiştir. *Sağlık* teması yiyecek içecek işletmesi müşterilerinin sağlığını ilgilendiren unsurlar olduğu için bu tema böyle adlandırılmıştır. Çeşitlilik temasına ilişkin belirlenen unsurlar; farklı ürünler için farklı menü olması, yabancı dil seçeneğinin olması, engellilere yönelik imkânlarının olması, çocuklar için özel menü olması ve dijital menü olmasıdır. *Sürdürülebilirlik* temasında menülerin sürdürülebilirliği değerlendirilmiştir. *Ergonomiklik* te-

masında menünün kullanım rahatlığı ve kolaylığı ele alınmıştır. *Görsel unsurlar* temasında ise estetik, renk uyumu, düzen konularına dikkat edilmiştir.

Çalışmada ortaya çıkarılan temalar ve alt temalar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Menüye yönelik Sertifikasyon Sistemi İçin Belirlenen Ana ve Alt Temalar

Boyutlar	Kriterler	Zorunlu	Önemli	Gereksiz
Ürün Bilgisi	Fiyat bilgisinin olması	9	0	-
	Malzeme bilgisinin olması	8	1	-
	Servis süresinin belirtilmesi	7	2	-
	Garnitür bilgisinin olması	6	3	-
	Porsiyon bilgisinin olması	6	3	-
	Pişirme tekniğinin belirtilmesi	4	5	-
	Yemek malzemelerinin üretildiği yer bilgisinin verilmesi	3	6	-
	Yemeğin tarihçesine yönelik bilgi verilmesi	1	8	-
Sağlık	Alerjen bilgisinin olması	6	3	-
	Isıl işlem görmüş yiyecek ve içecek bilgisinin olması	4	5	-
	Kalori bilgisinin olması	2	7	-
Menü Çeşitliliği	Engellilere yönelik imkânlarının olması	7	2	-
	Yabancı dil seçeneğinin olması	5	3	1
	Farklı ürünler için farklı menü olması	4	5	-
	Çocuklar için özel menünün olması	4	5	-
	Dijital menü olması	1	8	-
Sürdürülebilirlik	Geri dönüştürülebilir olması	3	6	-
	Tekrar kullanılabilir olması	-	-	9
Ergonomiklik	Sayfalarının rahat çevrilebilir olması	6	3	-
	Yemek gruplarının kolay bulunabilmesi	4	5	-
	Yemeklerin benzer özelliklere göre gruplandırılması	4	5	-
Görsel Unsurlar	Resim kullanılması	9	0	-
	Estetik uyumun olması	7	2	-
	Kolay okunabilir olması	7	2	-
	Sayfa düzeninde gözü yoracak kalabalıktan kaçınılması	6	3	-
	Renk uyumunun olması	5	4	-
	Uygun menü materyalinin kullanımı	5	4	-

Ürün bilgisi temasına ilişkin bulgular

Ürün bilgisi temasında sekiz kriter yer almaktadır. Bu kriterler; *menüdeki ürünün fiyat bilgisinin olması, malzeme bilgisinin olması, servis süresinin belirtilmesi, garnitür bilgisinin olması, porsiyon bilgisinin olması, pişirme tekniğinin belirtilmesi, yemek malzemelerinin üretildiği yer bilgisinin olması ve yemeğin tarihçesine yönelik bilgi verilmesidir.*

Yapılan görüşmelerde uzmanlar, ürün bilgisi temasında belirtilen kriterlerin bir menüde olması gereken standart bilgiler olduğunu belirtmişlerdir. Ürüne yöne-

lik bilgilerin menüde yer alması tüketicilerin yiyecek içecek işletmelerinde seçim yapmalarını kolaylaştırmakta ve sipariş verecekleri ürünlerin ne olduğunu önceden bilmelerine olanak sağlamaktadır. Bu bakımdan belirlenen kriterlerin yiyecek içecek işletmelerinin

menülerinde yer alması menü sertifikasyon sisteminin geliştirilmesinde önemli kriterler olarak tespit edilmiştir.

Ürün bilgisi temasında yer alan kriterlerden menülerde ürünlere ait fiyat bilgisinin olması tüm uzmanlar tarafından bir menüde bulunması gereken bir kriter olarak belirlenmiştir. Uzmanlar tarafından menüde yer alan ürünlerin fiyat bilgisinin olması müşterilerde işletmeye yönelik güven duygusunun oluşmasını sağlayacağı vurgulanmıştır. Müşteriler sipariş edecekleri ürünlerin fiyatlarını önceden bildikleri için seçimlerini daha rahat yapabileceklerdir.

Uzmanlardan sekizi ürünlerin malzeme bilgisinin menüde yer alması kriterini zorunlu; bir uzman ise bulunması gereken önemli kriterden biri olduğunu belirtmişlerdir. Bu temada uzmanlar tarafından gereksiz olarak görülen bir kriter bulunmamıştır. Uzmanlara göre müşteriler malzeme bilgilerine bakarak içerisinde yemek istemedikleri veya yemeleri sakıncalı olan malzemeleri görerek ona göre siparişlerini verebileceklerdir. Böylelikle işletmeler de servis sırasında veya sonrasında yaşanan sıkıntıların önüne geçebileceklerdir.

Araştırmaya katılan uzmanlardan yedisi her ürün için ortalama servis süresinin, menüde bulunması gereken zorunlu; iki uzman ise bulunması gereken önemli kriterden biri olduğunu belirtmişlerdir. Servis süresinin belirtilmesi kriteri, müşterilerin sipariş edecekleri ürünlerin ne kadar sürede hazırlanıp masaya servise edileceğiyle ilişkilidir. Uzmanlar sipariş edilmek istenen ürünlerin siparişten ne kadar süre sonra müşterinin masasına geleceğinin menü kartında belirtilmesinin müşterilerin memnuniyet düzeyini artırma açısından önemli olduğunu düşünmektedir.

Garnitür bilgisinin menüde yer alması kriteriyle anlatılmak istenen ana ürünün yanında servis edilecek yan ürünlerin bilgisinin verilmesidir. Garnitür bilgisinin olması kriterini, uzmanlardan altısı zorunlu; üçü ise menüde yer alması gereken önemli kriterlerden biri olarak belirtmişlerdir. Ana ürünler ile verilen yan ürünler lezzet tamamlayıcısı olması nedeniyle önemlidir. Müşteriler tadını olumsuz etkilediğini düşündükleri yan ürünlerden dolayı ana ürünü sipariş etmeme kararı alabilirler. Diğer taraftan, ana yemeğin seçiminde yan ürünlerin bilinmesi müşterilere yan ürünleri değiştirmeye ya da istememe olanağı sağlayabilir.

Porsiyon bilgisinin olması kriterini araştırmaya katılan uzmanlardan altısı zorunlu; üçü ise menü kartında bulunması gereken önemli bir kriter olarak seçmişlerdir. Bu kriter ile servis edilecek ürünün kaç kişilik olduğu anlatılmak istenmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri menülerinde yer alan ürünlerin hepsi standart bir kişilik porsiyon olarak hazırlanırken bazı yiyecek ve içecekler farklı porsiyon ölçülerine göre hazırlanabilmektedir. Bu tür yiyeceklere ilişkin porsiyon bilgisinin menülerde bulunmaması durumunda müşteriler sıkıntı yaşamakta ve müşterilerin memnuniyet düzeyleri olumsuz etkilenmektedir. Bu tür sorunların yaşanmaması için yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde porsiyon bilgisinin yer alması uzmanlar tarafından önerilmiştir.

Menüde yer alan ürünlerin hazırlanmasında kullanılan pişirme tekniğinin menü kartlarında belirtilmesi araştırmaya katılan dört uzman tarafından zorunlu; diğer beş uzman tarafından olması gereken önemli bir kriter olarak görülmüştür. Menüde yer alan ürünlerin pişirme tekniğinin belirtilmesi; ürünlerin pişirilme de-

recesini ve pişirme yöntemlerinin (ızgara, yağda pişirme, suda pişirme vb.) belirtilmesini kapsamaktadır.

Ürünün üretiminde kullanılan malzemelerin üretildiği yerin bilgisinin menüde bulunması menü sertifikasyonunda kullanılacak diğer bir kriter olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan uzmanlardan üçü bu kriteri zorunlu, altısı olması gereken önemli bir kriter olarak belirtmişlerdir. Tüketicilerin bilinçlenmesi ve yerleşmenin etkisiyle üretilen ürünlerin içerik bilgisi önemli bir hale gelmiştir. Ürünlerin kalitesinin yetiştirildikleri bölgeye göre farklılık göstermesinden dolayı müşteriler ürünün üretildiği yeri bildiklerinde sipariş edecekleri yiyecek ve içeceklerin nerede üretildiğini de bilmek istemektedirler.

Menüde yer alan ürünlerin tarihçesine yönelik bilginin menüde yer alması araştırmaya katılan bir uzman tarafından zorunlu, sekiz uzman tarafından menüde olması gereken önemli bir kriter olarak değerlendirilmiştir. Menüde zorunlu olarak yer almasına gerek olmadığını düşünen uzmanlar, her ürün için tarihçe bilgisine yer verilmesinin menü kartlarını kalabalıklaştıracığını ve menü kartının okunabilirliğini olumsuz etkileyeceğini belirtmişlerdir. Bu bakımdan menüde yer alan her ürün için olmasa bile yiyecek içecek işletmesinin geçmişi veya işletmenin bulunduğu yöre ile ilgili önemli yiyecek ve içeceklerin kısa tarihçelerinin menüde yer alması önemlidir.

Sağlık temasına ilişkin bulgular

Sağlık teması yiyecek içecek işletmesi müşterilerinin sağlığını ilgilendiren unsurlar olduğu için bu temaya sağlık teması adı verilmiştir. Sağlık teması için üç kriter belirlenmiştir. Sağlık temasına ilişkin belirlenen kriterler; alerjen bilgisinin olması, ısıtma işlem görmüş yiyecek ve içecek bilgisinin olması ve kalori bilgisinin olmasıdır.

Günümüzde insanların sağlık konusunda bilinçlenmesi nedeniyle müşterisi oldukları yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alan ürünlere ilişkin temel sağlık bilgilerinin menüde yer alması gerekmektedir. Özellikle günümüzün en büyük problemlerinden biri olan obezite ve alerji hastalıklarının önlenmesi bakımından da bu kriterler önemlidir.

Menüde yer alan ürünlerin içerisinde bulunan alerjenlere ilişkin bilgilerin menüde yer almasını uzmanlardan altı tanesi zorunlu; üçü ise menüde olması gereken önemli bir kriter olarak görmektedir. Başka bir deyişle, menüde yer alan ürünlerin içerisinde bulunan alerjenlere ilişkin bilgilerin menüde yer alması konusunda uzmanlar olumlu görüş bildirmiş ve menüde alerjen bilgisine yer verilmesini istemişlerdir. Örneğin çölyak hastalarının gluten hassasiyeti nedeniyle menülerde glutensiz ürünleri tercih etmeleri gerekmektedir.

Müşteriler özel durumlarıyla ilgili sorunlar yaşadığı zaman yiyecek içecek işletmelerinin imajı bu durumdan olumsuz olarak etkilenecektir.

Bununla birlikte ısı işlem görmüş yiyecek ve içeceklerin bilgisinin menüde yer almasını da uzmanlar yiyecek içecek işletmelerinden beklemektedir. Uzmanlardan dördü bu kriteri zorunlu, beşi ise olması gereken önemli bir kriter olarak düşünmektedir. Isıl işlem görmüş ürünlerin belirtilmesi hali hazırda ambalajlı ürünlerin çoğunda uygulanmaya başlanmıştır. Uzmanlar tarafından bu uygulamaların yiyecek içecek işletmelerinde de hayata geçirilmesi ve müşterilerin menüde yer alan ürünlerin içerisinde ısı işlem görmüş ürünleri bilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Menüde yer alan ürünlerin kalori bilgisinin olması uzmanlardan ikisi tarafından zorunlu; yedisi tarafından da menüde olması gereken önemli bir unsur olarak belirlenmiştir. Uzmanlar özellikle günümüzde insanların yiyecek ve içeceklerden aldıkları kalori miktarı ile kendi diyetlerini oluşturduklarına dikkat çekmişler ve bu nedenle bu kriterin menüde yer alması gerektiğini belirtmişlerdir. Günümüzde sağlıksız beslenmenin de artmasıyla ortaya büyük bir sağlık sorunu olarak çıkan kilo problemleri nedeniyle katılımcıların böyle bir istekte bulunmuş oldukları tespit edilmiştir.

Menü çeşitliliği temasına ilişkin bulgular

Menü çeşitliliği temasına ilişkin beş kriter belirlenmiştir. Bunlar; engellilere yönelik imkânlarının olması, yabancı dil seçeneğinin olması, farklı ürünler için farklı menü olması, çocuklar için özel menünün olması ve dijital menü olmasıdır.

Yiyecek içecek işletmelerinden mal ve hizmet satın alan kişiler çok değişiklik göstermektedir. Özellikle engelli vatandaşların toplumsal hayata dâhil edilmesi için günümüzde yoğun çalışmalar yapılmaktadır. Araştırmaya katılan uzmanlar engelli vatandaşların gündelik yaşamlarını kolaylıkla devam ettirebilmeleri için yiyecek içecek işletmelerinin de üzerine düşen görevleri yerine getirmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu bağlamda yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin engellilere yönelik imkânları da içermesi gerekmektedir.

Uzmanlardan yedisi engellilere yönelik menülerin işletme tarafından hazırlanıp ihtiyaç duyan kişilere verilmesinin bir zorunluluk olduğunu, ikisi ise yiyecek içecek işletmelerinde olması gereken önemli bir kriter olduğunu belirtmişlerdir. Uzmanlar, yiyecek içecek işletmesinin en azından bir tane menüsünün görme (Braille alfabesiyle hazırlanmış menü), duyma (dinlenebilir menü) ve diğer türden engeli bulunan müşterilerin siparişlerini verebilecekleri şekilde hazırlanması gerektiğini belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan uzmanlardan beşi farklı dillerde menülerin olmasını zorunlu, üçü olması gereken önemli bir kriter ve biri ise olmasına gerek olmayan bir kriter olarak belirtmişlerdir. Her dil için ayrı menülerin oluşturulması çok maliyetli bir durum olduğu için, yiyecek içecek işletmelerinin buldukları destinasyon ve müşteri profillerini göz önüne alarak uygun gördükleri dil veya dillerde en azından bir adet menüyü işletmelerinde bulundurmaları gerektiği tespit edilmiştir. Yiyecek içecek işletmeleri ayrı bir menü yerine kullanılan menülerde birden fazla dil kullanarak da bu ihtiyaca cevap verebilmektedir. Türkiye'de turist hareketlerinin yoğun olduğu destinasyonlarda faaliyet gösteren işletmelerde menüler birden fazla dilde hazırlanabilmektedir.

Menü çeşitliliği temasının bir diğer kriteri farklı ürün grupları için farklı menülerin olması kriteridir. Araştırmaya katılan uzmanlardan dördü bu kriteri zorunlu; beşi olması gereken önemli bir kriter olarak düşünmektedir. Görüşme yapılan uzmanlar şaraplar gibi belirli ürün grupları için farklı menülerin kullanılması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda bu kriter, yiyecek içecek işletmeleri açısından olması gereken zorunlu bir kriter olmamakla birlikte olmasında yarar görülen bir kriter olarak değerlendirilebilir.

Çocuklara yönelik menünün olması kriterini uzmanlardan dördü zorunlu; beşi ise olması gereken önemli bir kriter olarak belirtmişlerdir. Çalışmaya katılan uzmanlardan yarısına yakını (dört uzman) bekâr olmasına rağmen çocuklara yönelik menü kartlarının oluşturulması gerektiğini düşündükleri ve işletmelerden bu yönde bir talepleri olduğu tespit edilmiştir. Uzmanlar çocukların da bir birey olarak kendi seçimlerini yapabilecekleri menülerin işletmelerde bulundurulması gerektiğini düşünmektedirler. Çocuklara yönelik menüler ailelerin sipariş verme sürecinde çocukların hem vakit geçirmesine hem de çocukların kendi istedikleri ürünleri seçebilmelerine olanak verecek ve işletmelerin müşteri memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlayacaktır.

Araştırmada yiyecek içecek işletmelerinin dijital menü kullanımını uzmanlardan biri zorunlu kriter, sekizi olması gereken önemli kriter olarak belirtmişlerdir. Uzmanlar teknolojinin gelişmesi ve akıllı cihazların sayısındaki artış nedeniyle uzun vadede dijital menüler yiyecek içecek işletmelerinin gelecek planları arasında yer alması gerektiğini vurgulamışlardır.

Sürdürülebilirlik temasına ilişkin bulgular

Sürdürülebilirlik teması için belirlenen kriterler; menülerin geri dönüştürülebilir ve tekrar kullanılabilir olmasıdır.

Araştırmada yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin geri dönüştürülebilir olmasını uzmanlardan

üçü zorunlu, altısı olması gereken önemli bir kriter olarak düşünülmektedir. Benzer şekilde yiyecek içecek işletmelerinin menülerinin tekrar kullanılabilir olmasını uzmanlardan biri zorunlu, sekizi ise olması gereken önemli bir kriter olarak düşünülmektedir. Yiyecek içecek işletmeleri menülerinin kullan-at mantığıyla tüketilen bir ürün olmaması nedeniyle uzmanlar tarafından bu tür sürdürülebilir faaliyetlerin olmasının bir zorunluluk olmaktan çok olmasında fayda görülen bir eylem olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir.

Yiyecek içecek işletmesinde menülerin tekrar kullanılabilir olmasının katılımcılar açısından önemli bir etken olarak görülmediği bulunmuştur. Bu bağlamda katılımcılar işletmelerden sosyal sorumluluk faaliyetlerini farklı uygulamalar ile gerçekleştirmesini beklemektedirler. Dolayısıyla, müşteriler ve uzmanlar işletmenin gün sonunda ellerinde kalan artık yiyecekleri sokakta yaşayan veya maddi durumu kötü olan kişiler ile sokak veya hayvan barınaklarındaki hayvanların beslenmesine katkı sağlamalarını beklemektedir.

Ergonomiklik temasına ilişkin bulgular

Menü ergonomikliğine ilişkin belirlenen unsurlar; menü sayfalarının rahat çevrilebilir olması, ürün gruplarının kolay bulunabilmesi ve ürünlerin benzer özelliklere göre gruplandırılmasıdır.

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerini oluştururken menü sayfalarının rahat çevrilebilir olması kriterini uzmanlardan altısı zorunlu, üçü olması gereken önemli bir kriter olarak belirtmişlerdir. Yiyecek içecek işletmeleri çok sayfalı menü kullanacaklarsa, bu menüyü daha kullanışlı hale getirebilmek için menü sayfalarını rahat çevrilebilir bir şekilde hazırlamaları gerekmektedir. Menü sayfalarının rahat çevrilebilir olması müşterilerin kendilerini daha rahat hissetmelerine imkân sağlayacaktır.

Ürün gruplarının menüde kolay bulunabilmesi kriteri uzmanlardan dördü tarafından zorunlu, beşi tarafından olması gereken önemli bir kriter olarak belirlenmiştir. Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alan ürünlerin önce gruplanması ve bu gruptan yiyecek ve içeceklerin menüde kolayca bulunmasına yardımcı olacak şekilde menünün oluşturulması gerekmektedir. Ürün gruplarının menüdeki yerinin araç ve farklı renk kullanımı gibi yöntemlerle müşteriler tarafından kolay bir şekilde tespit edilmesi yiyecek içecek işletmeleri açısından önemlidir. Çünkü ürün gruplarının menüde kolay bulunabilmesi kriteri ile müşterilerin siparişlerini daha çabuk vermeleri sağlanacaktır.

Menüde yer alan ürünlerin benzer özelliklere göre gruplandırılması, yiyecek içecek işletmelerinin menülerini hazırlarken dikkat etmeleri gereken bir kriter

olarak göze çarpmaktadır. Yemeklerin benzer özelliklere göre gruplandırılmasını uzmanlardan dördü zorunlu, beşi de olması gereken önemli bir kriter olarak belirtmişlerdir. Genel olarak değerlendirildiğinde yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alan ürünlerin benzer özelliklere göre gruplandırılması müşteriler açısından da kolaylık sağlamaktadır. Müşteriler ile yapılan görüşmelerde de benzer bir şekilde yiyecek içecek işletmelerinin menülerini oluştururken yiyecek ve içecekleri gruplaması gerektiği tespit edilmiştir.

Görsel unsurlar temasına ilişkin bulgular

Menüdeki görsel unsurlara ilişkin kriterler; resim kullanılması, estetik uyumun olması, kolay okunabilir olması, sayfa düzeninde gözü yoracak kalabalıktan kaçınılması, renk uyumunun olması ve uygun menü materyalinin kullanımınıdır.

Uzmanların tamamı yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde resim kullanımının olması gerektiğini belirtmişlerdir. Aynı zamanda yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde resim kullanımı müşterilerin de istedikleri bir unsurdur. Özellikle menüde yer alan ürünlere ilişkin resim kullanılması gerekmektedir. Uzmanlar menülerde kullanılan resimlerin de gerçeğe uygun ve yüksek kalitede olması gerektiğini belirtmişlerdir. Küreselleşen dünyada farklı tür yiyecek ve içeceklerin işletme menülerinde yer alması, yabancı kökenli yemek isimlerinin olması ve füzyon mutfağı nedeniyle farklı yemekler üretilmesi nedeniyle katılımcılar sipariş verecekleri yemeklerin resimlerini önceden görmek istemektedirler.

Uzmanlardan yedisi menü kartlarında estetik bir uyumun olmasını zorunlu; ikisi de olması gereken önemli bir kriter olarak belirtmişlerdir. Menü kartlarının hazırlanmasında estetik yönden bir uyum olması gerekmektedir. Yiyecek içecek işletmelerinin menü tasarımında estetik uyuma özen göstermeleri faydalı olacaktır.

Araştırmada görsel tasarım temasında yer alan kolay okunabilirlik kriteri uzmanların yedisi tarafından zorunlu, ikisi tarafından ise olması gereken önemli bir kriter olarak belirlenmiştir. Menü kartlarında kullanılan yazı stillerinin kolay okunabilirliğe katkı sağlayacak türden olması önemli bir unsurdur. Menüde kullanılan yazı karakterleri ve bunların büyüklükleri kolay okunabilirliğe yardımcı olacak unsurlardır. Bu unsurlara yiyecek içecek işletmelerinin dikkat etmesi yararlı olacaktır.

Sayfa düzeninde gözü yoracak kalabalıktan kaçınılması kriteri altı uzman tarafından zorunlu, üç uzman tarafından da olması gereken önemli bir kriter olarak belirlenmiştir. Menü tasarımında sayfa düzeninin sade

olması ve müşterileri rahatsız edecek kalabalık tasarımdan uzak durulması uzmanlar tarafından önerilmektedir.

Yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde renk uyumunun olması kriteri beş uzman tarafından zorunlu, dört uzman tarafından olması gereken önemli bir kriter olarak belirlenmiştir. Menü tasarımında renk uyumunun ayarlanması işletme logoları ve kullanılan resimler nedeniyle biraz zor olsa da işletmelerin bu kriter kapsamında menü tasarımında renk uyumunu mümkün olduğunca iyileştirmeleri yararlı olacaktır.

Uygun menü materyali kullanımı kriteri beş uzman tarafından zorunlu, dört uzman tarafından ise menülerde olması gereken önemli bir kriter olarak tespit edilmiştir. Özellikle yiyecek içecek işletmesinin temasına, iç ve dış dekorasyonuna uygun menü materyallerini kullanmaları konseptlerini daha iyi göstermelerine yardımcı olacaktır.

SONUÇ

İşletmenin kimliği olarak tanımlanan menü, yiyecek içecek işletmelerinin faaliyetlerinin yürütülmesinde ve planlanmasında önemli bir unsurdur. Ancak menülerin içeriğinde olması gereken bazı bilgilerin eksikliği tüketicilerin yiyecek içecek seçim sürecinde çeşitli problemlerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Dolayısıyla yiyecek içecek işletmelerinin pazarlanması ve rekabetçi bir avantaj sağlaması açısından önem taşıyan menü tasarımı belli standartlara sahip olmalıdır. Bu nedenle menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemine temel oluşturacak kriterlerin ortaya koyulması gerekmektedir.

Çalışma ile yiyecek içecek işletmelerinde menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi için temel kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler; ürün bilgisi, sağlık, çeşitlilik, sürdürülebilirlik, ergonomiklik ve görsel unsurlar olarak ortaya çıkmıştır. Menüde ürün bilgisinin yer alması, işletmeler için pazarlama sürecindeki etkinliği, tüketiciler için ise satın alma davranışlarının olumlu yönde etkileyecektir. Benzer şekilde gerçekleştirilen çalışmalarda da menü açıklamalarının ve ürün bilgisinin detaylı olarak menüde yer almasının tüketicilerin ürün seçimlerini olumlu yönde etkiledikleri görülmektedir (Locker, 2006; Shoemaker ve ark., 2005).

Tüketilen ürünlerin sağlık yönünden etkileri tüketiciler için önemli bir hale gelmişlerdir. Benzer şekilde menülerde sağlıkla ilgili kriterlerin bulunması bilinçli tüketici profiline de memnuniyetini sağlayacaktır. Hwang ve ark. (2008) da yaptıkları çalışmada menülerde besin değerlerinin belirtilmesinin müşterilerin yiyecek ve içecek tercihlerine etki ettiğini belirtmiştir.

Dişarıda yemek yemenin artması ile daha farklı tüketici profilleri tespit edilmiştir. Bu tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için işletmeler de menülerinde çeşitlilik sunmak durumundadır. Ayrıca teknolojinin gelişmesi ile işletmelerin dijitalleşmenin etkilerini menülerine yansıtması gerekmektedir. Öte yandan, engelli bireylerin toplumsal hayata dâhil edilmesini kolaylaştırmak için yiyecek içecek işletmeleri üzerlerine düşen görevleri yerine getirmelidir.

Diğer taraftan, menünün ergonomik olması da tüketicilerin işletmeyi tercih etmesi açısından önemli bir etkiye sahiptir. Çünkü tüketiciler daha kısa sürede zaman kaybetmeden siparişini verebilecek ve menüyü daha kısa sürede anlayabilecek dolayısıyla da işletmenin sipariş süresinin de hızlanmasına katkı sağlayacaktır.

Bunlara ek olarak, menü kriterlerindeki sürdürülebilirlik teması ile duyarlı tüketicilerin tatminini sağlamanın yanı sıra işletmenin çevreye vermiş olduğu olumsuz etki azaltılacaktır. Bu bağlamda işletme pazarlama sürecinde hem sürdürülebilirliği ön plana çıkarabilecek hem de sosyal sorumluluk gibi konularda ön plana çıkabilecektir.

Ayrıca, tasarım konusunda belirtilen kriterlerle işletme, sahip olduğu menü ile sektörde farklılık yaratabilecek bir konuma gelecektir. Tüketiciler artık sıradan olmayan, yaratıcı, özgün ve görsel olarak estetik uyumun olduğu menüleri tercih etmektedir. Reynolds ve ark. (2005) ve Tian (2015)'nin çalışmasında görsel unsurların tüketici tercihleri üzerinde önemli bir etkisinin olduğu ortaya koyulmuştur. Bu nedenle işletme sahipleri ve yöneticilerinin menülerini hazırlarken tasarım konusunda uzman kişilerden yardım almaları işletmenin yararına olacaktır.

ÖNERİLER

Belirlenen kriterler doğrultusunda hazırlanan menüler ile tüketicilere, yiyecek içecek tercihlerini daha kolay ve daha sağlıklı yapma imkânı sunulacaktır. Bu sayede tüketicilerin sipariş ettikleri yiyeceklerin içeriğini tam olarak bilmeleri mümkün hale gelecektir. Sipariş hatalarını engellemek, zamandan kazanmak, konuğu rahatlatarak onların güvenini kazanmak menülerin tüketiciler açısından önemini ortaya koymaktadır. Yiyecek içecek işletmeleri için yeşil anahtar ve beyaz zambak olmak üzere farklı özellikleri değerlendirmeye yönelik sertifika sistemleri bulunmaktadır. Ancak işletmenin faaliyetlerine başladığı en önemli araç olan menüye yönelik bir sertifikasyon sistemi bulunmamaktadır. Bu nedenle menüye yönelik bir sertifikasyonun olması önem taşımaktadır. Bu sertifikasyon sistemi bir kurum ve kuruluş tarafından işletme menülerinin tasarımsal olarak belli kriterleri sağlayıp

sağlamadığının kontrolünün sağlanması ile gerçekleştirilebilir. Böyle bir sertifika sisteminde kullanılacak kriterler için bu çalışma sonuçlarından yararlanılması önerilmektedir.

Çalışma sonucunda önerilen menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi kriterleri işletmelerin menülerini daha iyi tasarlamalarına yardımcı olacaktır. Bu şekilde menüde bulunan her kalem yiyecek ve içeceği daha kolay bir şekilde müşteriye pazarlayabileceklerdir. Menü sertifikası alan işletmeler bu sertifika ile işletmelerinin imajını yükselterek kendi reklamını yapabileceklerdir. Bunun sonucunda işletme kalitesi hakkında bir izlenim uyandırarak işletmenin satışlarını arttıracaktır. Bu bağlamda çalışmanın hem yiyecek içecek işletmeleri ve tüketiciler hem de dolaylı yoldan destinasyon üzerinde etki yaratacağı düşünülmektedir. Benzer nitelikteki turizm potansiyeline sahip olan destinasyonları birbirinden farklı kılacak özelliklerden biri de orada hizmet veren işletmelerin kalitesidir. Yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan menülerin de işletmenin kimliğini yansıttığı düşünülürse, işletmenin başarısı için çok önemli bir unsur olduğu göz ardı edilemeyecektir. Bu görüşten yola çıkılarak menüyü önemli bir kalite unsuru olarak görmek gerekmektedir. Bu durum işletmelerin olduğu kadar destinasyonun pazarlanmasına da dolaylı olarak fayda sağlayacaktır.

Menü tasarımına yönelik sertifikasyon sistemi için kullanılacak temel kriterlerin belirlenmesinde çalışma evreninin Eskişehir il merkezi olması ve veri toplanan işletmeler arasında belediye belgeli tesislerin olmaması çalışmanın sınırlılıkları arasındadır. Bundan sonra gerçekleştirilecek olan çalışmaların kapsamına belediye belgeli tesislerin dahil edilmesi ve çalışmanın farklı şehirlerde -özellikle turizm bölgelerindeki şehirlerde- gerçekleştirilmesi Türk turizminin gelişimine önemli katkılar sağlayacaktır. Bunun yanında menü sertifikasyon sistemi içerisinde yer alacak olan kurum ve kuruluşları içeren paydaşların da görüşlerini almaya yönelik çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Altınel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Angelo, R. V. & Vladimir, A. (1998). *An introduction to hospitality today*. Orlando: Educational Institute of American Hotel-Motel Association.
- Bacon, L., & Krpan, D. (2018). (Not) Eating fort he Environment: The Impact of Restaurant Menu Design on Vegetarian Food Choice. *Appetite*, 125, 190-200.
- Cankül, D. (2019). Restoranlardaki Menü Tasarım Unsurlarının Müşterilerin Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 249-261.
- Choi, J. G., Lee, B. & Mok, J. (2010). An experiment on psychological gaze motion: A re-examination of item selection behavior of restaurant customers. *Journal of Global Business and Technology*, 6(1), 68-79.
- Choi, J. & Zhao, J. (2010). Factors influencing restaurant selection in South Florida: Is health issue one of the factors influencing consumers' behavior when selecting a restaurant?. *Journal of Foodservice Business Research*, 13, 237-251.
- Denizer, D. (2005). *Konaklama İşletmelerinde Yiyecek-İçecek Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ersoy, A., & Anagün, Ş. S. (2009). Sınıf öğretmenlerinin Fen ve Teknoloji dersi ödev sürecine ilişkin görüşleri. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 3(1).
- Font, X. & Buckley, R. (2011), "Tourism Ecolabelling Certification and Promotion of Sustainable Menagement" Gabi, Australia.
- Guéguen, N., Jacob, C. & Ardiccioni, R. (2012). Effect of watermarks as visual cues for guiding consumer choice: An experiment with restaurant menus. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 617-619.
- Hwang, J. & Lorenzen, C. L. (2008). Effective nutrition labeling of restaurant menu and pricing of healthy menu. *Journal of Foodservice*, 19(5), 270-276.
- Ian, Y. (2015) *Impact of Menu Designs and Personal Dietary Behaviors on Young Millennials' Restaurant Menu Choices*. UNLV Theses/Dissertations/Professional Papers/Capstones. Paper 2437.
- Kazarian, E. (1977). *Food service facilities planning*. Westport Connecticut: The Avi Publishing Company.
- Knight, J. & Kotschevar, L. H. (1979). *Quantity food production: Planning and management*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Liu, P. J., Roberto, C. A., Liu, L. J. & Brownell, K. D. (2012). A test of different menu labeling presentations. *Appetite*, 59(3), 770-777.

Lockyer, T. (2006). Would a restaurant menu item by any other name taste as sweet? *FUI Hospitality Review*, 24(1), 21–31.

Mahony, K. (2007). Development Southern Africa Certification in the South African Tourism Industry: *The Cafe of Fair Trade In Tourism*, 3(24),393-408.

McCall, M. & Lynn, A. (2008). The effects of restaurant menu item descriptions on perceptions of quality, price, and purchase intention. *Journal of Foodservice Business Research*, 11(4), 439-445.

Ninemeier, J. D. (2000). *Food and Beverage Management*. 3 edition. East Lansing, Michigan: The Educational Institute of American Hotel and Motel Association.

Özdemir, B. & Çalışkan, O. (2015). Menu Design: A review of literature. *Journal of Food Service Business Research*, 18, 189-206.

Reynolds, D., Merritt, E. A. & Pinckney, S. (2005). Understanding menu psychology: An empirical investigation of menu design and customer response. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 6(1), 1–9.

Sarıbaş, Ö., Çevik, B. & Aksu, A. (2012). Turizm Sektöründe Ulusal Meslek Standartları Algılaması ve Sertifikasyon: Antalya Yöresinde Bir Uygulama. *Turizmde İnsan Kaynakları Gelişimi Sempozyumu*.

Shoemaker, S., Dawson, M. & Johnson, W. (2005). How to increase menu prices without alienating your customers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17, 553–568.

Tian, Y. (2015). *Impact of Menu Designs and Personal Dietary Behaviors on Young Millennials' Restaurant Menu Choices*.

Türker M. F., Başkent E. Z. & Durusoy İ., (2001). *Ormancılıkta Sertifikasyon: Orman Kaynakları ve Orman İşletmeciliği Üzerine Etkileri, Uluslararası Gelişmeler ve Türkiye Ormancılığında Gerekliliği ve Olabilirliği*, I. Ulusal Ormancılık Kongresi, Türkiye Ormancılar Derneği Yayını, Kongre Serisi No: 1, 294-305, Ankara.

Wansink, B., & Love, K. (2014). Slim by design: Menu strategies for promoting high-margin, healthy foods. *International Journal of Hospitality Management*, 42, 137-143.

Wansink, B., Van Ittersum, K., & Painter, J. E. (2005). How descriptive food names bias sensory perceptions in restaurants. *Food Quality and Preference*, 16, 393–400.

Yıldırım A. & Şimşek H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zainol, A. A., Kisun, A. S., Norashikin, S. N. I. & Mohi, Z. (2015). *Student satisfaction towards Caffé Giunto. Hospitality and Tourism 2015*, Proceedings of HTC 2015 (Malacca, Malaysia, 2-3 November 2015).

Destek Bilgisi: Bu makale Anadolu Üniversitesi BAP tarafından desteklenmiş olan “1602E043” no’lu projeden türetilmiştir.

Çıkar Çatışması: Çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Turizm Akademik Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazarlarına aittir.

Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışmada veri toplama süreci Aralık 2017-Ocak 2018 tarihlerinde tamamlanmış olup Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı TR Dizin Etik Kurul Kriterleri 1 Ocak 2020 tarihinde ilan edilmiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Araştırmacılar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Extensive Summary

Determination of Basic Criteria for Menu Certification System for Menu Design in Food and Beverage Enterprises: The Case of Eskişehir

Sema EKİNCEK*, Önder YAYLA,
Merve ÖZGÜR GÖDE

INTRODUCTION

The menu, which is an indispensable element in the execution and planning of food and beverage activities, also plays a significant role in achieving the goals of the enterprises and determining how they will be managed (Ninemeier 2000). Customer, ambiance, and menu are the three most essential elements in the success of food and beverage businesses. To create a quality image and a husky profile in the eyes of people, food and beverage businesses should benefit from a mixture of many items such as personnel, service quality, price, ambiance, location, menu, management philosophy, management style, and organizational culture. However, it has been stated that the most notable factor in the development of the mentioned image is the menu (Knight & Kotschevar, 1979).

Menu design was discussed in the study. The purpose of menu design in food and beverage businesses can be defined as creating an impression about the quality of the business, providing information and reminders about food to the guest, preventing order mistakes by facilitating orders, increasing sales, saving time, and gaining trust by relaxing the guest (Altinel, 2009). The main purpose of the study is to determine the basic criteria for the certification system for the design of menus used in food and beverage businesses.

METHODOLOGY

Qualitative research methods were used in this study, which aims to create criteria for the menu certification system for the menus. In the study, the menus of 12 food and beverage businesses with tourism management certificate and eight restaurants affiliated to 4 and 5-star hotels in Eskişehir city center were used. The obtained menus were analyzed in terms of shape, content, and design using the document analysis technique. In the research, three main stakeholders were determined, including consumers, managers, and academicians. Reaching 10 participants

with the purposeful sampling method to represent the consumer group; their views on the menu were taken. A question form consisting of open-ended questions was used as a data collection tool.

The descriptive analysis method was used in analyzing the data. To ensure the credibility of the research, the data were presented without comment, and the analysis of the data was carried out by three researchers. In this study, an expert review was conducted to ensure the reliability of the study. At the last stage of the method implementations, a nine-person evaluation commission consisting of food business managers and academicians was established. A list of menu certification criteria was created with the common consensus of this commission. At this stage, the opinions of each participant regarding the criteria were also taken.

FINDINGS

It has been determined that most of the menus examined generally include superficial information about the product and food ingredients, but there is not very in-depth and sufficient information on the menus. It has been observed that garnish information is not mentioned enough in many menus. Menus were generally prepared according to the concept of the business. However, considering the aesthetic harmony in the menus, it is seen that the color harmony is not taken into consideration. It was observed that none of the menus examined had allergen and calorie information. Besides, it has been determined that there are no menus for children. Also, it was seen in the menu analysis that there are no menu options for disabled customers. On the other hand, price information is included in the menu by almost all the businesses.

It has been observed that all consumers want to see pictures of the products, side dish and price information. Seven of the participants emphasized the readability of the menu articles. The cleaning of the menu card is seen as another criterion expressed by six participants. Six participants emphasized that the menu should be up to date. Also, six participants expressed their views in terms of not having a page crowd on the menu. Six participants gave great importance to color and color harmony in the menu. Five of the participants stated that they would like to see nutritional facts and calorie information about products. Five participants expressed their opinions regarding the order and grouping of meals on the menu. Four participants expressed their thoughts regarding the suitability of the menu with the technology. In the menu design, the cover is seen as another criterion expressed by the four participants. Considering the consumer opinions, it was determined that three participants wanted to see

* Corresponding author at: Anadolu University, Faculty of Tourism.
E-Mail Address: semaekincek@anadolu.edu.tr

the cooking techniques of the meals. Two participants emphasized that elements such as the story and history of the business should be included in the menu.

At the last stage of the research, 37 criteria obtained from the literature review, menu evaluations, and interviews with consumers were presented to expert opinions. The evaluation committee consisting of experts was asked to evaluate the criteria determined by common consensus as mandatory, in terms of importance degree. During the evaluation of the criteria, the process was repeated three times until a mutual agreement was reached. At the end of the process, 27 criteria were determined by common consensus to be used in the proposed certification system. Six main themes emerged in line with the findings obtained from expert opinions. These are product knowledge, health, diversity, sustainability, ergonomics, and visual elements.

CONCLUSION

The basic criteria for the certification system in food and beverage businesses were determined with the study. These criteria have emerged as product information, health, diversity, sustainability, ergonomics, and design. Product information will help businesses express the product they market more clearly. Also, it increases the knowledge of consumers in the purchasing process, and positively affect their purchasing behavior. Similarly, it is seen that the detailed inclusion of menu descriptions and product information in the menu significantly affects the product choices of consumers (Shoemaker et al., 2005; Locker, 2006). With the awareness of the consumers, the health effects of the products they consume have become important. The presence of health-related criteria in the menus will also ensure the satisfaction of the conscious consumer profile. Hwang and Lorenzen (2008) also stated in their study that specifying nutritional facts in the menus affects the food and beverage preferences of the customers.

With the increase in eating out, different consumer profiles have emerged. To meet the needs of those consumers, businesses have to offer a variety in their menus. Also, with the development of technology, businesses should reflect the effects of digitalization on their menus. On the other hand, food businesses will fulfill their duties to facilitate the inclusion of disabled people in social life. The ergonomic nature of the menu has a significant effect on consumers preferring to business. With the sustainability theme in the menu criteria, besides ensuring the satisfaction of sensitive consumers, the negative impact of the enterprise on the environment will be reduced. In this context, the company will be able to bring sustainability to the

forefront in the marketing process and come to the fore in issues such as social responsibility.

It will come to a position where it can make a difference with the criteria specified in the design. Consumers now prefer non-ordinary, creative, original, and visually aesthetically pleasing menus. Reynolds, Merritt & Pinckney (2005) and Tian (2015) revealed that visual elements have a significant effect on consumer preferences. For this reason, it will be in the interest of the business that the business owners and managers get help from design experts while preparing their menus.

Consumers will be offered the opportunity to make their food and beverage choices easier and healthier with the menus prepared in line with the determined criteria. It also helps business to prevent order mistakes, to save time, to gain the trust of the guest. Additionally, the proposed menu certification system criteria will help businesses better design their menus. In this way, each item on the menu will be able to market the food and beverage to the customer more easily. As a result, it will increase business sales by creating an impression about business quality. In this context, the study will have an impact on food and beverage businesses and consumers, indirectly, on the destination.

