

Otellerde Ziyafet Menülerinin Planlanması

Soner Beşcanlar¹

Özet

Konaklama işletmelerinde odalardan elde edilen gelirlerden sonra işletme gelirlerinin büyük bir bölümünü yiyecek içecek departmanından sağlamaktadır. Yiyecek ve içecek sektörü içerisinde en önemli bölüm ve faaliyetlerinden biri de otellerin kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri ziyafet ve banket uygulamalarıdır. Bunların içinde de en büyük katkı ziyafet ve banket birimi tarafından sağlanmaktadır. Önemli gelir kaynağı olan ziyafet ve banket operasyonlarında başarı pek çok faktöre bağlıdır. Bu unsurlardan biri de iyi bir menü planlaması sürecidir. Otel işletmelerinin en iyi reklam aracı sağlamış oldukları hizmet ve hazırladıkları menülerin müşteriye tatmin edebilmesidir. Bu nedenle menü planlaması otel işletmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Eğer, otel işletmelerinde yiyecek içecek departmanı yöneticileri mönüyü hedef pazara yönelik olarak etkin bir şekilde planlayabilir ve kaliteli bir servis sunabilirlerse karlarını arttırabilirler. Otel işletmelerinde ziyafet mönülerinin nasıl planlanacağını açıklayan bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde yiyecek içecek bölümünde çalışanlara ziyafetin tanımı, ziyafet çeşitleri ve ziyafet menü planlamasında organizasyonun önemi ve ziyafet menüsü planlanırken dikkat edilmesi gereken hususlar konusunda bilgiler vermektir.

GİRİŞ

Turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından olan konaklama işletmeleri müşterilerine en iyi hizmeti sunmayı hedeflemektedirler. Bunun için müşterilerine konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, gibi hizmetleri sunmaktadır. Bu hizmetleri yerine getirebilmek için konaklama işletmelerinde var olan birimlerden birini de yiyecek-içecek departmanı içinde bulunan ziyafet (banket) bölümü oluşturmaktadır. Banket organizasyonlarının müşteriye sunulması birçok farklı işlem basamaklarının bir araya getirilmesi ile olabilmektedir. Bir ziyafet organizasyonu planlama, performans ve sonrası

1 Yozgat Bozok Üniversitesi, Yozgat Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü Yozgat, Türkiye. soner.bescanlar@bozok.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-9151-7379

olarak sınıflandırılması mümkündür. Sınıflandırılan bu üç süreç bir bütün halde değerlendirilerek uygulanmalıdır. Hizmet sektöründe sunum sırasında oluşabilecek en küçük hata tüm süreci olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla işletmelerin banket organizasyonlarında sağlayacağı müşteri memnuniyeti, iyi bir imaj ve çok daha fazla müşteri şeklinde yansımaktadır. Otellerin banket organizasyonlarını planlama sürecinde misafirlerin talepleri doğrultusunda organizasyonun detayları şekillenmektedir. Organizasyonların türüne bağlı olarak değişmekle birlikte farklı tür, zaman, kapasite ve menülerle hizmet edilebilmektedir. Son yıllarda otel işletmelerinde gerçekleşen ziyafet organizasyonları yemek temelli organizasyonlardır. Bu sebeple işletmelerin kendi bünyesinde satış pazarlama ve yiyecek içecek departmanı koordinesinde ziyafet organizasyonlarına uygun menüler planlamalıdır. Bu menüler misafirlerin beğenisine hitap ederken aynı zamanda işletme kaynaklarının verimli kullanılmasına yönelik hazırlanmalıdır.

1. Ziyafet nedir?

Fransızca “Banquet” kelimesinin karşılığı olarak dilimize alınan ve “ziyafet” kelimesi olarak turizm endüstrisi temelinde yiyecek içecek işletmelerinde kullanılan bir kavramdır. Ziyafet, kelime anlamı olarak şölen, eğlenmek ve herhangi bir şeyi kutlamak için birçok kişinin bir araya gelerek yemek organizasyonuna katılmasıdır. Ziyafet kelimesi, organizasyonel anlamda Türkçe okunuş şekliyle “Banket” olarak otel yönetimlerinde kullanılmakta ve konaklama işletmelerinin kapasite ve hizmet esaslarına göre “Banket” departmanları da oluşturulmaktadır. Bir diğer ifadeye göre Ziyafet, resmi ve özel amaçlı yemekli organizasyonları olarak tanımlanabilir. Ziyafet organizasyonları geçmişte 14-15 sıra yemekten oluşturulmuş olsa da günümüzde 3-6 sıra yemekten oluşmaktadır. Ziyafetler, düzenlenme amacı esas alınarak kişilere özgü hazırlanmış özel yiyecek ve içecek organizasyonları şeklinde yürütülmektedir. Günümüzde ziyafetlerde yiyecekler; Soğuk başlangıç yemeği (soğuk ordövr), Çorba, Sıcak başlangıç yemeği (sıcak ordövr), Ana yemek, Ara yemek ve tatlı olarak sıralanmaktadır (Maviş, 2005).

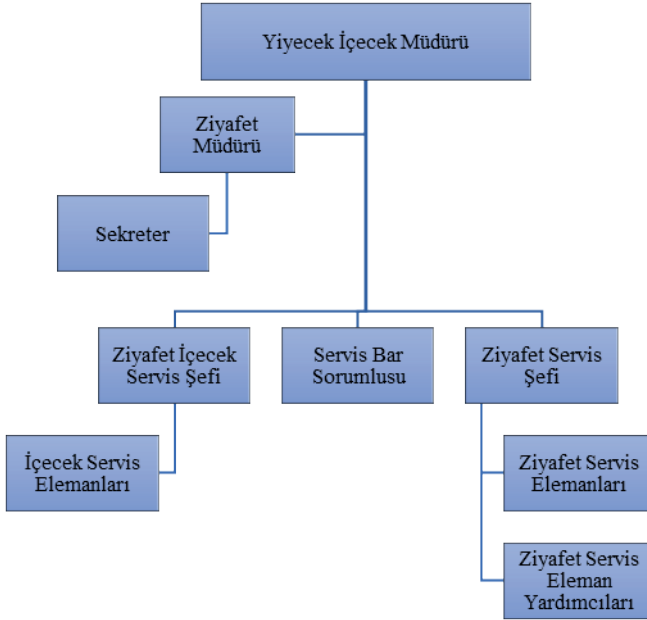
2. Ziyafet Organizasyonlarının Otel İşletmelerinde Yeri ve Önemi

Ziyafet organizasyonları, konaklama işletmeleri bünyesinde iyi gelir kaynağı olarak değerlendirildiği için önemli bir yere sahiptir. Bu yüzden işletme yöneticileri tarafından üzerinde durulması ve iyi bir planlama yapılması gereken bir konudur. Konaklama işletmeleri; bina kurulumu aşamasında planladıkları teknik ve organizasyonel anlamda işlevsel olarak kurdukları ziyafet salonları aracılığıyla yiyecek-içecek hizmeti sunmaktadırlar.

Ayrıca bu işletmeler, yiyecek içecek hizmeti sunmaksızın sadece ziyafet salonlarını kiraya vererek gelir elde edebilmektedir. Her iki organizasyon türünde de gelir elde eden işletmeler bu sayede sektör içerisinde daha iyi tanınmakta ve rakipleriyle daha etkin rekabet şansı bulabilmektedir. Ziyafet organizasyonları aracılığı ile müşteriler tarafından daha iyi değerlendirilen işletmeler, bu organizasyonlar sonucu yeni müşterilerin kazanabilmektedir. Dolayısıyla ziyafet salonlarına sahip konaklama işletmeleri, buldukları sektörde ve çevrede toplumla bütünleşerek, farklı hizmetleri topluma sunma görevini de yerine getirmekte ve halkla ilişkiler çalışmalarını da bu sayede yürütebilmektedir (Hacıoğlu ve Giritlioğlu, 2007).

Konaklama işletmelerinin bünyesinde düzenlenen büyük çaplı ziyafetler, işletmenin en önemli gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Özellikle büyük şehirlerde kurulmuş otellerde düzenlenen ziyafetler, dönemsel olarak oda gelirinden daha fazla kazanç sağlamaktadır. Tesisleşmiş büyük konaklama işletmelerinde ziyafet düzenlenmesi amacıyla mimari ve teknik olarak özel tasarlanmış farklı büyüklükteki salonlar hizmet vermektedir. Konaklama işletmelerinin ziyafet salonu kapasitelerine göre organizasyonun amacı doğrultusunda farklı kapasitelerde yiyecek içecek hizmeti ile beraber ziyafet organizasyonu düzenlenebilmektedir. Mevsim şartları uygun olduğu takdirde ziyafet organizasyonları, tesislerin kapasitelerine göre açık havada da düzenlenebilmektedir. Bu şekilde düzenlenebilen organizasyonlarda, işletme hem kapalı hem de açık alanlarında aynı anda hizmet verebilme imkanına sahip olabilmektedir. Ancak bunun ön hazırlığı, sunumu ve hizmetini organize edebilmek için iyi bir personel yapılanmasına ihtiyaç vardır. Yüksek kapasiteye sahip otellerde ziyafetlerin organizasyonu ve yönetimi, yiyecek-içecek müdürlüğüne bağlı olarak ziyafet müdürünün sorumluluğunda organize edilmektedir. Büyük otel işletmelerinde, ziyafet organizasyonları iyi gelir bırakan faaliyetler olduğu için ziyafet hizmetlerinin profesyonel anlamda satışının yapılması adına deneyimli satış pazarlama personeli istihdam edilebilmektedir. Orta büyüklükte kapasiteye sahip konaklama işletmelerinde ise, restoran ve barların yönetiminden sorumlu olan “Maitre d’hotel” olarak bilinen “Restoran Müdürü” aynı zamanda ziyafet organizasyonlarını da yönetmektedir. Küçük ölçekli ziyafetlerin düzenlendiği küçük konaklama işletmelerinde, organizasyonları işletme sahibi ya da otel müdürü yönetmektedir (Denizer, 2005). Orta büyüklükteki ve küçük işletmelerde ziyafet sözleşmelerine, fiyat politikalarına ve ziyafetlerin uygulama kontrolleri sürecinde otel müdürü de yer alabilmektedir. Ülkemizde ziyafetlerin işletmelerde düzenlenebilme sıklığına bağlı olarak büyük kapasiteli işletmelerde yiyecek içecek hizmetinin sağlanabilmesi için ayrıca “Banket Departmanı” kurulurken, ziyafet organizasyonlarının

belirli zaman aralıklarıyla düzenlendiği işletmeler personel istihdamı için dışarıdan ekstra ziyafet personelini “Part time” olarak çalıştırılabilmektedir. Ziyafet organizasyonunun başarıya ulaşabilmesi için deneyimli ve gerekli donanıma sahip personel istihdamı ile birlikte tüm kademedeki çalışan ziyafet personelinin görev ve sorumlulukları iyi belirlenerek ziyafet organizasyonu planlanmasında hiyerarşik düzen iyi belirlenmelidir. Şekil 1’de konaklama işletmelerindeki ziyafet organizasyonlarında görevli personelin iş akışındaki yeri gösterilmektedir (Aktaş, 2001).



Şekil 1. Ziyafet Personelinin Otel İşletmesindeki Yeri

3. Ziyafet Çeşitleri

Tesisleşmiş konaklama işletmeleri geçmişte sadece geceleme ve yeme-içme hizmeti vermekteyken günümüzde artan rekabet ve tüketiciler tarafından farklı talepler gelmesi üzerine çok çeşitli hizmetlere yönelmişlerdir. Bu hizmetlerin başında ise ziyafetler ve toplantı organizasyonları gelmektedir. Endüstrideki gelişmeler ve toplumdaki değişimler sonucu da, otelin ziyafet salonlarına olan talebi giderek arttırmıştır. Bunlara ilave olarak konum ve mimarisi uygun olan şehir otelleri organizasyonlar için özel salonlar dizayn ederek otellerde sergi ve moda gösterileri gibi organizasyonlara da ev sahipliği yapmaktadırlar. Böylelikle otel işletmesi tam kapasite ile çok zamanlı çalışır hale gelmektedir. Ziyafetler; otellerin restoran, bar, kafe ve lobi alanlarının

haricinde düzenlenen resmi ve özel organizasyonlardan oluşmaktadır. Resmi ve özel organizasyonların çeşitleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Denizer, 2005).

3.1. Çay ve Kahve Ziyafetleri

Genellikle belli bir amaç için bir araya gelmiş derneklerin veya yardım kuruluşlarının oluşturdukları küçük grup toplantıları süresince çay, kahve ve diğer hafif atıştırmalıkların servis edildiği organizasyonlardır. Çay Kahve partileri olarak da isimlendirilen bu ziyafetler; işletmenin kendilerine özel olarak ayrılmış bölüm ya da salonlarda kısa ya da uzun zaman sürebilen belli konuların görüşüldüğü toplantılardır. Toplantı aralarında çay kahve molaları verilebildiği gibi toplantı devam ederken de çay kahve servisi yapılabilen misafirlerin isteği doğrultusunda kuru ve yaş pasta ile çeşitli çörek ve börekler de ikram edilebilen organizasyonlardır (Aktaş, 2001).

3.2. Açık Büfe Ziyafetler

Günümüzde hazırlanan açık büfe ziyafetleri; hafif müzik eşliğinde açılış veya kutlama organizasyonu olarak düzenlenmektedir. Bu tür organizasyonların ilk olarak düzenlendiği yıllarda oturularak yenen bu ziyafetler, günümüzde daha çok ayakta düzenlenmektedir. Açık büfede daha çok porsiyonlanmış tatlı, meyve, soğuk ve sıcak atıştırmalıklar bulunmaktadır. Açık büfeler, salonların orta ya da kenar bölümlerine hazırlanmaktadır. Konukların belli bir düzen dahilinde açık büfeden seçtikleri yemek ya da atıştırmalıkları, salonda bulunan 110 cm yüksekliğindeki bistro masa olarak isimlendirilen kokteyl masalarda sohbet ederek yemektirler. Organizasyon kapsamında servis elemanları tarafından tepsilerle yapılan içecek servisi ile konuklara içecek ikramı yapılmaktadır. Dileyen misafirler ise salonun bir köşesinde yer alan servis bardan içeceklerini temin edebilmektedirler. Açık büfe olarak ayakta düzenlenen bu ziyafetler, ziyafeti sahibi açısından ekonomik, otel yönetimi açısından ise rahat ve pratik olarak düzenlenen organizasyonlardır (Denizer, 2005).

3.3. Amerikan Usulü Ziyafetler

Bu türde gerçekleştirilen organizasyonlar, kongre, seminer ve sempozyum gibi toplantıların aralarında ve bitiminde verilen öğle-akşam yemekleri olarak düzenlenmektedir. Ayrıca yemekli olarak düzenlenen düğün ve nişan organizasyonları da yine bu tür ziyafet sınıflandırmasına dahil olmaktadır. Ziyafet sahibi ile ziyafet müdürü arasında işletme tarafından standart olarak uygulanan menü üzerinde bir anlaşma yapılmakta ve ziyafet sahibinin bütçe ve katılımcı sayısına göre, ziyafet en az üç, en fazla altı sıra yemekten

oluşmaktadır. Ziyafete katılanların sayısı ve yaş dağılımına göre ve ziyafetin yapılış amacına göre değişik tipte masa şekilleri hazırlanmaktadır. Ziyafet sahibinin planlamasına göre ziyafete katılan konuklar, hazırlanan plana göre yerlerine oturmaktadır. Menüdeki yemekler servis kurallarına göre ve sıra ile servis elemanları tarafından daha önce ziyafet mutfağında tabaklanmış yemekler konuklara servis edilmektedir. Amerikan usulü ziyafetlerde, açık büfe ziyafetlere göre daha fazla personele ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü açık büfe servisine göre hem mutfakta hem servis bölümlerinde daha kapsamlı bir hazırlık aşaması olduğundan mutfak ve servis personeli daha planlı ve titiz çalışması gerekmektedir (Sökmen, 2006).

3.4.Kokteyl Usulü Ziyafetler

Kokteyl usulü ziyafetler, firmaların yeni ürünlerini tanıtmaya, herhangi bir kongre ya da seminer için açılış programı için veya bir işletmenin açılışının yapılması gibi farklı amaçlarla organize edilebilmektedir. Kokteyl usulü ziyafetler diğer organizasyon türlerine göre kısa süreli ve düşük maliyetli ziyafetlerdir. Bu tür organizasyonlarda kokteyl hazırlanacak alana 110 cm yüksekliğinde bistro masa olarak isimlendirilen yuvarlak kokteyl masaları yerleştirilir. Organizasyon hazırlığı aşamasında masalara vazo ve canlı çiçekler, kuru yemiş, cips, havuç ve salatalık dilimleri ve küllük yerleştirilir. Servis elemanları tarafından tepsi servisi ile misafirlere içecek ikramı yapılmaktadır. İşletme ile ziyafet sahibi arasındaki anlaşmaya göre menüye konulan atıştırmalıklar tepsi ile servisi yapılmaktadır. Servis elemanları içecek ve atıştırmalık ikramı yaparken servis eleman yardımcıları da konukların masalarındaki bardak ve tabak boşlarını toplayarak misafirlerin daha kaliteli zaman geçirmelerine yardımcı olmaktadır (Aktaş, 2001).

3.5. Protokol Usulü Ziyafetler

Bu tür ziyafetler, devlet büyüklerinin yabancı konuklar için düzenlediği ziyafetler olabildiği gibi devletin kendi içinde düzenlendiği üst düzey yöneticilere de belli bir amaç için düzenlendiği ziyafetlerdir. Aynı zamanda devlet büyüklerinin şehir ziyareti sırasında il protokolünün katılım gösterdiği toplantılar çerçevesinde düzenlenen ziyafet organizasyonları da olabilmektedir. Bu tür ziyafetlerde ev sahibi şehrin yöneticileri tarafından organize edilen ziyafette, bölgenin yöresel tatları devlet büyüklerine sunulmakta ve tanıtılmaktadır. Protokol usulü ziyafetler, Amerikan usulü tabak servisi, Fransız ya da İngiliz usulü servis yöntemleri uygulanmaktadır. Ziyafet organizasyonu resmi ve diplomatik olması nedeniyle, diğer servislere göre daha ciddi bir mutfak ve servis planlaması yapılması gerekmektedir. Özellikle servis sunumlarında görevliler, salon şefi tarafından verilen

komutlar dahilinde salona giriş ve çıkışlarını yapmalıdırlar. Ayrıca hem üretim aşamasında hem servis süresince daha sıkı güvenlik önlemleri gerekli olurken servis hizmeti, protokol ve görgü kurallarına göre yürütülmektedir (Denizer, 2005).

4. Ziyafet Menüsü

Ziyafet, özel bir günün kutlandığı, bir işletme ya da firmanın düzenlediği profesyonel bir toplantıda, devlet kademesinde yabancı misafirlerin ağırlandığında ya da herhangi bir resepsiyon organizasyonunda sunulan yiyecek içecek hizmetlerinin belli kurallar dahilinde düzenli bir şekilde sunulmasıdır. Ziyafetler, belirli bir amaç kapsamında organize edildiği için davete katılan misafirlerin demografik özelliklerine ve katılım amaçlarına göre yemek menüsü seçilmektedir. Bu yüzden düzenlenen ziyafetin içeriğine ve davetli olan kitleye göre menü farklılık gösterecektir. Bu kapsamda ziyafetler, organizasyonun içeriği doğrultusunda ziyafet sahibinin menü, salon ve masa düzeni gibi taleplerini yerine getirebilecek biçimde tasarlanmaktadır. Ziyafet hizmetleri kapsamında konferans, basın toplantısı ya da sergi gibi etkinlikler de yemeksiz olarak organize edilmektedir. Bu tür etkinliklerde ikramlar, çay kahve molası şeklinde verilir ya da toplantı sonrası kokteyl hizmeti şeklinde verilmektedir. Böyle durumlarda menü tasarımı basit ve daha ekonomik olarak dizayn edilmektedir (Yılmaz, 2015). Ziyafet organizasyonlarında tasarımı yapılan menü, ziyafetin verileceği mekân ile ve ziyafetin içeriği ile uyumlu olması gerekmektedir. Ziyafetin çeşidine göre belirlenecek menünün dizaynında belli bir sıralamaya göre hareket edilmelidir. Bu sıralama genel olarak şu şekilde yapılmaktadır. Soğuk başlangıç yemeği (soğuk ordövr) başlangıç yapılarak, çorba, sıcak başlangıç yemeği (sıcak ordövr), ana yemek, ara yemek ve tatlı ile sonlanmaktadır (Maviş, 2005).

Menü sıralaması göz önüne alınarak ziyafet menülerinde menü içeriği önceden planlandığı ve organizasyona bir iki gün ya da saatler kala genellikle değişmesi imkansız olduğu için menü kart tasarımının da ziyafet amacına uygun görsellikte hazırlanması gerekir.

Ziyafet organizasyonlarında konaklama işletmeleri ya da yiyecek ve içecek işletmeleri, ziyafet sahibinin taleplerini karşılayabilecek hizmet üretebilmelidir. Bunun için de önceden planlı bir çalışma yapılmalıdır. Bu kapsamda etkili bir hizmet verebilmek için ziyafet türüne göre menü örnekleri maliyetleri ve satış fiyatları ile birlikte hazır hale getirilmelidir. Bu süreçte değişen piyasa şartları göz önüne alınarak menü fiyatlaması ve menü içeriği belirlenmelidir. Ziyafet organize eden işletmeler, genellikle çok sık değişmeyen menüler kullanmaktadır. Sabit menü kullanımı, işletmeye

hammadde satın alımında, mutfak departmanının üretim süreçlerinde ve servis departmanının ön hazırlık ve sunum süreçlerinde pratik ve ekonomik olarak kolaylık sağlamaktadır. Sabit menü kullanan işletmeler, ziyafet sahibinin istek ve talepleri doğrultusunda menülerinde güncelleme yapabilmekte ya da müşterinin talebine göre yeniden menü planlaması yapabilmektedir. Tabii ki işletmenin sabit olarak sunduğu menü fiyatları ile müşteri isteği doğrultusunda oluşturulan menü arasındaki fiyat farkı oluşacaktır. Bu süreçte ziyafet sahibinin, organizasyon bütçesi belirleyici rol oynamaktadır (Rızaoğlu ve Hançer, 2005).

Yemekli olarak organize edilen etkinlikler; iş, düğün, toplantı, konferans, seminer ve kutlama yemekleri gibi ziyafet etkinlikleri kapsamında yer almaktadır. Düzenlenen bu etkinliklerin bazıları resmî olarak protokol kuralları uygulanırken bazıları ise gayriresmî olarak düzenlenmektedir. Bu kapsamda menüde tercih edilen renk, dekor, yiyecek ve içecekler organizasyonun temasını yansıtmalı ve ziyafetin servis şekli de organizasyonun türüne uygun bir şekilde yapılandırılmalıdır. Bir organizasyon için menü planlaması yapılırken donanım, ekipman, garson, komi ve mutfak görevlilerinin sayısı, hijyen ve gıda güvenliğinin nasıl sağlanacağı, menü de yer alan yiyeceklerin servisinin nasıl yapılması gerektiği önceden planlanmalıdır (Özgen, 2015).

5. Ziyafet Organizasyonlarında Yönetimsel Menü Planlaması

Beslenmek, insanların varlıklarını sürdürebilmeleri için zorunlu bir ihtiyaçtır. İnsanlar gerek günlük hayatlarında gerekse iş çevrelerinde belli bir amaç için sosyalleşme ihtiyacı hissetmektedir. İnsanların sıklıkla katıldıkları toplu yemek organizasyonları sosyalleşme ihtiyaçlarını belli bir oranda karşılamaktadır. Beslenme kültürü ile bağlantılı olan ziyafet organizasyonlarının temelinde ise toplu halde hareket edilen yeme içme faaliyeti bulunmaktadır. Beslenmenin gerçekleştiği her dönemde ve her alanda yiyeceklerin belirli bir sıraya göre tüketildiği görülmektedir. Ziyafet menüleri, etkinliğin amacı doğrultusunda katılım gösteren bireylere belirli bir sıra dâhilinde servisi yapılan birbiriyle uyumlu yemek listesi olarak ifade edilmektedir. (Aktaş ve Özdemir, 2005). Ziyafet menüleri, genel olarak ev sahibi işletme için iki fonksiyonu açıklamaktadır. Bu fonksiyonlardan birincisi organizasyon dâhilinde ihtiyaçların belirlenmesi, ikincisi ise yönetim fonksiyonlarını açısından hedef olarak belirlenen üretim, servis, hizmet standardına uygunluğun sağlanması noktasında ortak hareket edilmesini sağlayan bir araçtır. Ziyafet menülerinin planlanması süreci aynı zamanda işletmeye yönetim anlamında birtakım faydalar sağlamaktadır. Bu faydalar ise; işletme tarafından satın alınması gereken yiyecek ve içeceklerin belirlenmesi, ziyafetin gerçekleştirileceği gün ve saate göre personelin istihdam edilmesi

ve diğer organizasyonlara göre personel yönlendirmesinin yapılması, ziyafet salonu için gerekli teknik araç gereç ihtiyacının giderilmesi ve planlanması, birden fazla ziyafetin organizasyonunun gerçekleşeceği günlerde işletmenin tesis planlamasının yapılması satın alım ve kiralamalarda maliyet kontrol işlemlerini daha pratik hale getirmesi, mutfak departmanının üretim gereklerini belirlemesi, servis departmanının servis ve sunum gereklerini belirlemesi ve işletmenin pazarlama planlamasına yönlendirmektedir (Rızaoğlu,1990).

İşletmeler ziyafet menülerini planlarken belirli bir menü yapısı üzerinden işlemler gerçekleştirebilir. Menü yapısı bir diğer ifade ile menü iskeleti olarak tanımlanmaktadır. Menüde belirlenen iskelet, yemek grupları, ayrılan bütçe, kitlenin demografik özellikleri, beklenti ve ihtiyaçları göz önünde tutularak hazırlanmaktadır. Menü iskeletinin önceden belirlenmesi, menünün planlanması aşamasında ciddi pratiklik ve ekonomiklik sağlamaktadır. Bu kapsamda iyi planlanmış bir menü; etkinliğe katılan kitlenin yeterli ve dengeli beslenmesini sağlar, organizasyona katılan bireylerin psikolojik ve biyolojik doyumunu sağlar, yemek artıklarının oluşmasını engeller ve her türlü hammadde alımında maliyeti kontrol altına alır, mutfak ve servis departmanlarında çalışan personelin huzurlu olmasını sağlar ve önceden planlanmış etkinlik sayesinde satın alma kolaylaşır ve daha ekonomik bir süreç sağlaması gibi operasyonel anlamda faydalar sağlamaktadır (Beyhan ve Cığırım, 1995).

Yiyecek içecek endüstrisindeki her işletme de olduğu gibi ziyafet organizasyonu düzenleyen işletmelerde de Ziyafet menüsü planlanırken birçok faktör etki etmektedir. Bu faktörleri iki grupta ele almak mümkündür; birincisi tüketici veya müşteri açısından değerlendirmedir. Bu değerlendirmede ele alınan başlıklar ise besin gerekleri ve kitlenin beslenme alışkanlıklarıdır. İkinci ise işletme açısından değerlendirmedir. Bu değerlendirmede ise bütçe, işletme karlılık oranı, piyasa şartları, hizmet şekli, fiziksel olanaklar ve personel istihdamıdır.

Ziyafet sahibi ve onun misafirlerinin besin gerekleri ve kitlenin beslenme alışkanlıkları açısından öncelikle kitlenin çok iyi tanınması gereklidir. Çünkü insanlar alışık oldukları yemekleri daha çok tüketme eğilimindedirler. Örneğin yapılan organizasyondaki yaş ortalaması ve hangi amaç için organizasyon yapılacağı durumları iyi tespit edilmesi gerekmektedir. Bu tespit sayesinde kitlenin beslenme alışkanlıkları daha net belirlenmektedir. Ziyafet organizasyonu düzenleyen işletmeler, menülerini planlarken aynı zamanda kitlenin etnik ve kültürel durumları ile dini faktörlerini de iyi analiz etmelidir. Bir yiyecek ve içecek işletmesi, düzenleyeceği organizasyonun

başarıya ulaşmasındaki birinci kriterin tüketiciyi memnun olarak işletmeden ayrılmasını sağlamak olduğu unutulmamalıdır (Denizer, 2005).

İşletmenin şekil ve amacı, öncelikle düzenlenmesi planlanan organizasyona ev sahipliği yapabilecek yeterlilikte olmalıdır. Bu yeterliliğe sahip bir işletme daha sonraki süreçte menü planlamasına geçmelidir. Hazırlanan ziyafet menüleri işletme içerisinde hangi ürünlerin ne şekilde sunulacağını gösteren listelerdir. Bu bağlamda hazırlanan menülerin işletmenin amaç ve hedeflerine uygun şekilde planlanması gerekmektedir. Müşteri ve işletmenin karşılıklı çıkarları göz önüne alınarak menü planlaması yapılmalıdır. Örneğin ziyafet sahibinin isteği doğrultusunda menüye yer almasını istediği ürün, işletme tarafından karlılık politikasının dışında bir satın alma gerçekleşeceği düşünülürse o ürünün menü de yer alması, işletmenin karlılık politikasını olumsuz etkileyecektir. Bu açıdan bakıldığında işletme karlılık hedefleri doğrultusunda temin edilebilecek ürünlerin yer aldığı alternatifli menüler hazırlanmalı ve müşteriye bu alternatifler sunulmalıdır. Hem müşterinin hem işletmenin bütçesi doğrultusunda menüler güncellenebilmelidir (Sterling ve diğerleri, 1996).

İşletmenin bulunduğu bölgenin yapısı ticari anlamda başarıya ulaşmada belirleyici faktördür. Çünkü işletmenin bulunduğu konumun mevsimsel şartları yiyecek içecek piyasasını etkilemektedir. İşletmeler kolay ve ekonomik anlamda ulaşabileceği ürünleri menülerinde yer vermeye çalışmaktadır. Çünkü bazı mevsimlerde bazı yiyeceklerin bulunması daha kolay ve maliyeti daha düşük olmaktadır. Bunlar göz önünde bulundurulduğunda içinde bulunulan piyasayı iyi tanımak ve menüleri hem piyasa hem de müşteri istek ve taleplerine göre göre planlamak gerekmektedir.

İşletmenin fiziksel altyapısı ve teknik donanımı da menünün planlaması ve organizasyon çeşidinin uygulanabilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Bir menü ait olduğu işletmenin fiziksel yeterliliğini, mutfak ve servis departmanlarında kullanılan araç gereçleri ve ekipmanları belirlemektedir. İşletmenin uygun olan salonları için yeterli ve uygun araç gereç ve ekipmanla hazırlanabilecek en doğru alternatifli menüler listede yerini almalıdır. İşletme kabiliyetleri ve yeterlilikleri noktasında başarıya ulaşabileceği menüleri planlayarak müşterilerine sunmalıdır (Sönmez, 2008).

Bir yiyecek ve içecek işletmesinin bünyesinde düzenlenen ziyafet organizasyonları, işletmenin kuruluş tipi, konumu ve mimarisine göre değişmektedir. Bu değişikliğe bağlı olarak işletme bünyesinde düzenlenen etkinliğin servis şekli de değişmektedir. Menü de yer alan yemek seçimlerine göre servis şekli planlaması yapılacağından, seçilecek menünün servisi hem işletme konumuna hem de servis departmanının operasyonel anlamda başarılı

olacağı bir servis şekline göre seçilmelidir. Sunum şekli, işletme için uygun olmayan menüler seçilmemelidir. Sunum için gerekli ekipmanın daha önce temin edilmesi, operasyonun başarısı açısından önemlidir. Aynı zamanda servis şekline uygun menü seçimi yapılırken, menü de yer alacak ürünlerin servisini yapabilecek yeterlilikte personel istihdam edilmesi ya da extra olarak personel ayarlamasına gidilmelidir. Bir organizasyon için belirlenen menünün kaç sıradan oluştuğu ve bu sıralamanın kaç personel tarafından servis edilmesi gerekliliği iyi analiz edilmelidir. İşletme bu analize göre personel istihdamını organize etmelidir. İşletmenin kendi politikası doğrultusunda başarılı bir organizasyon yönetebilmesi ve aynı zamanda ziyafet sahibinin ve katılımcıların istek ve taleplerini en iyi derecede karşılayabilmesi için menü planlamada önemli rol oynayan faktörlere azami ölçüde dikkat etmelidir (Sökmen, 2006).

6. Ziyafet Organizasyonlarında Operasyonel Menü Planlaması

İşletme ve misafir tarafından önceden belirlenen ziyafet menüsü, işletmelerin planlama ve operasyon aşamasında kolaylık sağlamaktadır. Bu sürecin planlanma, ziyafeti organize eden işletmelerin hangi ürünlerin satın alınarak ne tür yiyeceklerin hazırlanıp servis edileceğine yönelik faaliyetleri içerir. Ziyafetin menüleri aynı zamanda otel işletmelerinin hizmet pazarlaması rolünü de üstlenerek işletmenin imajını yansıtmaktadır. Ziyafet organizasyonunun düzenlendiği otel işletmesinin, konumu, salonların ulaşılabilirliği, salon dekorasyonu ve iç atmosferi, ziyafet menülerinde yer alan yemeklerin isimleri, fiyatı, servis türü ve kullanılan servis ekipmanları işletmeyi tercih etmek isteyen potansiyel müşterilere bilgi vermektedir. Çünkü başka bir davet için o işletmede bulunan misafirler, gelecekte kendi organizasyonları için o anki hizmeti ve süreci izleyerek değerlendirmektedir. Dolayısıyla ziyafet organizasyonlarındaki her aşamanın kalitesi, potansiyel müşteriler tarafından değerlendirilecek ve sonrasında memnuniyet sağlandığında davetli olarak katılan bir misafir gelecekte işletmenin potansiyel müşterisi olabilecektir (Sezgin ve diğerleri, 2015).

Bu yüzden tüm aşamalar çok iyi planlanmalıdır. Bu süreçte ziyafet menüleri hedef pazara göre belirlenmelidir. Ancak hedef pazar dışında bir müşteriden talep gelmesi durumunda ise ziyafet sözleşmesi yapılırken ziyafet sahibi ile menü çalışması yapılmalıdır. Eğer tüm bu çalışmalar önceden planlı bir şekilde yapılmazsa, organizasyonun başarıya ulaşması mümkün olmayacaktır. Ziyafet menülerinde yer alan yemekler hem müşterileri mutlu edecek şekilde planlanmalı, hem de işletmenin kar hedeflerini gerçekleştirebilecek düzeyde olmalıdır (Uysal 1994). Ziyafet menüleri hem misafirleri hem de işletmeyi memnun edebilmenin yanında kitlenin beslenme alışkanlıklarına da hitap

ederek dengeli beslenmeyi ve günlük kalori ihtiyacı doğrultusunda gereksinim olan besin öğelerini de destekleyici bir menü olabilmelidir. Geçmişten bu yana klasik olarak uygulanan ziyafet menülerinde hemen hemen on dört sıradan oluşan bir yemek sıralaması görmek mümkündür. Ancak günümüzde insanların organizasyonlardan beklentileri, beslenme alışkanlıkları, günlük hareketlilik ve egzersiz farklılıkları, yoğun iş temposu içerisinde ziyafet organizasyonlarına zaman ayırabilme durumları değişim gösterdiği için aynı zamanda ziyafetlerin gelir seviyesi yüksek olan kitlelerin haricinde orta gelirli kitleler tarafından da talep görebilmesi için eskiden uygulanan hemen hemen on dört sıradan oluşan klasik ziyafet menülerindeki yemek sıralaması yerini daha az sıralamadan oluşan modern ziyafet menülerine bırakmıştır. Protokol ziyafet organizasyonlarında menüde yer alan yemekler en fazla altı sıradan oluşmaktadır. Ziyafetin türü ve amacına göre üç, dört ve beş sıradan oluşan ziyafet menüleri de uygulanabilmektedir. Tablo 1.'de klasik ve modern ziyafet menü sıralaması yer almaktadır (Denizer, 2003).

Tablo 1. Klasik ve Modern Ziyafet Menü Sıralaması

Klasik Ziyafet Menüsü	Modern Ziyafet Menüsü
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Soğuk Ordövr ✓ Çorba ✓ Sıcak Ordövr ✓ Balık ✓ Ana Yemek ✓ Ara Sıcak ✓ Ara Soğuk ✓ Şerbet ✓ Kızartma ve Salata ✓ Sebze Yemeği ✓ Soğuk Tatlı ✓ Sıcak Tatlı ✓ Peynir Tabağı ✓ Tatlı / Meyve 	<p>Üç Sıra Ziyafet Menüsü</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Çorba ✓ Ana Yemek ✓ Meyve / Tatlı
	<p>Dört Sıra Ziyafet Menüsü</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Çorba ✓ Ana Yemek ✓ Ara Yemek ✓ Meyve / Tatlı
	<p>Beş Sıra Ziyafet Menüsü</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Çorba ✓ Sıcak Ordövr ✓ Ana Yemek ✓ Ara Yemek ✓ Tatlı / Meyve
	<p>Altı Sıra Ziyafet Menüsü</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Soğuk Ordövr ✓ Çorba ✓ Sıcak Ordövr ✓ Ana Yemek ✓ Ara Yemek ✓ Tatlı / Meyve

Kaynak: (Denizer, 2003)

Modern ziyafet menülerinde yer alan yemekler Tablo 1’deki sıra dâhilinde şu şekilde açıklanabilir.

- **Soğuk Ordövrler:** Modern ziyafet menü sıralamasında ilk sırada yer alan soğuk ordövrler kapsamında; mevsimsellik kriterine göre zeytinyağlı yemekler, dolmalar, sarmalar ve salatalar olabildiği gibi havyar, karides ve istakoz gibi deniz ürünlerinden hazırlanan bir yemekler bulunmaktadır. Soğuk ordövr tabağı porsiyon durumuna göre hazırlanan ürünler zeytinyağlı enginar sunumu gibi tek büyük parça halinde sunulacağı gibi zeytinyağlı üçlüsü olarak sunulan ordövr tabakları gibi de birden fazla ve birbiriyle uyumlu ürünlerin yer aldığı küçük porsiyonlar halinde de sunulabilir.



Şekil 2. Örnek Soğuk Ordövr Tabağı (Deniz Mahsulleri)

Kaynak: Anonim 1

- **Çorbalar:** Modern ziyafet menülerinde çorbalar farklı sıralamalarda yer almaktadır. Çorbaların ziyafet menülerinde farklı sıralamaları tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Modern Ziyafet Menülerinde Çorbaların Sıralaması

Örnek-1	Örnek -2	Örnek-3
✓ Çorba	✓ Soğuk Ordövr	✓ Çorba
✓ Ana Yemek	✓ Çorba	✓ Sıcak Ordövr
✓ Ara Yemek	✓ Ana Yemek	✓ Ana Yemek
✓ Meyve / Tatlı	✓ Meyve / Tatlı	✓ Meyve / Tatlı

Kaynak: (Denizer, 2003)

Çorbalar, ziyafet menüsü oluşturulurken mevsimsel şartlar göz önüne alınarak planlanmaktadır. Genellikle kış aylarında ve soğuk bölgelerde yapılan organizasyonlarda çorba menüde tercih edilmektedir. Ziyafet menüleri oluşturulurken tüm yemek sıralamasında olduğu gibi çorbalar planlanırken ziyafetin süresi, katılımcı demografik özellikleri, beslenme alışkanlıkları, sunum şekli ve zamanlaması oldukça önemlidir. Çünkü çorbalar menülerde hazırlanışı ve sunumu en kolay yemek olarak görünse de, çorbanın pişirildikten sonra servis için bekleme süresi uzun olursa çorbanın yapısında olumsuzluk yaşanabilir. Modern ziyafet menülerinde kremalı mantar ve domates çorbası, brokoli çorbası, şehriyeli ya da kremalı tavuk çorbası ve balık çorbası gibi çorbalar olabildiği gibi Fransız soğan çorbası ve İtalyan minestrone gibi bir ülkeyi temsil eden çorbalardan da oluşabilir (Denizer, 2003).



Şekil 3. Örnek Çorba Tabakı (Enginar Çorbası)

Kaynak: Anonim 1

- **Sıcak Ordövrler:** Modern ziyafet menülerinde sıcak ordövrlerin farklı sunum sıralaması bulunmaktadır. Literatürde “ara yemek” ve “ara sıcak” olarak da tanımlanan sıcak ordövrler bazı işletmelerde ana yemekten önce servis edildiği gibi bazı işletmelerde ise ara yemek veya ara sıcak olarak sunulmaktadır. Sıcak ordövrlerin modern ziyafet menülerinde farklı sıralamaları Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3. Modern Ziyafet Menülerinde Sıcak Ordövr Sıralaması

Örnek-1	Örnek -2	Örnek-3
✓ Çorba	✓ Soğuk Ordövr	✓ Soğuk Ordövr
✓ Sıcak Ordövr	✓ Çorba	✓ Çorba
✓ Ana Yemek	✓ Sıcak Ordövr	✓ Ana Yemek
✓ Ara Yemek	✓ Ana Yemek	✓ Ara Yemek
✓ Meyve / Tatlı	✓ Meyve / Tatlı	✓ Meyve / Tatlı

Kaynak: (Denizer, 2003)

Ziyafet menülerinde sıcak ordövr olarak sunumu ve hazırlığı pratik olan ürünler tercih edilmektedir. Çünkü bazı sıcak ordövrler Fransız servisi kapsamında maşa servisi ile sunumu gerçekleştirilmektedir. İşletme ve misafirin istedi doğrultusunda daha kapsamlı ve göze hitap edebilen sıcak ordövr tabaklarının da servis edilmesi mümkündür. Bu kapsamda işletme ve misafirin görüşleri doğrultusunda sıcak ordövr tabakları hazırlanarak İngiliz servis yöntemi tercih edilmektedir. Mutfakta hazırlanan sıcak ordövr tabakları bir sıra dahilinde servis tepsisi ya da servis araba ile servisi yapılmaktadır. Sıcak ordövr olarak sunulan ürünler başlıca şöyledir; sigara böreği, muska böreği, sebzeli krepler, kroket çeşitleri, sebzeli sufle çeşitleri, kokteyl sosis, kaşar pane, tavuk kanadı ızgara, Arnavut ciğeri, mitite köfte servis edilebildiği gibi deniz ürünlerinden olan karides güveç, kalamar tava ve midye tava gibi ürünlerde tercih edilebilir (Sökmen, 2006).



Şekil 4. Örnek Sıcak Ordövr Tabakı (Mantarlı Tavuklu Volovan)

Kaynak: Anonim 1

- **Ana Yemekler:** Otel işletmelerinin ziyafet menülerinde yer alan yemeklerin en önemlisi unsur ana yemeklerdir. Çünkü ziyafet menüsü oluşturulurken önce ana yemek belirlenir daha sonra ana yemek garnitürü ve menüyü oluşturan diğer ürünler yerleştirilir. Modern ziyafet menüleri en az üç sıradan, en çok altı sıradan oluşmakta ve bu sıralamada ana yemeksiz bir menü kesinlikle düşünülemez (Beyhan ve Cigirim 1995). Modern ziyafet menülerinde sıralamaya göre ana yemekler iki, üç ve dördüncü sırada yer alabilmektedir. Modern ziyafet menülerinde farklı menü sıralaması Tablo 4'de gösterilmiştir (Özgen, 2015).

Tablo 4. Modern Ziyafet Menülerinde Ana Yemek Sıralaması

Örnek-1	Örnek -2	Örnek-3
✓ Çorba	✓ Soğuk Ordövr	✓ Soğuk Ordövr
✓ Ana Yemek	✓ Çorba	✓ Çorba
✓ Meyve / Tatlı	✓ Sıcak Ordövr	✓ Ana Yemek
	✓ Ana Yemek	✓ Ara Yemek
	✓ Meyve / Tatlı	✓ Meyve / Tatlı

Kaynak: (Denizer, 2003)

Ana yemekler kırmızı et, beyaz et, av hayvanları eti ve balıklardan oluşabilir. Ana yemeklerde kullanılan et, farklı pişirme teknikleriyle hazırlanarak menü planlamasında diğer ürünlerin belirlenmesi sürecinde üretim anlamında ve sunumda kolaylık sağlarken misafirlere sunulması açısından ise alternatif tercihler sunmaktadır. Ancak ana yemeklerin çok farklı et çeşitleri ile hazırlanabilir olması menü planlaması aşamasında, birçok tercihli menünün oluşturulmuş olması da satın alma, teslim alma, depolama ve maliyet kontrol gibi süreçlerin yönetimini zorlaştırmaktadır (Ninmeier 1995).



Şekil 5. Örnek Ziyafet Ana Yemek Tabağı (Fırın Kuzu- Kuşkonmaz)

Kaynak: Anonim 1

Ziyafet mönülerinde ana yemek belirlenirken mutfaktaki ekipmanların yeterliliği, personelin deneyimi ve pişirme yöntemleri de değerlendirilmelidir. Ziyafet organizasyonu küçük gruplara yönelik ise, ana yemek ızgara ya da tava yemeği tercih edilebilir. Ancak ziyafet organizasyonu çok katılımlı bir gala yemeği ya da bir düğün organizasyonu ise ziyafet menüsü ana yemeği için bir fırın pişirme yönteminin seçilmesi daha uygulanabilir ve başarıya odaklı bir seçim olur (Denizer, 2002).

- **Ara Yemekler:** Modern ziyafet menülerinde ara yemekler, ana yemek ile tatlı/meyve arasında servis edilmektedir. Günümüzde ana yemekten sonra servis edilen en tanınmış ara yemek peynir tabağıdır. Türkiye’de menülerde çok yer almamış olsa da uluslararası mutfaklarda pate ve galantin çeşitleri ara yemek olarak servis edilmektedir.



Şekil 6. Örnek Ara Yemek Tabağı (Mozarella Tabağı)

Kaynak: Anonim 1

- **Tatlılar/Meyveler:** Ziyafet organizasyonlarında menü sıralaması kaç olursa olsun tatlı ya da meyve kesinlikle menüde yer almaktadır. Menü sıralamalarında tatlı ve meyveler her zaman en son sırada yer alırlar. Tatlılar ve meyvelere yönelik ürün temini, ön hazırlığı, sunumu pratik olmaktadır. Aynı zamanda ziyafet menüleri içerisinde maliyeti düşük ve yüksek gelir getiren bir seçenek olduğu için neredeyse tüm ziyafet menülerinde yer alır. Hazırlanan ürünler, sütlü tatlı tabağı olarak farklı alternatifli küçük dilimler halinde sunulacağı gibi kase ya da kuplarda tek porsiyon olarak da sunulabilir. Bunun seçiminde yine katılımcı sayısı kriteri önemlidir. Hızlı ve pratik olarak tabaklanması yapılabilen tatlılar genelde yüksek katılıma sahip organizasyonlarda tercih edilir. Daha küçük gruplarda sunum ve servisi daha özellik gerektiren tatlı tabakları hazırlanabilir (Özgen, 2015).



Şekil 7. Örnek Tatlı Tabağı (Dondurmalı Minipasta)

Kaynak: Anonim 1

- Ziyafet menülerinde Türk mutfağına yönelik tatlı menülerinde; mevsime şartlarına uygun ve kolay hazırlanıp servis süresine kadar bekletilmesi halinde ürün formunda herhangi bir olumsuzluk yaşatmayacak ürünler olan sütlaç, krem karamel, krem şokola, şekerpare, revani, kaymaklı ekmek kadayıfı, baklava ve dondurma çeşitleri ile meyve çeşitleri gibi hafif tatlılar da servis edilir (Özgen, 2015).

7. Otel İşletmelerinde Ziyafet Menü Hazırlanırken Dikkat Edilmesi Gerekenler

Ziyafetlerde hedeflenen başarıya ulaşabilmek için, iyi bir planlama ve organizasyon en önemli faktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Başarıyla aynı zamanda misafirlerini üst düzey memnuniyet hedefiyle hareket edilerek organize edilen ziyafetler için yiyecek içecek hizmetleri departmanının kendi iç dinamikleri arasındaki iletişim kadar otelin diğer departmanları ile de iyi bir koordinasyon sağlanmalıdır. İşletmedeki tüm departmanların aynı amaç için ortak hareket etmesi hizmet kalitesinin istenen düzeyde sağlanması açısından oldukça önemlidir.

Menü planlaması sürecinde yiyecek içecek departmanındaki yetkili kişi ya da kişilerin hedef kitlenin beklenti, istek, beslenme alışkanlıkları, enerji gereksinimleri ve yaş ortalamalarını bilerek ya da tespit ederek iyi bir planlama süreci yönetmelidir. Bu faktörlere ilave olarak ziyafetin amacı ve ziyafetin gerçekleştiği mevsim zamanlamasına göre de gerekli düzenlemeler yapılmalıdır. Tüm bu kriterler genel anlamda tüm işletmeler tarafından ziyafet menüsü planlanırken dikkat edilmesi gereken ve misafir kitlenin

değişken durumuna göre özel önlem alınması gereken konulardır (Şengel ve diğerleri, 2014).

Her ziyafet organizasyonuna göre özel olarak belirlenmesi gereken şartların haricinde, genel anlamda ziyafet menüleri planlaması sürecinde menü içeriğinde dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bu hususlar ise; işletmenin hedef karlılığı ve imajı doğrultusunda menü planlanmalı, bulunması ve satın alınması güç olan malzemelerden kaçınılmalı, menü oluşturulurken tüm sıralamalarda mevsime uygun sebze ve meyveler seçilmeli, menü hazırlarken dengeli beslenmeye ve misafir kitlenin günlük kalori ihtiyacı dikkate alınmalı, menü hazırlanırken mutfak personelinin bilgi ve deneyimi dikkate alınmalı, mutfaktaki ekipmanlar ve araç-gereçler göz önünde bulundurulmalı, hazırlanan menüye uygun servis sunum araç gereçleri göz önünde bulundurulmalı, menüyü oluşturan yemeklerin pişirme yöntemlerinin farklı olmasına dikkat edilmeli ve aynı pişirme yöntemiyle yapılan yemekler arka arkaya gelmemelidir. Özellikle garnitür olarak hazırlanan yiyeceklerin mutfak personelinin en güzel hazırladığı yemeklerden seçilmesine çalışılmalı, menüde yer alan yemeklerin uyumuna dikkat edilmelidir. Örneğin; domates çorbasında sonra “Macar Gulaş” verilmemelidir. Zeytinyağlı sebze yemeklerinin yanına etli sebze yemekleri verilmemelidir. Pilavların yanına etli dolmalar ve sarmalar verilmemelidir. Benzer yiyeceklerin tekrarından kaçınılmalıdır. Ziyafetlerde yağlı ve ağır yemeklerin yerine daha hafif yemekler menüye yerleştirilmelidir. Yazın hazırlanan menüler, kış menülerine göre daha hafif olmalıdır. Garnitürler ana yemeklerin kalitesine uygun olmalıdır. Menülerde önceden hazırlanıp bekletilebilen ve uygun pişirme yöntemi seçilerek yapılan yemekler yer almalıdır (Denizer, 2003).

SONUÇ

Ziyafet, özel bir günün kutlandığı, bir işletme ya da firmanın düzenlediği profesyonel bir toplantıda, devlet kademesinde yabancı misafirlerin ağırlanması ya da herhangi bir resepsiyon organizasyonunda sunulan yiyecek içecek hizmetlerinin belli kurallar dahilinde düzenli bir şekilde sunulmasıdır. Turizm endüstrisinde yer alan konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek işletmelerinin farklı kapasite ve özellikteki örneklerinde gerçekleştirilen ziyafet organizasyonları işletmeler için oldukça önemli bir konumdadır. Özellikle konaklama işletmeleri için iyi bir gelir kaynağı olan ziyafet organizasyonları, işletmelerin karlılık hedeflerine oldukça kolay ulaşmalarını sağlamakta ve sonuç olarak bu süreç ile birlikte extra personel istihdam edilmekte ve ürün satın alma miktarlarında da artış olduğu için üretici ve perakende firmaları da bu gelişimden paylarını almaktadırlar. Yiyecek içecek

işletmeleri ise zaten kuruluş amaçları olan insanların yeme içme ihtiyacını gidermenin yanında kuruluş felsefesi doğrultusunda gerekli donanım ve mimariye sahip işletmeler, kendi bünyesinde özel bir alan oluşturarak misafir kitlenin farklı amaçlarla bir araya gelmesini ve aynı zamanda da yemek yemelerini sağlayabilmek için işletmelerini bu şekilde yönetmektedirler. Tabii ki hem otel hem de yiyecek içecek işletmeleri farklı türde misafir kitlesine aynı anda hizmet sağlayabilmek ve memnun edebilmek için önceden belli konular üzerinde ciddi çalışmalar yapmalıdır. Hem yönetsel anlamda hem de hizmetin sağlandığı departmanlardaki operasyon anlamında işletme içerisinde bir amaç birliği çerçevesinde hareket edilmelidir. Tüm yetki ve sorumluluk kademesindeki personel görev ve yetkilerini iyi bilmelidir.

Ziyafet düzenlemek isteyen misafir, ev sahibi olarak kendi katılımcı kitlesine göre işletme ile tüm detayları görüşerek ortak hareketle ziyafet planlaması yapılmalıdır. Ziyafet sahibi katılımcı özelliklerini ve ziyafetin amacını işletmeye bildirerek salon ve menü planlamasında gereken sınırlandırma ve alternatifler tespit edilmelidir. Günümüz modern ziyafet menüleri en az üç en fazla altı sıradan oluşmaktadır. Ziyafet menüsü operasyonel olarak yiyecek içecek departmanı ve pazarlama bölümüyle ortak amaç üzerinde çalışılarak belirlenir. Bu süreçte katılımcıların beslenme alışkanlıkları, günlük enerji ihtiyaçları, özel istek ve beklentiler, katılımcı yaş ve cinsiyet dağılımları gibi değişkenler dikkate alınarak işletme karlılık hedefleri doğrultusunda işletmenin imajına uygun ziyafet menüleri planlanarak misafirlerin memnuniyetine sunulmalıdır. Aynı zamanda ziyafet menüleri planlanırken operasyonda görevli mutfak ve servis elemanlarının sayısı ve deneyimleri de planlama sürecinde dikkat edilmesi gereken bir diğer konudur. Sonuç olarak bir otel işletmesinde ziyafet menüsü planlanırken otel tüm departmanları amaç birliği çerçevesinde hareket ederek misafir memnuniyetini sağlamalıdır. Çünkü işletmenin yaptığı her ziyafet organizasyonu, işletmenin bir reklam aracı rolünde olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, Ahmet. (2001). Ağırhlama Hizmetlerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aktaş A, & Özdemir B. (2005). Otel işletmelerinde Mutfak Yönetimi Ankara: Detay Yayıncılık.
- Anonim1. <https://www.istockphoto.com/tr/collaboration/boards/LwS8y7MReUueYf75hduVLQ>
- Beyhan, Y. ve Cigirim, N. (1995). Toplu Beslenme Sistemlerinde Menü Yönetimi ve Denetimi. Ankara: Kök Yayıncılık
- Denizer, D. (2002). Yiyecek-İçecek Hizmetleri. Ed.: Fermani Maviş, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayını, (755).
- Denizer, D. (2003) Otel işletmelerinde Ziyafet Mönülerinin Planlaması Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 33-44.
- Denizer, D. (2005). Konaklama İşletmelerinde Yiyecek ve İçecek Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. ve Giritlioğlu, İ (2007), “İstanbul Bölgesindeki Mutfak Yöneticilerinin Menü Planlamasına Bakış Açılarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”, I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler, 4-5 Mayıs, Antalya. 62-72.
- Maviş, F. (2005). *Mönü Planlama Tekniği*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları No 1614
- Ninemeier, D. Jack. (2010). Management of food and beverage operations. 5th ed. Michigan: American Hotel & Educational Institute.
- Özgen, I. (2015). *Menü Planlama*, Tramep: Boğaziçi Üniversitesi
- Rızaoğlu, B. (1990). “Genel Pazarlara Yönelik Ticari Yiyecek-İçecek Tesislerinde Bir Yönetim Aracı Olarak Menü Planlama ve Geliştirme”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Rızaoğlu, B., ve Hançer, M. (2005). Menü ve yönetim. (1. Basım). Ankara: Detay
- Sökmen, A. (2006) Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği (3.baskı), Ankara: Detay Yayıncılık
- Sönmez, R. (2008). 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinde banket (ziyafet) hizmetleri yönetimi (Ankara ilinde bir uygulama) (Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Sezgin, M., Zerenler, M. ve Karaman, A. (2008). Otel işletmelerinin Menü Planlamasında Yaratıcılık, Yenilikçilik, Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyoekonomi* 2.129:142.

Sterling Leon and Others (1996), "The Role of Common Sense Knowledge in Menu Planning", *Expert Systems With Applications*, Vol.11 Issue: 3, 301-308.

Şengel, Ü., Işkın, M. ve Zengin, B. (2014). Catering İşletmelerinde Menü Planlamasını Etkileyen Faktörler: Lider Catering Örneği, 12. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, 30 Ağustos- 06.Eylül 2014, Kazan. Tataristan (Rusya Federasyonu). 1-10.

Uysal, Ö. Ö. (1994). *Yiyecek Yönetiminde Temel İlkeler*. Eskişehir.

Yılmaz, Y (2015). *Otel ve Yiyecek işletmelerinde ziyafet organizasyonu ve yönetimi* Ankara: Detay Yayıncılık