

Tüketiciler Açısından Menü Tasarımında Önemli Kriterlerin Belirlenmesi

Gülistan SEZGİ*

Menek e CÖMERT**

Özet

Bilinçlenen ve dışarıda yeme-içme alışkanlığı edinen insanlar sayesinde yiyecek içecek sektörüne verilen önem artmıştır. Tüm bu gelişmeler işletmelerde hazırlanan menülerin önemini arttırmıştır. Beslenme bilincinin artması ile menünün planlanması ve tasarlanması daha da önem kazanmaya başlamıştır. Bu araştırmanın amacı; tüketiciler açısından menü tasarımında önemli olan kriterlerin belirlenmesidir. Araştırmanın evrenini Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesinde öğrenim gören 2133 öğrenci oluşturmaktadır. Evrenin tamamına ulaşmak güç olacağı için örneklem hesaplama yolu tercih edilmiştir ve 287 öğrenciye anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Araştırmanın verileri SPSS 16.0 İstatistik paket programına aktararak analiz edilmiştir. Kategorik değişkenler sayı ve yüzde olarak, sürekli değişkenler ortalama \pm SD olarak sunulmuştur. Tanımlayıcı özelliklere göre menü tasarımına verilen önemin değerlendirilmesinde ikiden fazla grubun karşılaştırıldığı durumda "tek yönlü Varyans analizi (one way ANOVA)", iki grubun karşılaştırıldığı durumlarda ise "bağımsız gruplarda t-testi" kullanılmıştır. Tüm analizlerde istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0.05$ olarak belirlenmiştir. Araştırma sonucunda tüketicilerin menü tasarımına ilişkin algı puanları cinsiyet ve bölümlerine göre değerlendirildiğinde gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmüştür ($p < 0,05$). Tüketicilerin menü tasarımına ilişkin algı puanları doğum yeri değişkenine göre değerlendirildiğinde ise gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık görülmemiştir ($p > 0,05$).

Anahtar Kelimeler: Menü, Menü Tasarımı, Tüketici Tercihi

The Important Factors of Menu Design From The Consumers' Point of View

Abstract

Thanks to the people who are become conscious and get in the habit of eating and drinking outside, the significance is given to the food and beverage industry has increased. All these progression have increased the significance of the prepared menus in services. With the development of perception and knowledge of nutrition, the awakening of public designing and planning of the menu has started to come into more prominence. The purpose of this study; is to determine the significant criteria in the design of menu for consumers. The population of the study constitutes the 2133 students study in Gazi University the Faculty of Tourism. Because it is hard to reach the entire universe, the way of calculation sample is

* Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, gulistansezgi@gmail.com

** Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi Ve Mutfak Sanatları Bölümü, Ankara, meneksecmert@gazi.edu.tr

preferred and by using the questionnaire techniques on 287 students. The data of survey have been analyzed by transferring to the SPSS 16.0 Statistic Packaged Software. Categorical variables were presented as number and percentage, continuous variables were presented as average \pm SD. One Way Anova analysis was used in comparing of three or more groups for comparison of menu design scores according to descriptive attributes, and t-test for independent groups was used for two groups' comparison. The difference has been found meaningful statistically within all analysis as $p < 0.05$. When all consumers were assessed according to gender and section variables meaningful statistical differences were observed ($p < 0.05$) between groups along menu design perception scores. When consumers were analyzed according to their birthplace variable no meaningful differences were observed ($p > 0.05$) among groups for menu design perception scores.

Key Words: Menu, Menu Design, Consumer Preference