

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Gastronomi Anabilim Dalı

Gastronomi Bilim Dalı

**RESTORAN ÇALIŞANLARININ VEGAN -
VEJETARYEN BESLENMEYLE İLGİLİ BİLGİ
DÜZEYLERİ VE TUTUMLARININ ÖLÇÜLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Yüksel YILMAZ

Danışman

Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK

İstanbul, 2021

TEZ TANITIM FORMU

YAZAR ADI SOYADI :Yüksel YILMAZ

TEZİN DİLİ :Türkçe

TEZİN ADI :Restoran Çalışanlarının Vegan -Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi

ENSTİTÜ :İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ANA BİLİM DALI :Gastronomi

TEZİN TÜRÜ :Yüksek Lisans

TEZİN TARİHİ :22.016.2021

SAYFA SAYISI :109

TEZ DANIŞMANI :Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK

DİZİN TERİMLERİ :Gastronomi

TÜRKÇE ÖZET :Geçmişten günümüze vegan/vejetaryen beslenme tarzını benimseyen kişilerin sayısının artış gösterdiği görülmektedir. Vegan/vejetaryen beslenenler, insan dışındaki canlı yaşamına karşı kendilerini sorumlu hisseden ve doğal çevrenin bozunuma uğraması noktasında da aşırı duyarlı davranan bireyler olarak görülebilirler. Bu tespitin ışığında vegan/vejetaryen beslenmenin basit bir diyet değil, bir karakter ve duruşu simgeleyen güçlü bir olgu olduğu şeklinde tanımlamak yanlış olmayacaktır. Bu araştırma, Türkiye'deki yiyecek/içecek sektöründe çalışan paydaşların vegan/vejetaryen olgusuna yönelik genel tutumlarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından önem arz etmektedir.

DAĞITIM LİSTES :1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne.

2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Yüksel YILMAZ

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Gastronomi Anabilim Dalı

Gastronomi Bilim Dalı

**RESTORAN ÇALIŞANLARININ VEGAN -
VEJETARYEN BESLENMEYLE İLGİLİ BİLGİ
DÜZEYLERİ VE TUTUMLARININ ÖLÇÜLMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Yüksel YILMAZ

Danışman

Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK

İSTANBUL – 2021

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının ederlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez/proje olarak sunulmadığını beyan ederim.

/ /2021

Yüksel YILMAZ



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Yüksel YILMAZ'ın Restoran Çalışanlarının Vegan -Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri Ve Tutumlarının Ölçülmesi adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Gastronomi Anabilim Dalı, Gastronomi Bilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

İmza

Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK

Üye

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Esat ÖZATA

Üye

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Özgür KIZILDEMİR

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...2021

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Genellikle sağlık ya da hayvan hakları sebebiyle olmak üzere farklı sebeplerle insanlar vegan/vejetaryen beslenme şekillerini tercih etmektedir. Geçmişten günümüze vegan/vejetaryen beslenme tarzını benimseyen kişilerin sayısının artış gösterdiği görülmektedir. Vegan/vejetaryen beslenme, sadece insanların sağlıklı ve uzun bir ömür sürme arzularından ileri gelen bir ihtiyaca cevap vermemektedir. Böylesi insanlar (özellikle de Veganlar) sağlık kaygılarıyla hayvansal kaynaklı besinlerin ya hiç tüketmedikleri ya da kısmen tükettikleri gibi buna ek olarak hayvan kaynaklı ipek, yün, deri ve kozmetik ürünleri de kullanmaktan kaçınmaktadırlar. Dolayısıyla vegan/vejetaryen beslenenler, insan dışındaki canlı yaşamına karşı kendilerini sorumlu hisseden ve doğal çevrenin bozunuma uğraması noktasında da aşırı duyarlı davranan bireyler olarak görülebilirler. Dolayısıyla vegan/vejetaryen beslenmenin bir karakter ve duruşu simgeleyen güçlü bir olgu olduğu söylenebilir. Küresel anlamda geniş kabul gören bu olgu artık Türkiye içinde de kendine taraftar toplamaktadır. Ancak Türkiye özelinde değerlendirildiğinde vegan/vejetaryen beslenme tarzının benimsenmesi ve meşru görülmesine yönelik algıların ülke içinde güç kazandığı gözlemlenirken, bu yaşam tarzını benimseyen bireylere yönelik mal/hizmet sağlayan yiyecek-içecek işletmelerinin ise görece yetersiz kaldığı da dikkatlerden kaçmamaktadır. Nitekim vegan/vejetaryen bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için hizmet veren özellikli yiyecek-içecek işletmelerinin oldukça sınırlı sayıda olması ve söz konusu ihtiyaçları karşılamak için çaba gösteren işletmelerde de vegan/vejetaryen menülerin yetersiz olması bu tespiti doğrular niteliktedir. Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki yiyecek-içecek sektöründe çalışanların vegan/vejetaryen beslenme tarzına yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Bu araştırma, Türkiye'deki yiyecek-içecek sektöründe çalışan mutfak personeli, servis personeli, restoran müdürü, işletme sahibi vb. paydaşların vegan/vejetaryen olgusuna yönelik genel tutumlarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından önem arz etmektedir. Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır.

Elde edilen veriler bağımsız örneklem t- testi, ANOVA ve Açımlayıcı faktör analizi (AFA) yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları yiyecek-içecek

işletmelerinde çalışan personellerinin vegan/vejetaryen beslenmeye yönelik temel bilgi düzeylerinin kısmen yeterli olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Vegan Beslenme, Vejetaryen Beslenme



SUMMARY

People prefer vegan / vegetarian diets for different reasons, usually health or animal rights. It is seen that the number of people who adopt vegan / vegetarian diet from past to present has increased. Vegan / vegetarian diets do not just meet a need arising from the desire of people to live a healthy and long life. Such people (especially vegans) either do not consume animal-based foods or partially consume animal-based foods due to health concerns, and they also avoid using animal-derived silk, wool, leather and cosmetics. Therefore, vegan/vegetarian people can be seen as individuals who feel responsible for non-human life and act extremely sensitive to the degradation of the natural environment. So that vegan/vegetarian diet symbolizes a character and stance. This phenomenon, which is widely accepted in the global sense, is now gathering support within Turkey. However, while it is observed that the perceptions towards the adoption and legitimacy of a vegan/vegetarian diet in Turkey are strengthened within the country, it does not go unnoticed that food and beverage businesses that provide products/services for individuals who adopt this lifestyle are relatively inadequate. As a matter of fact, the limited number of specialty food and beverage businesses that serve to meet the needs of vegan / vegetarian individuals and the insufficiency of vegan/vegetarian menus in businesses that strive to meet these needs confirm this determination. The main purpose of this research is to reveal whether the attitudes and knowledge levels of those working in the food and beverage sector in Turkey towards the vegan/vegetarian diet differ in terms of some demographic variables. This research includes kitchen staff, service personnel, restaurant manager, business owner, etc. working in the food and beverage industry in Turkey. Based on the information obtained from the general attitudes of the stakeholders towards the vegan / vegetarian phenomenon, it is important to predict what kind of behavioral changes these attitudes may lead to in the future at the enterprise level.

Questionnaire method was used as data collection technique. The data obtained were analyzed with the help of independent sample t-test, ANOVA and Exploratory factor analysis (EFA). The results of the research show that the basic knowledge level of the personnel working in the food and beverage businesses about vegetarian / vegan nutrition is partially sufficient.

Keywords: Food and Beverage Business, Vegan Nutrition, Vegetarian Nutrition

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
SUMMARY	iii
İÇİNDEKİLER	iv
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
ÖNSÖZ	viii
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM	4
1.1. Restoranlar.....	4
1.1.1. Restoranların Ortaya Çıkışı.....	4
1.1.2. Restoranların Sınıflandırılması.....	5
İKİNCİ BÖLÜM	14
2.1. Veganlık ve Vejetaryenlik.....	14
2.1.1. Veganlık ve Vejetaryenlik Tanımı.....	14
2.1.2. Veganlık ve Vejetaryenliğin Ortaya Çıkışı.....	15
2.1.3. Veganlık ve Vejetaryen Beslenme Biçimin Özellikleri.....	17
2.1.4. Veganlık ve Vejetaryen Beslenme Biçimini Tercih Etme Nedenleri.....	19
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	24
3.1. Yöntem	24
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	24
3.1.2. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları	25
3.1.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri	26
3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	27
3.1.5. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı ve Teknikleri	28
3.1.6. Verilerin Analizi	30
3.1.7. Veganlık ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Literatür Taraması	30

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	34
4.1. Araştırmanın Bulgu ve Yorumları.....	34
4.1.1. Araştırmanın Betimleyici Bulguları	34
4.1.2. Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri.....	42
4.1.3. Verilerin Normal Dağılımı Varsayımının Kontrolü	51
4.1.4. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi	52
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	68
KAYNAKÇA	77
EKLER.....	91



KISALTMALAR LİSTESİ

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

IVU: Uluslararası Vejetaryenler Birliği

LOV: Lakto-ovo vejetaryen

LV: Lakto- vejetaryen

OV: Ovo vejetaryen



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Araştırma Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular	35
Tablo 2. Vejetaryen/Vegan Şikâyetlerine Yönelik Betimleyici Bulgular	36
Tablo 3. Vejetaryen Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğinin İfadelerine İlişkin Betimleyici Bulgular	38
Tablo 4. Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeğinin İfadelerine İlişkin Betimleyici Bulgular	40
Tablo 5. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Afa Çıktıları	44
Tablo 6. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi.....	50
Tablo 7. Değişkenlere Ait Basıklık ve Çarpıklık Değerleri	52
Tablo 8. Cinsiyet Grupları Açısından Bağımsız Örneklem T-Testi Çıktıları	53
Tablo 9. Yaş Grupları Açısından ANOVA Çıktıları	56
Tablo 10. Öğrenim Durumu Grupları Açısından ANOVA Çıktıları.....	58
Tablo 11. Meslekte Çalışılan Sürelerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları	60
Tablo 12. Farklı Alanlardaki Öğrenimlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları	62
Tablo 13. İşyerindeki Görevlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları ...	64
Tablo 14. Araştırma Katılımcılarının Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği İfadelerine İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları	67

ÖNSÖZ

Bu çalışmamın hazırlanmasında, planlanmasında, araştırılmasında ve yürütülmesinde ilgi ve desteğini çalışmamın her aşamasında hissettiğim,engin bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım, çalışma sürecim boyunca yaptığı her türlü yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel esaslar ışığında biçimlendiren değerli danışman hocam Doç. Dr. Aslı ALBAYRAK'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca araştırma sürecim boyunca her ihtiyacım olduğunda desteğini esirgemeyen değerli dostum Özkan DEMİR' e ve benimle gecesini gündüzüne katan sevgili eşim Kübra YILMAZ'a teşekkürü borç bilirim.

Yüksel YILMAZ

GİRİŞ

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisine göre beslenme insanların en temel ihtiyacıdır. İnsan vücudu etlere göre bitkileri daha iyi sindirmeye müsait bir bağırsak düzenine sahiptir. İnsanların büyüme ve gelişme süreçlerinde; beslenme, genetik yapı, cinsiyet, çevresel etmenler, sosyoekonomik durum, kültür ve gelenekler gibi birçok etmenlerin etkisi bulunmaktadır. Bu etkenlerin arasında en önemlisi elbette beslenme olmaktadır. Çünkü, beslenme vücutta eskiyen hücrelerin onarılması ve yeni dokuların oluşmasını sağlamanın yanı sıra hastalıklara karşı vücudun direncinin sağlanması için de önemlidir (Demircioğlu ve Yabancı, 2003). Beslenme, insanların büyümeleri, gelişmeleri ve nihayetinde sağlıklı ve üretken bir şekilde uzun yıllar yaşaması için ihtiyacı olan besinleri vücuduna alıp faydalı bir şekilde kullanabilmesini ifade etmektedir (Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, 2004). 2004). Sağlığın temel koşulu ola beslenme, insanın hayatı boyunca daima üzerinde önemle durulması gereken bir konu olmaktadır.

Beslenme bebeklikten hayatın sonuna kadar sağlıklı bir yaşamın temel kaynağını oluşturmaktadır (Baysal, 2004). Dünyada ve Türkiye'de bireylerin genel beslenme alışkanlıkları ve katkılı besinlere yönelik bilgi ve tutumlarını ortaya koymak amacıyla yapılan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. (Herman ve Polivy 1980; Pliner ve Hobden 1992; Steptoe, Pollard ve Wardle, 1995; Stunkard ve Messick 1985; Van Trijp 1995;). Beslenmeye yönelik yanlış bilgi ve alışkanlıklardan kaynaklanan pek çok hastalığın meydana gelmesi ve bu hastalıkların beslenme tarzlarının değiştirilmesi ile engellenebilmesi, bu alanda çalışmaların yapılmasına sebep olmuştur. Steptoe ve diğerleri. 1995; Tuorila 1987, Tuorila ve Pangborn 1988, Wardle 1993 vb. tarafından yapılan çalışmalarda, inşaların beslenme tarzlarını seçiminde en önemli faktörün "sağlık" olduğu saptanmıştır.

Temel gerekçe olarak sağlıklı bir yaşam için beslenme şeklini değiştiren bir bireyin karşısına çoğu zaman en makul seçenekler olarak vejeteryan ya da vejetaryen beslenmenin bir alt tarzı olan vegan beslenme çıkmaktadır. Bu iki beslenme tarzını birbirinden ayırıtıran en temel fark ise; Vegan bireylerin hayvansal kaynaklı ürünleri bütünüyle reddetmesi, vejetaryen bireylerin de böylesi ürünleri asgari miktarda tüketmesi ya da hiç tüketmemesi olarak tanımlanabilir. Bu temel fark dikkatle mercek altına alındığında, vegan beslenme tarzının vejeteryan beslenme tarzından oldukça daha katı ve radikal ögeler içerdiği görülebilmektedir. Öyle ki bazı vegan bireyler balı,

içerisindeki süttten dolayı da çikolatayı bile tüketmeyi reddetmekle kalmayıp, hayvanları metalaştırarak bir gelir kapısı yaratan sirk, boğa güreşi, hayvanat bahçesi gezisi ve at yarışları gibi etkinliklerde de aktif olarak katılımında bulunmazlar (Gökçen, Aksoy ve Özcan, 2019, s. 51).

Daha öncede vurgulandığı gibi vegan/vejetaryen beslenme tarzının günümüz de bu denli popüler olmasının gerekçesi, böylesi bir beslenme tarzının insan sağlığına olumlu etki yapabileceği inancıdır. Buna karşın; kültür, dini hassasiyetler, etik ve biyoetik gibi nedenlere ilaveten hayvanların yaşama hakkına ve ekosistemlerine karşı duyarlı davranışlar da bulunmak gibi öngörülebilir sebepler de vegan/vejetaryen beslenme tarzının benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Ancak içinde yaşadığımız postmodern çağ diliminin beraberinde getirdiği bir gerekçe daha vardır ki kolayca gözden kaçırılabilen için vegan/vejetaryen beslenme tarzının benimsenmesi noktasında temel bir motivasyon olarak görülmez. Bu gerekçe ise insanın bireysel ve toplumsal aidiyetini ve yaşamdaki beklentilerini ifade eden “kimlik” arayışıdır. Postmodern bir çağ içine doğan insanın kendisini ifade edebilmesi, öz saygınlığını kazanabilmesi ve herhangi bir gruba yönelik yoğun bir aidiyet duygusu beslemesi ancak güçlü bir kimliğin inşası ile mümkün olmaktadır.

Yegen ve Aydın (2018, s. 94) vegan/vejetaryen beslenme tarzının kimlik kavramına nasıl ve ne düzeyde bir şiddetle etki ettiğini şu şekilde açıklamaktadır: Aralarındaki bazı farklılıklara rağmen vegan/vejetaryen bireyler hayvansal ürünleri ya hiç tüketmeyerek ya da kısmen tüketerek, hayvan haklarına dikkat çekmek adına radikal bir direniş gösterirler ve bu anlamda vegan/vejetaryen bireyler kendi kimliklerini bir direniş aracı olarak kullanırlar. Böylesi bireyler için vegan/vejetaryen olmak kendi kimliklerini muhalif bir çizgiye oturtmak ve küresel düzene karşı bir protesto biçimi haline getirmek demektir. Dahası vegan/vejetaryen beslenme tarzını kimliklerinin bir parçası yapan bu bireyler, kendi inanışlarını günümüz postmodern dünyasındaki çeşitli mecralar (sosyal medya, geleneksel medya, kongre ve konferanslar, farkındalık etkinlikleri vb.) aracılığıyla meşrulaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu nedenle birçok vegan/vejetaryen birey kendileri ile aynı duyarlılıkları taşıyan diğer birçok vegan/vejetaryen birey ile bir araya gelip yüksek bir aidiyet hissiyle çeşitli oluşumlar (grup, hesap, sayfa, dernek vb.) içinde de yer almaktadırlar.

İnsanların beslenme tarzları işletmelerin özellikle tüketici tutumlarını belirlemede de etkili olmuştur. Bu bağlamda değerlendirildiğinde beslenme eğilimlerine yönelik hizmet sunan restoran işletmelerinde personelin bu konuya yönelik bilgi ve tutumlarının da önemli olduğu söylenebilir. Özellikle gastronomi turizminin Dünya’da ve Avrupa’da gittikçe önemi artmaktadır. Bazı turistik yerlerin pazarlamasında vegan veya vejetaryen beslenme şekillerine yönelik restoran işletmelerinin çok önemli bir rol oynadığı görülmektedir (Durlu-Özkaya ve Can, 2012). Çalışmada öncelikle yiyecek-içecek işletmesi olan restoranlar hakkında bilgi verilmiştir. Sonraki bölümde ise vegan ve vejetaryen beslenme şeklinin ne olduğu ve nasıl geliştiğine ilişkin bilgiler anlatılmıştır. Son bölümde restoran çalışanlarının vegan -vejetaryen beslenmeyle ilgili bilgi düzeyleri ve tutumlarının ölçülmesine yönelik araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

RESTORAN İŞLETMELERİ VE ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde restoran işletmelerinin ortaya çıkışı, genel özellikleri ile farklı sınıflamalar içerisinde yer alan restoran işletmelerine yer verilmiştir.

1.1. Restoranlar

Restoranlar insanların sadece beslenme ihtiyaçlarını değil aynı zamanda birlikte olma, rahatlama ve sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını da karşılayan işletmelerdir. Bu bölümde restoranların ortaya çıkışından günümüzdeki çeşitliliğine varan detaylarına değinilmiştir.

1.1.1. Restoranların Ortaya Çıkışı

İnsanların en temel ihtiyaçları fizyolojik ihtiyaçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişten günümüze insanlar fizyolojik ihtiyaçlardan biri olan yeme-içme gereksinimlerini buldukları çevre şartlarına göre farklı yollarla karşılamaktadırlar. İlk arkeolojik kalıntılar incelenerek tarih öncesi dönemlere yönelik insanların yeme-içme davranışları incelenmektedir. Arkeolojik kalıntılara göre; insanlar ilk olarak toplayıcı daha sonra avcı olarak bu ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Daha sonra tarımı öğrenerek ve hayvanları da evcilleştirerek sürecin devam ettiği bilinmektedir. İnsanların tarımsal faaliyetlerinin zamanla endüstriyel bir yapıya ulaştığı görülmektedir (Boratav, 1980, Özgen, 2016). Değişen koşullarla birlikte insanlar hayatlarını devam ettirdikleri yerlerden geçici süre ile uzakta buldukları bazı zamanlarda yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayacakları birtakım kuruluşlara gereksinim duymuşlardır. Konaklama amacıyla ilk otel niteliği taşıyan hanların ve kervansarayların ortaya çıkışı ilk yiyecek ve içecek işletmelerinin de oluşmasına olanak sağlamıştır (Çetiner, 2010, s.7). Aynı zamanda Osmanlının sarayı içerisinde ve yeniçeri ocaklarında da yeme içme gereksinimlerine oldukça önem verilmesi bu işletmelerin gelişmesinde etkili olduğu bilinmektedir (Bölükoğlu, 1988, s. 34-35).

Sanayileşmenin artmasıyla fabrikaların çoğalması çalışan insan sayısının da doğru orantılı arttırmasına sebep olmuştur. Ancak burada çalışan insanların yeme-içme ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Bu sebeple fabrikaların içinde ya da dışında bu ihtiyacı karşılayacak endüstriyel mutfaklar oluşturulmuştur. Çalışan sayılarının artması ve çalışma temposu insanları dışarıda yemek yemeğe yöneltmiştir. Böylece tarihin ilk restoranları kurulmaya başlamıştır (Akbaba ve Çetinkaya, 2018, s.123). Önceleri lüks olarak değerlendirilen dışarda yemek yeme ihtiyacı, kadınların iş

hayatında yer alması ve böylece eve giren gelirin artması sebebiyle lüks olmaktan çıkmıştır. Zamanla sosyalleşme ve statünün bir simgesi olarak görülmeye başlayan dışarda yemek yeme kavramı restoranlarında artmasına sebep olmuştur (Biçici, 2008, s.21; Yılmaz ve Dündar, 2015, s.165). Sık sık dışarda yemek yemeye başlayan insanların sağlıklı yiyecekler tüketme ve dışarıda yemek yerken güzel vakit geçirme istekleri ortaya çıkmıştır. Bu durum farklı yiyecek ve içecek işletmelerinin çeşitlerinin kurulmasına ve bu sektörün hızla gelişmesine imkân sağlamıştır (Yavuz, 2007, s. 20).

Restoranların gelişimine etki eden birçok faktör bulunmaktadır. Bunlar; sanayileşmenin artmasıyla eskiye oranla insanların iş dışında kalan boş zamanın artması, talebin artmasıyla arz kaynağı olan işletme sayısının da artması, insanların harcanabilir gelirinde artış olması, yoğunlaşan ticari faaliyetler, restoran menülerdeki gelişmeler, sosyal aktivitelerin artması ve yaşam şekillerinde meydana gelen değişimler olarak ifade edilmektedir (Koçbek 2005, s.14; Türksoy, 2002, s. 8).

Yiyecek ve içecek işletmesi olarak ifade edilen restoranlar insanların yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan ve bunun karşılığında belirli bir ücret alan, misafirlerine teknik donanım ve konfor sağlayan; nitelik sahibi elemanlarıyla hizmet kalitesi sunan, bu işi meslek olarak kabul etmiş ticari işletmeler olarak ifade edilmektedir (Aktaş 2001, s.44). Restoranlar, insanlara yeme-içme hizmeti sunmanın yanında yemek yerken güzel vakit geçirme ve kaliteli bir hizmet anlayışı benimsemektedir (Sökmen, 2005, s.20). Tek başına ya da konaklama işletmelerinin içinde bulunan restoranlar müşterilerine rahat ve kaliteli bir yeme içme hizmeti vermektedir (Atak, 2006, s.3). Bu işletmeler insanların yeme-içme ihtiyaçlarını tabldot, alakart, özel yemek ve bu yemeklere uygun servisler ile karşılamaktadır (Öztaş, 2002, s.82).

1.1.2. Restoranların Sınıflandırılması

Restoranlar için literatürde farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Ancak yapılan sınıflandırmalar temel özellikler bakımından farklılık göstermemektedir (Biçici, 2008, s.27). Bu çalışmada; yasal açıdan restoranlar, yapılarına göre restoranlar, servis şekline göre restoranlar, büyüklüklerine göre restoranlar ve diğer restoranlar olarak sınıflandırılmaktadır.

1.1.2.1. Yasal Açıdan Restoranlar

Türkiye’de restoranlar turizm işletme belgeli ve belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Çetin, 2003, s. 9). Turizm işletme belgeli yiyecek-içecek işletmeleri; Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı

tarafından resmî gazetede 25852 sayılı ve 21.06.2005 tarihli olarak yayınlanan ‘‘Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’’ doğrultusundan restoranlara Turizm İşletme Belgesi verilmektedir. Söz konusu yönetmelikte yer alan ve Bakanlıkça belirlenmiş olan şartları yerine getiren işletmeler bu belgeye sahip olabilmektedir. Yönetmeliğe göre; yeme içme ve eğlence yerleri, lokantalar, kafeteryalar ve eğlence yerleri olarak sınıflandırılmaktadır (Resmi Gazete, 2005).

• **Lokantalar:** Tabldot, alakart veya özel yemek menüleriyle hazırladıkları yemeklere yönelik uyguladıkları farklı servis teknikleriyle müşterilerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan işletmeler olarak bilinmektedir. Yönetmelikte yer alan niteliklere ek olarak işletmenin dekorasyonu, verdiği hizmetin kalitesi, sunduğu yemeklerin kalitesi ve sunum tarzları göz önünde bulundurularak; birinci sınıf ve ikinci sınıf olarak sınıflandırılmaktadır. Birinci sınıf lokantalar için minimum kapasite 150 kişi iken ikinci sınıf lokantalar için minimum 50 kişi olmaktadır (Sarıışık, Çavuş ve Karamustafa, 2010, s.32).

• **Kafeteryalar:** Bu işletmelerin genel kitlesi çoğunlukla genç bireylerden oluşmaktadır. Dolayısıyla mekânın ambiyansı ve çalan müzikler buna uygun olarak geliştirilmektedir. Lokantalara kıyasla daha hafif ve fiyatı ucuz yiyecek içecekler sunulmaktadır. Servisi hızlı ve müşteri sirkülasyonunun yüksek olmaktadır. Alış-veriş merkezlerinin ek olarak kafeterya hizmeti vermeleri kafeteryaların daha popüler hale gelmesine imkân sağlamıştır (Yılmaz, 2012, s.15).

• **Eğlence Yerleri:** 4 ve 5 yıldız statüsüne sahip otel işletmelerinde, tatil köylerinde ve tatil merkezlerinde yiyecek içecek hizmeti sunan ancak öncelikli amacı müşterilerin eğlence gereksinimlerini olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. Kişi başı 1,2 metrekare alan düşen en az 100 kişilik bir kapasiteye sahip işletmeler, asgari şartları yeri getirdikleri takdirde müstakilen eğlence yeri belgesi de alabilmektedir (Demirkol ve Zengin, 2015, s. 169).

Turizm belediye belgeli yiyecek-içecek işletmeleri ise; bağlı buldukları belediyeler tarafından belirlenmiş olan tasnif izinler doğrultusunda açılabilir (Çetin, 2003, s. 9). Belediye belgeli yiyecek içecek işletmeleri, koku, gürültü, zararlı atık gibi etkilerle içerisinde bulunduğu çevreyi fiziksel, ruhsal ve sosyal açıdan tahrip etmeyen işletmeler olarak ifade edilen Sıhhi müessese tanımlaması dahilinde yer almaktadır. Bu sebeple bu işletmelerin açılması için insanın yaşadığı çevreden uzakta

olması şartı aranmamaktadır. Bu işletmelerin niteliklerine ve sınıflamasına ilişkin özellikler, 09.03.1989 tarihli 20103 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan ‘‘İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik’’ ile belirtilmektedir (Sarıışık ve diğerleri., 2010, s. 33).

1.1.2.2. Yapılarına Göre Restoranlar

Otel restoranları; tatillerini otellerde geçiren turistlerin konaklamanın yanı sıra yeme-içme ihtiyaçlarını karşımaları için faaliyet göstermektedir. Bu restoranlar, otel müşterisi dışında belli bir müşteri grubuna da hizmet sunabilmektedir. Dolayısıyla konukların tamamının memnuniyetinin sağlanması işletme karlılığı açısından önemli görülmektedir. Bu nedenle kaliteli yiyecek içecek hizmetinin sunulması üzerinde titizlikle durulması gereken konuların başında gelmektedir (Güler, 2005). Otel işletmelerinin bünyesinde yer alan yiyecek ve içecek departmanları işletmenin büyüklüğü, faaliyet alanı, hedef müşteri kitlesi vb. özelliklere göre genellikle restoranlar, barlar, kafeler, ziyafet salonları, oda servisi gibi birimlerden oluşturmaktadır (Baysal ve Küçükaslan, 2003; Koçak, 2012).

Bağımsız restoranlar; başka bir işletmenin bünyesinde yer almadan bağımsız olarak faaliyetlerini devam ettiren işletmelerdir. Bağımsız işletmeler tek bir mülkiyet olabileceği gibi zincir işletmeler şeklinde olabilmektedir (Aslan, 2010).

Kurumsal yiyecek-içecek işletmeleri; faaliyet alanları yeme-içme olmayan asıl faaliyetlerin yanı sıra kurumsal işletmelerde destekleyici rol üstlenen işletmeler olarak değerlendirilmektedir. Asıl amaçları kar elde etmek olmayan bu işletmelerin menüleri besin seçiminden sunulmasına kadar geçen tüm aşamalarda hijyen kurallarına özen gösterilerek hazırlanmaktadır (Sökmen, 2011, s.4). Kurumsal yiyecek içecek işletmeleri; okullarda, hastanelerde ve askeri birliklerde sunulan yiyecek içecek hizmetleri olarak sınıflandırılabilir.

- ***Okullarda/Üniversitelerde yeme-içme hizmetleri;*** öğrencilerin, öğretmenlerin ve personelin öğle yemeği zamanı gibi daha önceden belirlenen bir aralıkta yiyecek içecek hizmeti sunulmaktadır. Kurumlar merkezi mutfak kurarak ya da yaptıkları birtakım sözleşmelerle özel yiyecek-içecek hizmeti sunan işletmelerden bu hizmeti alabilmektedir. Üniversitelerde ise öğrenci sayılarının okullara göre daha çok olması nedeniyle yiyecek içecek hizmetlerinin uygulanması endüstriyel işletmelerle benzerlik göstermektedir. Mutfak ve yemekhaneler, sınırlı zamanda hızlı bir şekilde hizmet sunabilecek nitelikte hazırlanmalı ve farklı yaş gruplarına, enerji tüketimlerine ve

beslenme özelliklerine yönelik tasarlanmaktadır. Üniversitelerde belirli öğünler haricinde hafif yiyecek ve içeceklere ulaşılabilecek kantin benzeri işletmelerde bulunmaktadır (Koçak, 2012, s.11- 13).

- **Hastanelerde yeme-içme hizmetleri;** hastalar, personel ve diğer gruplar için hizmet vermektedir. İnsanların sağlığına kavuşması açısından besleyici yiyecekleri tüketmesi ve hastanın iyileşmesinin hızlanması için aldığı besinler oldukça önemli olmaktadır. Yiyeceklerden çeşitli hastalıkların oluşması iyileşme süresini uzatacağı gibi, uygun besin tüketimi de hastanın daha çabuk iyileşmesine imkân sağlayacaktır. Yemekleri tüketen kişilerin yemeklerinden hoşnut olmaları için gerekli hassasiyetin gösterilmesi önemlidir. Gereken bu işletmeler her grup için farklı menü ve servis çeşidi sunmaktadır (Aktaş, 2011, s.14). Hastanelerde, yiyecek içecek servisi için gerekli olan malzemelerin satın alınması, bunların depolanması ve üretilip servis edilmesi sağlık kurallarına uygun biçimde gerçekleştirilmelidir (Yılmaz, 2012, s.20).
- **Askeri birliklerde yeme-içme hizmetleri;** iki gruptan oluşmaktadır. Birinci grupta askeri öğrenciler yer almaktadır. İkinci grupta ise, yetişmiş subay, astsubay, erbaşlar ve erler bulunmaktadır. Birinci grupta yer alan askeri öğrencilerin yaşlarına ve faaliyetlerine göre almaları gereken günlük besin ihtiyacına yönelik menüler hazırlanmaktadır. Ayrıca Askeri birliklerde, sayı bakımında çok fazla kişi olması ve bunların farklı yaş grubu ve statülerde bulunması sunulan yiyecek içecek hizmetinin şeklinin diğer kurumlardan farklı olmasına neden olmaktadır (Aktaş, 2001, s.15-16).
- **Ulaştırma endüstrisindeki yiyecek-içecek işletmeleri;** herhangi bir sosyo-ekonomik kitleye yönelik hizmet sunmamaktadır. Bu işletmelerin sundukları hizmet ulaşım aracının türüne göre belirlenmekte ve değişmektedir. Ulaştırma endüstrisindeki yiyecek içecek işletmelerini karayolları, denizyolları, demir yolları ve hava yolları olarak dört grupta sınıflandırmak mümkündür (Yılmaz, Yılmaz ve Yılmaz, 2013, s. 53).

Karayollarında sunulan yiyecek içecek hizmetleri genellikle self servis şeklinde olmaktadır. Masa servisi ya da yiyecek-içecek makinaları ile de hizmet sunulmaktadır. Mola yerlerinde kurulan bu işletmeler 24 saat hizmet vermektedirler (Koçak, 2012, s. 8).

Denizyollarında sunulan hizmetler seyahatin süresine ve mesafesine uygun olarak değişmektedir. Seyahat süresi kısa olması durumunda hızlı yiyecekler sunulmaktadır. Seyahat süresi uzun olması durumunda lüks Kurvaziyer gemiler kullanılmaktadır. Bu

gemilerde sunulan yiyecek içecekler oldukça kaliteli ürünlerden oluşmaktadır (Benli, 2015, s.9). Demiryollarında ise, çoğunlukla self servis, yiyecek içecek makineleri, kafe tarzı olarak hizmet sunulmaktadır. İstasyonlarda yiyecek içecek sunulmasının yanı sıra seyahat sırasında da hizmet sunumu gerçekleşmektedir. Seyahat sırasında bu hizmet, yiyecek içecek hizmeti için ayrılmış vagona verilmektedir. Yolcular bu vagona yemeklerini yedikten sonra koltuklarına dönmekte veya yolcuların self servis arabalarından kendileri bu ürünleri almaktadır (Zengin ve Demirkol, 2015, s.174-175).

Son olarak havayollarında bu hizmetler havaalanı içerisinde ya da uçaklarda sunulmaktadır. Self servis restoranları, masa servisi yapılan restoranlar ve yiyecek içecek makineleri bulunmaktadır. Uçaklarda sunulan hizmet ise, uçuş türüne ve süresine göre değişiklik göstermektedir. Uçuşların kısa mesafeli olması durumunda standart porsiyonlu yiyecekler plastik tepsilerde plastik çatal-bıçak ile sunum yapılmaktadır. Uzun mesafeli uçuşlarda porselen tabaklar ve cam bardaklarla yiyecek ve içecekler servis edilmektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2013, s.54). Havayolunun gelişmesi ve yoğun rekabet getirisi, havayolu işletmelerinde sunulan yiyeceklerin çeşitlenmesi ve kalitesinin artmasını sağlamıştır. Dolayısıyla, havayolu yiyecek içecek işletmeleri gastronomi uzmanlarıyla çalışmakta ve aşçı transferi yapmaktadır (Koçak, 2012, s.2).

• **Üyelerine Hizmet Sunan yiyecek-içecek işletmeleri (kulüp ve dernek restoranları gibi);** spor kulüpleri, iş adamı kulüpleri, siyasi parti kulüpleri, farklı alanlarda kurulan dernekler gibi belirli amaçlarla bir arada bulunan üyelere hizmet sağlayan işletmelerdir. Bazıları konaklama hizmeti de sunabilmektedirler (Koçak, 2012, s.10). Bu alanlarda verilen yeme içme hizmeti amaca, türe ve hitap ettiği kitleye göre farklılık göstermektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2013, s.55).

• **Endüstriyel yiyecek-içecek işletmeleri;** hizmet gereksinimin niteliğine göre hizmetler farklı işletmeler aracılığıyla veya tüm hizmetler tek bir işletme tarafından gerçekleştirilmektedir. Endüstriyel işletmeler yiyecek ve içecek hizmetlerinin karşılığında kişi bazında ödenek ayırarak farklı bir işletmeyle anlaşma yapabileceği gibi kendisi de uygulayabilmektedir (Türksoy, 2002, s.21). Genellikle self servis uygulaması yapılmasına rağmen üst yönetime yönelik masa servisi içinde alanlar ayrılabilir. Personelin mola saatlerinde aperatif yiyecekler için kafeterya veya yiyecek içecek makineleri gibi hizmetler de sunulabilmektedir (Yılmaz ve diğerleri, 2013, s.56-57).

• **Alışveriş merkezlerinde bulunan yiyecek içecek işletmeleri** (Food Halls, Food Courts); şehirleşmenin artmasıyla büyük alışveriş merkezlerinin artması ve gittikçe her tarafa yayılması çoğalmaktadır. Genellikle self servis uygulaması olmasının yanı sıra masaya servis sunan işletmelerde yer almaktadır. Müşteriler satın aldıkları yiyecek ve içecekleri merkezi alanda yer alan masalarda tüketmektedirler. Masalarda bırakılan boş servisler ise alışveriş merkezinin temizlik elemanları tarafından toplanmakta ve temizlenmektedir (Sökmen, 2010, s.7-8).

1.1.2.3. Servis Şekillerine Göre Yiyecek İçecek İşletmeleri (Sunduğu Hizmet Çeşidine Göre Restoranlar)

Servis şekillerine göre yiyecek içecek işletmeleri; alakart, tabldot, self servis, fast food ve paket servis yapan yiyecek içecek işletmeleri olarak ayrılmaktadır.

• **Alakart servis sunan yiyecek içecek işletmeleri;** menüye göre servis sunmaktadır. Fransızca kökenli olan “Alakart” kelimesi karta göre, kart usulü anlamlarına gelmektedir (Kılıçhan, 2019, s. 3). Alakart restoranlarda belli gruplar altında yer alan yemekler bulunmaktadır. Müşteriler menü kartlarında bulunan bu yemeklerden seçip sipariş verdikten sonra, istenen yemekler hazırlanmaktadır. Müşterilere seçme hakkı sunan alakart menüler genellikle yüksek maliyetli ve özel yemeklerden oluşmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009, s. 41)

• **Tabldot servis sunan yiyecek içecek işletmeleri;** ise, alakart menülerin tersine seçmesiz yemekleri ifade etmektedir. Tabldot servis sunan işletmelerin menüleri günlük olarak veya işletmenin tercihleri doğrultusunda değişmektedir. Bu menülerin fiyatları sabit fiyat üzerinden satılmaktadır (Denizer, 2012).

• **Self- Servis sunan yiyecek içecek işletmeleri;** müşteriden alınan siparişin, personel tarafından banketin arka tarafında hazırlanarak müşteriye servis edilmesini sağlamaktadır. Müşteri yemeği hazır olduktan sonra alır ve masasına döner. Self servis sistemleri genellikle tek bir hat üzerinde bulunan sıcak, soğuk, tatlı ve içecek türlerinde seçeneklerin bulunduğu ünitelerden meydana gelmektedir. Açık büfe restoranlar da self servis hizmeti sunmaktadır. Müşteri, belirli bir sıra ile dizilmiş olan çok çeşitli yiyecek ve içeceklerden istenildiği kadarını sınırsız olarak alabilmektedir. Tabak, kâse, çatal, bıçak vb. ihtiyaç duyulan malzemeler sunulun yemeğin hemen yakında yer almaktadır. Büfenin şekli, insanların akış yönünü dikkate alınarak belirlenmektedir (Denizer, 2012).

- **Hızlı servis sunan yiyecek içecek işletmeleri (Fast-Food Restoranları);** çabuk tüketime uygun olan fast food yemekleri sunmaktadır. Bu işletmelerde müşteriler sıraya girerek kendileri yemeklerini sipariş etmektedir. Çoğunlukla kasa bekleyen personel tarafından müşterilerin siparişi alınmaktadır. Siparişi verip ödemeyi yaptıktan sonra müşteri masasında yemeğinin hazırlanmasını beklemektedir. Özellikle okullarda, hastanelerde, işyerlerinde, eğlence mekanlarında, askeriyelerde ve üniversitelerde hızlı yemek servisi uygulanmaktadır. Hızlı servis sunan yiyecek içecek işletmelerinde servis son derece hızlıdır. Self servis olması sebebiyle de personel yalnızca masadan boşları toplamak ve masaları temizlemekle görevlidir. Bu tür işletmelerde yiyeceğin hazırlanması ve müşterilere sunulması oldukça iyi yönetilmelidir. Hazırlanan yiyecekler 10-20 dakikalık bir sürede tüketilmediği takdirde hem tadında hem görüntüsünde istenmeyen değişiklikler meydana gelebilir. Bu durumda kalan yiyecekler atılmak zorunda kalmaktadır (Baraban ve Durocher, 2001, s. 20; Sökmen, 2010, s.7). “Dünyada ilk kez Amerika Birleşik Devletleri’nde başlayan fastfood restoran sistemi, Türkiye’ye 1986 yılında girmiştir. Daha çok, yemek yemek için fazla vakti olmayan tüketiciler tarafından benimsenmiştir.” (Güler, 2005).
- **Paket servis sunan yiyecek içecek işletmeleri;** ise, müşterilerin sipariş ettikleri yemekleri istedikleri adrese göndermektedir. Genellikle iş yerinde yoğun çalışan insanlar tarafından tercih edilmektedir (Petek, 2007).

1.1.2.4. Büyüklüklerine Göre Restoranlar

Geçmişten günümüze yiyecek ve içecek çeşitliliği artarak devam etmektedir. Bu sebeple her yiyecek içecek işletmesinin faaliyeti masaya servis ile kısıtlı olmadığından büyüklüklerine göre sınıflandırmalar tüm işletmeler için geçerli olmamaktadır. Daha çok müşteri sayısı baz alınarak porsiyon üretim miktarı ve sandalye devir hızına ilişkin sınıflandırmalar yapılmaktadır (aktaran Sarıışık ve diğerleri, 2010, s. 15). Bu doğrultuda, büyüklüklerine göre yiyecek içecek işletmeleri; küçük ölçekli, orta ölçekli ve büyük ölçekli olmak üzere üç grupta sıralanmaktadır (Pınar, 2015, s. 4; Türksoy, 2002, s. 7). Küçük ölçekli yiyecek-içecek işletmeleri; masa sayısı 20’den az ve kuver sayısı en fazla 50 olan işletmeler olmaktadır. Kuver, yemekte kullanılan gerekli araç ve ekipmanların yemek masasına uygun sırayla yerleştirilmesini ifade eden Fransızca kökenli bir kelimedir. Orta ölçekli yiyecek içecek-işletmeleri; 20 ila 100 arasında masa sayısı ve 50-100 arasında kuver sayısına sahip işletmelerdir. Büyük ölçekli yiyecek içecek-işletmeler ise; masa sayısı 101 ya da sandalye sayısı 400 adet veya daha fazla olan işletmelerdir. Bu işletmeler, daha büyük kapasite ile müşteri ağırlayabilmektedir.

1.1.2.5. Diğer Yiyecek İçecek İşletmeleri

Diğer yiyecek içecek işletmelerini, etnik restoranlar, spesiyal restoranlar, snack barlar ve catering işletmeler olarak sınıflandırılabilirlerdir.

- **Etnik yiyecek içecek işletmeleri;** Türk, Fransız, Çin, Japon, İtalyan gibi etnik kökene sahip insanların kültür yapıları gereği farklı yeme-içme biçimleri bulunmaktadır. İnsanların bu farklılıkları merak etmesi ile ortaya çıkan talebin karşılanması ile yaygınlaşmıştır. Etnik restoranlar etnik temayı yansıtmak için ayrıntılarda oluşmaktadır. Bu tür işletmeler otel işletmelerinde içerisinde ya da bağımsız olarak işletilmektedirler (Sökmen, 2010: 8; Teyin ve diğerleri, 2017, s. 84).
- **Spesiyal (Özellikli) hizmet sunan yiyecek içecek işletmeler;** Kebapçılar, Pizzacılar, Köfteciler, Lahmacuncu ve Pideciler gibi menü, atmosfer ve dekorasyonu belirli bir tema üzerinde yoğunlaşan işletmelerdir. Bu işletmeler Amerikalı turistlerin II. Dünya Savaşı bitiminde Avrupa'ya seyahatleri ile yaygınlaştığı bilinmektedir (Aktaş, 2001, s.7- 8; Zengin ve Demirkol, 2015, s.171). Spesiyal hizmet sunan işletmeler içerisinde değerlendirilen Temalı (Theme) Restoranlarda sık sık etnik restoranlar ile karıştırılmaktadır. Ancak, Temalı restoranlarda, işletmenin yemekleri, dekorasyonu, müziği ve genel görünümü belirlenen aynı tema ile tasarlanmaktadır, etnik restoranlarda her unsur kültür etrafında şekillenmektedir (Elements Business Skill, 2008, s.60-61). Temalı restoranlarda eğlenceli bir atmosfere sahip dekor önceliğe sahiptir. Genellikle yemekler minimal gastronomik tatlarla, renkli ve görseli yüksek bir görüntü ile servis edilmektedir. (Finkelstein, 2013, s.83-84).
- **Snack Barlar ve Publar;** genellikle otel işletmeleri içerisinde yer almaktadır. Ancak bağımsız bir şekilde faaliyet gösterenler de bulunmaktadır. Snack barlarda çay, kahve ve sandviç gibi hafif yiyecek ve içecekler sunulmaktadır. Çoğunlukla gençler tarafından tercih edilen publar ise, alkolsüz içeceklerle birlikte meze olarak servis edilebilen yiyeceklerde sunulmaktadır (Yılmaz ve diğerleri, 2013, s.53).
- **Catering işletmeleri;** özel etkinlikler için yiyecek içecek servisi sunmaktadır. İlgili sayı ve etkinlik türüne göre hazırlanmaktadır. Konukların hepsine sınırlı seçim yapabilmelerine imkânı sağlayan menüler bulunmaktadır. Kongreler, özel şirket kutlamaları, resepsiyonlar ve iş toplantıları gibi etkinlikler iş etkinlikleri; doğum günü, yıldönümü, düğün töreni, mezuniyetler gibi etkinlikler ise sosyal etkinlikler

olarak değerlendirilmektedir. Catering hizmeti tesis içi ve tesis dışı olmak üzere iki Şekilde gerçekleşmektedir. Tesis içi catering hizmetinde ziyafet salonu ve mutfak gibi etkinlik için ihtiyaç duyulan ekipmanın catering işletmesinin kendi bünyesinde bulundurması gerekmektedir. Otel işletmelerinin içerisinde yer alan catering, ziyafet bۆlümü olarak adlandırılmaktadır. Catering Őirketinden uzakta olan bir yerde hizmet verilmesi durumunda ise, tesis dışı cateringden bahsedilmektedir. Tesis dışı cateringde masa, sandalye, malzeme, gerekli ekipmanlar ve yiyecek ve içeceklerin etkinliğin olduğu alan yere gۆtürölmesi gerekmektedir. Dolayısıyla iyi bir planlama ve lojistik oldukça önemlidir. Bazı durumlarda tüm mutfak alanlarının etkinliğin olduğu yerde kurulması gerekmektedir (Chibili, 2017, s.187).



İKİNCİ BÖLÜM

VEGAN VE VEJETERYANLIK

Bu bölümde vegan ev vejetaryen beslenmenin ortaya çıkışı, tanımı, bir beslenme tarzı olarak özelliklerine, vegan ve vejetaryen türleri ile tüketicilerin bu beslenme tarzını tercih nedenlerine yer verilmiştir.

2.1. Veganlık ve Vejetaryenlik

Dünya genelinde gün geçtikçe artış gösteren vegan ve vejetaryenlik sadece bir beslenme biçimi değil aynı zamanda yaşam tarzı ve etik tutum haline geldiği görülmektedir (Singer, 2005, s.224-255).

2.1.1. Veganlık ve Vejetaryenlik Tanımı

“Vegan” kelimesi “vejetaryen” kelimesinden türetilerek ortaya çıkmıştır (Tunçay, 2016). İlk insan topluluklarının geçim kaynaklarının tarım olması sebebiyle gıda kültürleri de bitki tabanlı olmaktadır. Çünkü geçmişten bugüne kadar sebze ve meyveler her zaman kolay bulunabilir besin kaynakları olmuştur. Bitki tabanlı besinler genellikle insan sağlığı açısından daha iyi olmanın yanı sıra çevresel olarak daha avantajlı olmaktadır (Rosi ve diğerleri, 2017, s.1; Leitzmann, 2014, s.496). Temeli bitki olan beslenme biçimi içerisinde çeşitli fizyolojik etkileri olan sebze, meyve, baklagiller ve zeytinyağı gibi sağlıklı besinler yer almaktadır (Fardet ve Chardigny, 2013, s. 535). En popüler olan beslenme şekilleri ise vegan ve vejetaryenliktir. Katı kuralları olan bu tarz beslenmede Vejetaryenler vegan kişilere göre daha esnek olmaktadır. Vegan beslenme biçimi vejetaryen beslenmenin bir alt kategorisi olmaktadır. Ancak vejetaryen beslenmeden ayrı değerlendirilmektedir. Veganlık, hayvansal gıdaların ve yün, deri gibi hayvansal ürünlerin kesinlikle kullanılmadığı bir yaşam tarzı olarak ifade edilmektedir (Kuz, 2018). Donald Watson tarafından 1944 yılında ortaya atılan veganlık tanımı ise “Veganlık hayvanlar âlemine dair sömürü ve zulmün tüm biçimlerini dışlamanın ve yaşamı gözetmenin yoludur. Et, balık, kümes hayvanı, yumurta, bal, hayvansal süt ve türevlerini dışlayıp bitkiler âleminin ürünleriyle yaşamayı ve tamamen ya da kısmen hayvanlardan üretilen tüm ticari malların alternatiflerini kullanmak şeklinde pratiğe dökülür.” şeklindedir (Türkmen, 2015). Veganlık yalnızca yemek masasından ibaret olmamaktadır. Mutfağın çok ötesinde başlayıp yaşam tarzının değişmesine neden olan bir felsefedir. Vegan yaşam tarzı; kozmetik, kıyafet, ev temizlik malzemeleri gibi yaşamın birçok noktasında etkisini sürdürmektedir. Vegan yaşam biçimi sadece bitkisel temelli beslenmeye

dayanmamaktadır. Ayakkabı, çanta, kemer, kaban gibi her türlü ürün için bir canlıya zarar verilmesine karşı çıkan bir anlayış ortaya koymaktadır (Jamieson, 2017: 13).

Bazı yazarlar veganizmin kökeninin Asya'dan geldiğini savunmaktadırlar (Kansanen, 2013, s.5). Veganizm 1944 yılında Vegan Derneğinin, İngiliz Vejetaryen Topluluğu dergisinde yapmış oldukları bir tartışma sonucunda ortaya çıkmıştır. Tartışma, insan diyetinde hayvan ürünlerinin uygun olup olmadığı üzerinedir (Wrenn, 2017, s.192). The Vegan Society (2020)'e göre vegan; "Hayvanların gıda, giyim ya da herhangi başka bir amaçlarla maruz kaldıkları sömürü ve zulmün her türlüşünden (uygulanabilir olan en mümkün boyutlarda) kaçınan ve ayrıca insanlar tarafından, hayvanların ve çevrenin yararına, hayvan kullanımı içermeyen alternatiflerin geliştirilmesini ve kullanımını teşvik eden felsefe ve yaşam biçimidir. Veganlık, tamamen veya kısmen hayvanlardan üretilen tüm ürünlerin diyet terimlerinden çıkarılması" olarak tanımlanmaktadır (The Vegan Society, 2020).

Latince "vegutes" kelimesinden türeyen Vejetaryen kelimesi, hayat dolu, sağlıklı, canlı anlamına gelmektedir. Vegandan farklı olarak isteğe bağlı yumurta, süt ve süt ürünlerinin tüketildiği beslenme biçimidir (Kuz, 2018). Vejetaryen Topluluğu vejetaryen kelimesini, "Hayvansal kökenli yiyeceklerin bir kısmı veya tamamından uzak durarak uyguladıkları diyet" olarak tanımlamaktadır (Ponzio, Mazzarini, Gasperi, Bottoni ve Vollarani, 2015, s.370).

2.1.2. Veganlık ve Vejetaryenliğin Ortaya Çıkışı

Vegan kültürünün temeli, hayvanların yetiştirilmesinin uygun şartlarda gerçekleştirilmesi gerektiği ve hayvanlara eziyet edilmesinin doğru olmadığını savunan kişiler tarafından ortaya atılan "Hayvana Saygı" temelinde doğduğu ifade edilmektedir. 1 Kasım tarihi bu kültürü benimseyen kişiler tarafından Dünya Vegan Günü olarak kutlanmaktadır (Vegan Beslenme, 2020). Vegan beslenme hayvansal içerikli olan hiçbir ürünün kullanılmadan, bunların yerine sadece sebze, baklagil, meyve, tahıl ve kabuklu yemiş gibi gıdaların tüketilmesini ifade etmektedir (Melina, Craig ve Levin, 2016; Sneijder ve Molder, 2009, s.622). Veganizmi yaymaya yönelik çalışan sosyal hareket örgütleri bulunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık olarak 1,7 milyon vegan kişi ve vegan dernek üyeleri bulunmaktadır (The Vegan, Society, 2020). Hayvan haklarını korumaya yönelik toplumsal bir hareket olarak ifade edilen veganlık, hem alternatif diyet şekli oluşturmakta hem de tüketicilerin kimlikleri hakkında bilgi vermektedir (Ulusoy, 2015, s.419).

Vegan beslenme biçiminin günümüzde oldukça yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. Dolayısıyla Dünya çapında birçok organizasyon arasında yer almaya başlamıştır. Bu organizasyonlardan biri de Vegan Festivalleridir. Uluslararası vegan festivalleri toplam 29 ülkede yapılmaktadır. Bu ülkeler arasında yer alan Türkiye’de VegFest Didim ve İstanbul illerinde yapılan festivaller bulunmaktadır. Türkiye de ilk vegan Festivali 28-31 Mayıs 2019 tarihleri arasında Didim’de yapılmıştır. “Yaşam Dolu Festival” ünvanını alan Didim Vegfest, sadece hayvan özgürlüğü değil, aynı zamanda beden ve ruh sağlığı, ekoloji ve iklim üzerinde farkındalık yaratmayı hedeflemektedir. Festivallerde vegan sosisli sandviç, vegan kokoreç, vegan lahmacun gibi hayvansal ürünler içermeyen Dünya mutfağından ve yöresel mutfaktan lezzetler yer almaktadır. Didim VegFest’de Türkiye’nin yöresel lezzetleri içerisinde yer alan kabak çiçeği dolması, enginar ve diğer zeytinyağı yemekler bulunmaktadır (Vegan Festivals, 2020).

Vejetaryen beslenme tarihi ise, M.Ö 6.yy’da eski Yunanistan’da gizemli din olarak bilinen Orphic ya da Orphism takipçileri tarafından başlatıldığı ifade edilmektedir. Etik vejetaryenliğin babası olarak ise Yunan filozof olan Pisagor kabul edilmektedir. Pisagor ve sonrasında birçok bilim insanı tarafından vejetaryen beslenmenin kabul edilmesiyle yayılarak Rönesans Dönemi’nde vejetaryen beslenme şeklini benimseyen kişilerin sayısı artmıştır. İlk Vejetaryen toplumu 1847 senesinde İngiltere’de kurulmuştur. Sonraki yıllarda sayı artarak 1908’de Uluslararası Vejetaryen Topluluğu, 1985’te Avrupa Vejetaryen Birliği kurulmuştur. Böylece zamanla tüm dünya genelinde vejetaryen toplulukları ortaya çıkmaya başlamıştır (Leitzmann, 2014: 496). Vegan ve vejeteryan kişiler bazı ideolijiler doğrultusunda et yememeyi tercih etmektedir. Bu tercihlerin sebebi genellikle dini olmaktadır. Bu duruma örnek olarak Hinduizm, Jainizm ve Budizm verilebilir. Hinduizm de ineklerin kutsal sayılması sebebiyle vejetaryenlik dinin bir parçası olmaktadır. Jainizm dininde ise vejetaryenlik herkes için zorunlu bir hale getirilmiştir (Phillips, 2005, s.134).

Vejetaryen beslenme biçimi uzun zamandır var olmasına rağmen bu şekilde beslenen kişilerin sayısı 20. Yy. itibariyle hayvan hakları, dini ve ekonomik sebeplerle artış göstermiştir (Balcı, 2018, s.5). Günümüze yaklaştıkça daha da artan bu sayı nüfusun %10’una denk gelmektedir. Vejetaryen beslenmenin tercih edilme sebebi sadece etnik ve ekolojik sebepler değil, sağlık nedenleri ile de ilgili olabilmektedir

(Rizzo, Lagana, Rapisarda, La Ferrera, Buscema ve Rossetti 2016, s. 1). Kuzey Amerika Vejetaryen Derneği tarafından ilk olarak 1977’de Dünya Vejetaryen Günü olarak kutlanmasının ardından, Uluslararası Vejetaryenler Birliği tarafından bu kutlamanın resmi kabul etmesiyle dünya genelinde kutlanmaya başlanmıştır. Her sene 1 Ekim ile başlayan ve bir hafta süresince devam eden Dünya Vejetaryen Günü çeşitli etkinlikler ile kutlanmaktadır. Vejetaryen Günü Türkiye’de 2009 yılında kutlanmaya başlamıştır. Türkiye’de ilk resmi faaliyet gösteren kuruluş Türkiye Vegan & Vejetaryenler Derneğidir (Tunçay Son ve Bulut, 2016, s.833). Tüketicilerin birtakım rahatsızlıkları veya beslenme engelleri sebebiyle yiyecek içecek işletmelerinde farklılık arayışı kendi beslenme şekillerine yönelik menülerin varlığı işletmeler açısından rekabet ortamında önem kazanmaktadır (Sezgin, Zerenler, Karaman, 2008, s. 129).

2.1.3. Veganlık ve Vejetaryen Beslenme Biçiminin Özellikleri

Geçmişten günümüze vegan beslenmenin uygulanması daha kolay olmaktadır. Bunun sebebi gıdaların daha ulaşılabilir olması ve vegan beslenmeye yönelik farkındalığın çok yönlü hala gelmesi olarak ifade edilebilir (Elorinne, Alfthan, Erlund, Kivimäki Paju ve Salminen, 2016, s. 2). Dünya genelinde vegan beslenen kişi sayısı tam olarak belirlenemese de özellikle gelişmiş ekonomik anlamda zengin olan ülkelerde daha fazla olduğu ve gittikçe de artış gösterdiği düşünülmektedir (Radnitz, Beezh ve Dimatteo, 2015, s. 31).

Vegan beslenmede hayvansal herhangi bir gıda asla bulunmamaktadır. Yalnızca hayvan eti değil, bu hayvanlardan sağlanan süt, yumurta ve bal gibi gıdalarda tüketilmemektedir. Vegan beslenmede sadece sebze, meyve, bakliyat, fındık ve tahıl gibi ürünler benimsenmektedir (Greenebaum, 2012, s.129; The Vegan Society, 2020). Veganlık bir yaşam biçimi olmaktadır. Bu sebeple sadece beslenme değil, bunun yanı sıra kıyafet, kozmetik ve temizlik malzemelerinde hayvansal içerikli ürünler tercih edilmemektedir (Tural, 2018: 7). Vejetaryen beslenmede ise, sadece hayvan etleri beslenme dışında bırakılmaktadır (Mangels, 2014, s.469, Tonstad, 2009, s. 791). Vejetaryen beslenen kişilerin diyetlerinde meyve, sebze, tahıl, bakliyat ve fındık yer almaktadır. Bu kişilerin yemekleri genellikle C, E, B12 ve magnezyum açısından zengindir. Vejetaryen bireyler beslenmelerinde bu vitaminlere yer vererek vücudun alması gereken vitamin ve mineralleri dengelemektedirler (Key, Appleb ve Rosell, 2006, s. 36).

Vegan ve Vejetaryen beslenme biçimlerinin kendi içinde farklı grupları bulunmaktadır. Veganlar; zenmakrobiyotik, fruvitarianlar ve ravistler olarak gruplara ayrılmıştır. Bu guruplarda vegan beslenme biçimi benimsenmesi ile birlikte birtakım farklılıklar bulunmaktadır. Vejetaryenlar ise; lakto ovo vejetaryen, ovo vejetaryen, lakto vejetaryen, pesko vejetaryen ve semi vejetaryen olarak gruplandırılmaktadır (Rizzo ve diğerleri, 2016, s. 1).

Vegan beslenme biçimini benimseyen gruplar (Karabudak, 2012, s. 7);

- **Zenmakrobiyotikler;** beslenme biçimleri yalnızca meyve, sebze, baklagiller ve tahıllardan oluşmaktadır. 1900'lü yıllarda Japon George Ohsawa tarafından geliştirilen bu beslenme biçiminin amacı, tahıl ağırlıklı bir diyet uygulamaktır. Tahıl içerikli besinlerin yanında diyeti tamamlayıcı besin tüketimi olarak sebze ve baklagiller tercih edilmektedir.
- **Fruvitarianlar (Früsitistler);** tükettikleri ürünlerin yeniden toprağa dönerek büyüme döngüsünün devamlılığına inanmaktadır. Bu sebeple yalnızca meyve, kabak, salatalık, biber gibi besinleri tüketmektedirler.
- **Ravistler;** besinlerin değerini yitirmeden çiğ olarak tüketmektedirler. Birçok alternatif diyet tercihlerinden biri olan çiğ yiyecek diyetleri de batı ülkelerinde gittikçe yaygınlaşmaktadır (Kwanbunjan, Kwanbunjan, Koebnick, Strassner ve Leitzmann, 2000: 12). Daha sağlıklı gıda ürünlerine olan tüketici ilgisinin artışı, tüketicileri çiğ beslenmeye yönlendirmektedir (Koebnick, Heins, Hoffmann, Dagnelie ve Leitzmann, 2005). Vejetaryen beslenme biçimini benimseyen gruplar (Rizzo ve diğerleri., 2016, s. 1);
- **Lakto-ovo vejetaryen (LOV);** et, balık ve kümes hayvanlarını tüketmemektedir. Hayvansal ürün içermeyen besinleri tüketmektedirler ancak yumurta, süt ve süt ürünlerini kullanmaktadırlar. Lakto kelimesi süt, ovo kelimesi ise yumurta anlamına gelmektedir. İsminden de anlaşıldığı gibi tek farkı beslenmede yumurta, süt ve süt ürünlerinin tüketilmesidir.
- **Ovo vejetaryen (OV);** hayvansal ürünlerin tüketilmediği fakat yalnızca yumurtanın tüketildiği beslenme biçimidir. Ovo vejetaryen beslenme biçimi veganlara oranla daha esnek olmaktadır. Yumurta anlamına gelen Ovo kelimesi yumurta yiyebilen kişiler olarak tanımlanmaktadır.

- **Lakto- vejetaryen (LV);** hayvansal ürünlerde yalnızca süt ürünlerinin tüketildiği beslenme biçimidir. Vegan beslenen bireylere oranla daha esnek bir yaşam biçimi benimsenmektedir.
- **Pesko-vejetaryen;** hayvan eti olarak sadece balık ve deniz ürünleri tüketmektedirler. Bu ürünlerinde omega-3 kaynağının fazla olmaktadır. Bu sebeple pesketaryen kişilerde alzheimer, kemik hastalıkları, göz hastalıkları gibi oluşabilecek hastalıklara yakalanma oranı daha düşüktür.
- **Semi-vejetaryen;** arada sıra balık, kümes ve et ürünlerini tüketebilen beslenme tarzıdır. Yarı vejetaryen olarak isimlendirilen bu tür, diğer türlere oranla daha esnektir.

Ulusal Vejetaryen Derneği olan Vegetarian Society tarafından yapılan vejetaryen tanımına göre diyetle hiçbir şekilde et tüketilmemektedir. Bu sebeple, Pesko-vejetaryen ve Semi-vejetaryen beslenme tarzını benimseyen bireyler Vegetarian Society tarafından vejetaryen olarak kabul edilmemektedir (Tunçay-Son, 2016: 7).

Yukarıda bahsedilen beslenme biçimini tercih eden birçok kişi bulunmaktadır. Dünya genelinde çok fazla kişi vegan ve vejetaryen yaşam biçimini tercih etmesine rağmen ülke nüfuslarının yalnızca küçük bir kısmını oluşturmaktadır (Key ve diğerleri, 2006: 35).

2.1.4. Veganlık ve Vejetaryan Beslenme Biçimini Tercih Etme Nedenleri

Vegan ve Vejetaryan beslenme biçimini için çeşitli tercih sebepleri bulunmaktadır. Bunlar, sağlık, kültürel, ekofenizim ve hayvan hakları sebebiyle açıklanabilmektedir:

Sağlık sebebiyle vegan/vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Sağlık, DSÖ tarafından, “sadece hastalık ya da sakatlığın olmaması değil; biyolojik, psikolojik, toplumsal açıdan tam iyilik hali” olarak tanımlanmaktadır (Çobanoğlu, 2009). Yapılan çalışmalar et yemeyen kişilerin et yiyen kişilere göre daha sağlıklı olduğunu göstermektedir. Vegan/Vejetaryen beslenen bireylerin şeker hastalığı, obezite, kalp-damar hastalıkları, damar sertliği, yüksek tansiyon gibi hastalıkların daha az görüldüğü ve bu kişilerin kolestrol düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Ayrıca Vegan/Vejetaryen beslenen kişilerde kronik kalp hastalığına %30 daha az rastlandığı gibi, kansere yakalanma olasılıkları da daha azdır. Fakat burada en önemlisi yeterli ve dengeli beslenmektir. Vegan/Vejetaryen bireyler yeteri kadar besin alamadıklarında anemi, B12 eksikliği, osteoporoz gibi hastalıkların görülebileceği

belirtilmektedir (Karabudak, 2008; Lap ve Sabate, 2014; Dyett, Rajaram, Haddad ve Sabate; 2014; Pilis, Stec, Zych ve Pilis, 2014; Yokoyama, Barnard, Levin ve Watanabe 2014). Sağlıklı bir bedene sahip olma düşüncesiyle yoga eğitmenleri de Vegan/Vejetaryen beslenmeyi önermektedir. Et yiyen kişilerin daha hoşgörüsüz, kıskanç, sinirli, saldırgan, negatif görüşlere sahip olduğu düşünülmektedir (Ramaray, 2015).

Kültürel sebeplere de vegan/vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Besinlerin hem üretim hem de tüketim sürecinde kültürel farklılıklar etkili olmaktadır (Beşirli ve Kimlik, 2010). Bireylerin doğal çevre ve hayvanlarla olan ilişkisi, hayvansal ürünlerin beslenme listesinde yer alıp almayacağı, onların içinde yaşadıkları toplumun beslenme kültürü sonucunda gelişmektedir. Örnek olarak fare yemeği birçok kültürde kabul görmemesine rağmen Afrika'nın bazı bölgelerinde ilkel kabilelerde avcılık ile babadan oğula öğretilen bir davranış olması sebebiyle bu yemek kültürünün bir parçası olmaktadır (Güvenç, 2010).

İnsanların hayvanları evcilleştirmeleriyle başlayan hayvanları kullanma durumları bu hayvanların et, süt gibi ürünlerinden de yararlanılmasını sağlamıştır. Hayvanların evcilleştirilmesi sürecinde hayvanlarda bazı evrimsel değişimler meydana gelmiştir (Kottak, 2002). İnsanların göçebe yaşamları sebebiyle geçim kaynakları hayvancılık olmuştur. Yerleşik hayata geçtikten sonra tarım başlamış olsa da hayvancılık devam etmiştir (Kobyay, 2013). Türklerinde tarihsel süreçleri incelendiğinde tıpkı diğer toplumlar gibi hayvansal ürünlerin tüketiminin oldukça çok olduğu görülmektedir (Ertaş, 2013).

Toplumların kültürel yapılarına göre bazı geleneksel günlere hayvanların tüketimi dahil olmaktadır. Örnek olarak, şükran günlerinde hindi yemek verilebilir (Pollan, 2009; Safran, 2015). Türkiye içinde Kurban Bayramı örnek gösterilebilir. Hayvanların farklı şekillerde değerlendirilmesi kültürel bir öğrenme olarak değerlendirilmektedir. Kedi ve köpek gibi bazı hayvanlar evcil olarak evde bakılmakta ve sevilmektedir. Domuz, inek, tavuk ve keçi gibi hayvanlar ise yemek olarak tüketilmektedir. Hayvanların bazılarının yemek için var olduğunun düşünülmesi kültürel bir öğrenmedir. İnsanların çoğu inek ve keçi gibi belirli hayvanların yemek için kullanılmasını etik olarak uygun kabul etmektedir. Bu kültürel davranış ile büyüyen çocuk genellikle ileriki hayatında da bu davranışı devam ettirecektir (Safran, 2015). Fakat insan hayvan etkileşimi arasında bir tutarsızlık söz konusudur.

İspanya’da yapılan boğa greşlerini veya Kanada’da fok balıklarının öldürülmesini protesto edenler, hayatlarını kafeslerde geçiren tavukların yumurtalarını tüketmeye devam etmektedir (Singer, 2005).

Ekofeminizm sebebiyle de vegan/vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. İlk defa 1974 yılında Fransız feminist Françoise d’Eaubonne tarafından ortaya atılan Ekofeminizm terimi hem feminist hem ekolojist çevrelerin düşünsel yapılarının bileşimden gelişmiş bir kavramdır. Feminist ve ekolojist çevrelerinin buluştuğu ortak noktaları doğa ve kadın üzerindeki ataerkil baskıcı tutum olarak ifade edilmektedir. Ekofeministler, doğanın ve doğal dünyaya daha yakın olduğuna inanılan kadınların erkekler tarafından sömürüldüğünü savunmaktadır (obanoğlu, 2003).

İnsanın doğal evre ile olan ilişkişi önceleri barışçılken daha sonra insanların doğayı tahrip ederek, doğal kaynakların sürdürülebilirliğini ortadan kaldırırcasına hesapsızca tüketmeye başlaması doğal kaynakların ve bazı hayvanların yok olmasına sebep olmuştur. Vegan/vejetaryen beslenme biçimi ekolojik ortama daha az zarar vermektedir. Hayvancılık ve tarım karşılaştırıldığı zaman ikisinin de ekolojiye zarar vermesine rağmen hayvancılığın zararının daha büyük olduğu görülmektedir. Ayrıca hayvancılığın artmasıyla birlikte daha çok hayvan beslenmek durumunda kalınmaktadır. Beslenmeleri gereken bu hayvanlar ise tarım arazilerinin yok olmasına sebep olmaktadır (Sabat ve Soret, 2014). Bununla birlikte iklim değişikliklerinden de bahsedilmektedir.

Et talebine cevap verebilmek için et üreten fabrikalarında havanın ve suyun kirlenmesine neden olan büyük oranda fosil yakıt üretilmektedir. Hayvancılık ele alınırken toprak erozyonu, toprağın bozulması, iklim değişikliği, hava ve su kirliliği, lleşme ve biyodeğişim gibi sorunlarında değerlendirilmesi gerekmektedir. Hayvancılık ve hayvan yemi yetiştirmek amacıyla amazon ormanlarının %70’i tahrip olmuş durumdadır. Bu durum bazı canlı türlerinin tükenmesine sebep olmaktadır (Safran, 2015; zkan, 2014). Vejetaryen beslenme tarzının ekolojik olarak olumlu olduğu savunan Greenpeace, böylece karbon ayak izinin daha az olacağını ve hayvanların eziyet görmesi sonucu sağlıksız ürünlerin ortaya çıktığını ifade etmektedir (Greenpeace, 2011).

Hayvan haklarının ihlal edilmesi sebebiyle de vegan/vejetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Hayvanlar üzerinden ekonomik kazanç elde etmek isteyen insanlar onlara eziyetler yaşatarak kullanmaktadır. Yumuşak açık pembe renkli et üretimi sağlamak amacıyla buzağular hareket edip kas tutmasını engelleyen dar bölmelerde tutulmaktadır. Yeni doğan buzağı 40 kg kadarken 16 hafta boyunca bu şekilde 180 kg civarına ulaştırılmaktadır (Çoban, Hamamcı ve Keleş, 2012). Domuz ve tavuk gibi diğer çiftlik hayvanları da bu tarzda çeşitli işkencelere maruz kalmaktadır. Kafeslere takılmaması için tavukların kanatlarının kesilmesi, kalabalıkta birbirlerini gagalamasınlar diye gagalarının bir bölümünün kesilmesi, yumurta üretiminde kullanılmayan erkek civcivlerin öldürülmesi, tüylerinin kolay yolunması için başları kesilen tavukların canlı canlı kaynar suya atılması gibi birçok örnek sunmak mümkündür (Degrazia, 2002; Demirağ, 2012). Bununla beraber zevk amaçlı birtakım kötülöklere maruz kalan hayvanlarda söz konusudur. Sirk hayvanları, insanların kendine benzetip konuşurma hazzı için 40 km uçabilme yeteneğine sahip papağanların dar kafeslerde tutulması, kürkleri zarar görmesin diye kafalarına vurularak öldürölen yavru fok balıkları örneklerden sadece bir kaçıdır (Demirağ, 2012).

Çeşitli sebepler vegan beslenme tarzının bir yaşam şekli olarak kabul görmesi ve bu bağılı olarak çıkan haberler, yapılan festivaller gibi yeni olguların varlığı vegan/vejetaryen bireylerin sayısının da artmasına sebep olmuştur. Bu artış birçok farklı sektörün etkilenmesine sebep olmuştur. Bu sektörlerin içerisinde bulunan turizm endüstrisinde yer alan yiyecek içecek, konaklama, seyahat işletmeleri gibi paydaşların da artan bu talepler doğrultusunda gelişmelere yönelik hareket etmeleri gerekmektedir. İnsanlar farklı sebeplerde buldukları yerlerin dışına seyahat etmektedir. İlkçağlarda temel ihtiyaçlar olan sağlık, beslenme ve güvenlik gibi sebepler seyahat edilirken günümüzde sürekli yaşanan yerden kaçma, sosyalleşme, inanç, snobizm, alış-veriş, iş ve toplumsal statü kazanma gibi birçok sebeple seyahat edilmektedir (Akgündüz, 2016: 31- 36).

Bireyler seyahatleri esnasında konaklama yaptıkları işletme içerisinde ya da bağımsız olan yiyecek içecek işletmelerine beslenme ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Ayrıca daha önce de belirtildiği gibi sadece seyahat esnasında değil yaşanan yer içerisinde de dışarda yemek yeme olgusu gittikçe artmaktadır. Tüketicilerin birtakım rahatsızlıkları veya beslenme engelleri sebebiyle yiyecek içecek işletmelerinde

farklılık arayışı kendi beslenme şekillerine yönelik menülerin varlığı işletmeler açısından rekabet ortamında önem kazanmaktadır (Sezgin, Zerenler, Karaman, 2008: 129). Dünyada yaşanan hızlı değişim ile birlikte artan küresel rekabet işletmelerin odak noktasının 'yenilik geliştirme' olmasına sebep olmuştur (Elçi, 2007, 2). Turizm işletmeleri içerisinde yer alan yiyecek içecek işletmelerinin de her geçen gün büyümesi ile yeni işletmelerin açılması, rekabeti arttırmaktadır. Dolayısıyla otel ve yiyecek içecek işletmelerinin karlılıkları için yenilikler yapmak zorunlu hale gelmiştir (Sezgin, Zerenler, Karaman, 2008: 129). Bu zorunluluk neticesinde farklı turizm destinasyonlarda farklı turizm çeşitleriyle farklı ürün ve hizmetler turistlere sunulur hale gelmiştir (Aslan vd., 2014).

Turizm hareketleri oldukça geniş bir çerçevede değerlendirilmektedir. Bireyler turizm faaliyetlerine farklı istek ve beklentiler ile katılmaktadır. Dolayısıyla turizm endüstrisi içerisinde yer alan tüm işletmelerin kişilerin istek ve ihtiyaçlarına göre planlar yapması müşteri memnuniyeti ve işletmenin sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir. Bu sebeple turizm işletmeleri arasında yer alan yiyecek içecek işletmelerinin farklı müşteri gruplarına (beslenme engeli olarak diyabet, çölyak, vegan vb.) yönelik münüler oluşturmaları ve bu münülere ilişkin tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapmaları işletmelerin yararına olacaktır (Cömert ve Özkaya, 2014). Yiyecek-içecek işletmelerinin münülerinde farklı diyetlere uygun yiyecek-içecekler yer vermeleri bununla birlikte beslenme engellerine yönelik yeni münüler oluşturmaları rakipleri karşısında rekabet avantaj sağlayacaktır (Kozak, 2006; Sökmen, 2005).

Birçok alternatif diyet tercihlerinden vegan diyetleri batı ülkelerinde gittikçe yaygınlaşmaktadır (Kwanbunjan, vd. 2000: 12). Daha sağlıklı gıda ürünlerine olan tüketici ilgisinin artışı, tüketicileri vegan/vejetaryen beslenmeye yönlendirmektedir (Koebnick vd. 2005). Günümüzde, vegan/vejetaryen diyetleri, Almanya da dahil olmak üzere batı ülkelerinde gittikçe yaygınlaşmaktadır. Dünya'da önemli hale gelen vegan/vejetaryen beslenme sağlıklı yaşamın bir parçası olarak tercih edilir hale gelmesi turizm işletmelerinin menüleri içerisinde yer alması işletmelerin farklılaşmasında önemli bir rol oynayacak ve işletmenin rekabet avantajını arttıracaktır (Tural, 2018).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.1. Yöntem

Bu bölümde tez araştırmasının amacı ve önemi çerçevesinde; söz konusu araştırmanın varsayımı ve sınırlılıkları, modeli ve hipotezleri, evreni ve örneklemini ile araştırma verilerinin ne türlü bir veri toplama aracı kullanılarak toplandığı ve toplanan verilerin hangi analiz süreçlerine tabi tutulduğuna dair bilgilere yer verilmiştir. Son olarak ise araştırma verilerinden yola çıkılarak ulaşılan bulguların nasıl yorumlandığı gibi soruların cevapları verilmiştir.

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye’deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen iş görenlerin vejetaryen/vegan olgusuna yönelik geliştirdikleri tutumlarının ve yine bu olguya yönelik bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Alt amaçları bakımından değerlendirildiğinde bu araştırma, özgün formu Rivera ve Shani (2013) tarafından geliştirilen “Vejetaryen Besinlere Yönelik Genel Tutumlar” ölçeğini Türkçe’ye uyarlayarak geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını yapmaktır. Rivera ve Shani (2013)’nin araştırmasında geçerlik ve güvenilirlik analizleri test edilmeyen ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılarak vejetaryen/vegan olgusunu şekillendiren çok sayıdaki ifadenin az sayıda faktörle (değişkenle) açıklanmasını sağlamak amaçlanmıştır. Araştırmanın bir diğer alt amacı ise vejetaryen/vegan beslenme tarzını benimsemiş olan müşterilerin/tüketicilerin ilgili sektördeki işletmelerden ne türlü taleplerinin olduğu, vejetaryen/vegan müşteri/tüketici şikâyetlerinden yola çıkarak yordanmaya çalışılmasıdır.

Bu araştırma, Türkiye’deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen paydaşların (mutfak personeli, servis personeli, restoran müdürü, işletme sahibi vb.) vejetaryen/vegan olgusuna ilişkin genel tutumlarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından önem arz etmektedir. Yine bu araştırma, sektörün ve sektör çalışanlarının görece yeni bir akım olan vejetaryen/vegan fenomenini ne kadar yakından tanıdığı ve bu fenomen ile ilgili doğru ve yanlış bilgileri birbirinden ayırt edebilme yetilerinin ne düzeyde olduğu ortaya çıkarılarak, vejetaryen/vegan fenomeninin yiyecek/içecek sektörü içerisinde bir mit mi yoksa her detayıyla bilinen bir gerçek mi olduğunu saptamak açısından önemlidir. Bununla birlikte

vejetaryen/vegan beslenme bağlamında incelenen genel tutumların hangi değişkenler tarafından oluşturulduğunu gün yüzüne çıkarmak da araştırmayı konuya ilişkin alanyazında önemli kılan bir diğer husustur. Ayrıca söz konusu ölçeğin Türkçe'ye uyarlanıp, geçerlik ve güvenilirlik çalışmasının gerçekleştirilmesi ile birlikte, konu üzerine araştırma yapmak isteyen yerli araştırmacıların faydalanabileceği bir form haline dönüşmesi ilgili alanyazını zenginleştireceği için de önem arz etmektedir.

Son olarak, ilgili alanyazında vejetaryenliğin ve veganlığın, yiyecek/içecek sektörü özelinde bir araştırma konusu olarak büyük ölçüde göz ardı edilmesi (Rivera ve Shani, 2013, s. 1050) ve vejetaryen/vegan müşteri/tüketicilerin isteklerinin karşılanmasında ortaya çıkan engellerin açıkça irdelenmemesi, böylesine önem arz eden bir kavrama dair halen karanlık kalmış noktaların olabileceği sonucunu düşündürmüştür. Dolayısıyla bu araştırma, spesifik anlamda gastronomi alanyazına yararlı bilgiler sunmasının yanı sıra yiyecek/içecek işletmeleri için de birtakım çıkarımlarda bulunulmasına olanak sağlaması açısından önem arz etmektedir.

3.1.2. Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bilimsel nitelikli bir araştırmalarda araştırma amacına hizmet eden birtakım referans noktalarının doğruluğunu kanıtlamak zaman, maliyet ve emek açısından oldukça ciddi düzeyde kaynak tüketilmesine neden olabilmektedir. Dahası ölçülebilir özellikleri olmadığından ötürü bazı durum, olgu ve yapılarında doğruluğunu kabul/reddetmek olanaksız bir hal alabilmektedir. Bu nedenle araştırma ile ilgili bazı noktaların doğruluğunun kanıtlanmasına gerek görülmeden, doğruymuşçasına kabul edilmesi ilkesi araştırmanın varsayım (lar)ı anlamına gelmektedir. Bu araştırmanın da 2 temel varsayımı bulunmaktadır. Bunlar;

1. Araştırma kapsamında kendilerine anket uygulanan 389 yiyecek/içecek sektörü çalışanının ankette yer alan ifadeleri dikkatle okuyarak söz konusu ifadeye ilişkin kendi duygu ve düşüncelerini en iyi şekilde yansıtan cevap seçeneklerini içtenlikle işaretledikleri varsayılmıştır.
2. Araştırma ölçeklerinin vejetaryen/vegan ürünlere ve beslenme alışkanlığına dair anket katılımcılarının tutumlarını ve bilgi düzeylerini yeterli düzeyde ölçtüğü varsayılmıştır.

Araştırmanın varsayımları ile birlikte incelenmesi gereken bir diğer kavramda araştırmanın sınırlılığıdır. Burada sınırlılıktan kastedilen ise araştırmaya dâhil edilmek

istense de bazı zorluklar nedeniyle (zaman, maliyet, emek, yapısal sorunlar, teknik sorunlar vb.) araştırma kapsamının dışında tutulan durumlardır. Bu araştırmanın en temel sınırlılığı ise araştırmanın seçmiş olduğu örneklem ile ilgilidir. Buna göre bu araştırmada ulaşılan örneklem coğrafi anlamda sadece İstanbul İli ile sınırlı tutulmuştur.

3.1.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın hipotezlerinden ilk altı tanesinin sınanması amacıyla geliştirilen model, nicel araştırma desenleri dâhilindeki nedensel karşılaştırma yöntemidir. Nedensel karşılaştırma yöntemi, henüz yaşanmış ya da halen yaşanmakta olan bir duruma/olaya sebep olan gerekçeleri, bunlara etki eden faktörleri ve etkinin sonuçlarını ortaya çıkarmaya yönelik bir araştırma modelidir. Bu noktada meydana gelen bir durumun/olayın nedenlerini saptamak adına, söz konusu duruma/olaya belirli ölçülerde maruz kalan ya da hiçbir şekilde bu durum/olaydan etkilenmeyen birey grupları arasında karşılaştırmalar yapılabilmektedir. Nedensel karşılaştırma modeli araştırmalarda araştırmacı ilgi duyduğu olayı neden-sonuç bağlamında irdelerken araştırma modeline konu olan bağımsız değişkenlere dışarıdan herhangi bir müdahalede bulunulmaz. Örneğin, yaşanmış bir deprem vakasından psikolojik anlamda etkilenen ve etkilenmeyen iki farklı birey grubu üzerine bir araştırmada yapılacak olursa, bu iki grup (kategorik bağımsız değişkenler) araştırmacının manipülasyonu neticesinde ortaya çıkmaz, aksine durumun/olayın (depremin) doğal gelişimi içinde kendi kendine belirmektedir (Akarsu ve Akarsu, 2019, s. 23-24).

Araştırmanın son hipotezinin sınanması amacıyla tercih edilen model ise ilişki tarama yöntemidir. Bu yöntem, birden fazla değişkenin birlikte değişim gösterip göstermediğini ve şayet değişkenler arası değişim var ise bu değişimin ne kadar güçlü/zayıf gerçekleştiğini ortaya çıkarmak için uygulanmaktadır (Karasar, 2011, s. 81).

Araştırma katılımcılarının vejetaryen/vegan besinlere yönelik genel tutumlarının ve bilgi düzeylerinin, onların bazı demografik özelliklerine göre değişim gösterip göstermediğini betimleyen araştırma hipotezlerine aşağıda yer verilmiştir.

H₁: Kadın ve erkek yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₂: Farklı yaş grubundaki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₃: Farklı öğrenim durumuna sahip yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₄: Yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının meslekte çalıştıkları süreye göre vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₅: Farklı alanlarda öğrenim görmüş yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₆: Farklı görevdeki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır.

H₇: Katılımcıların işyerindeki görevleri ile vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili görüş, tutum ve bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır

3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Evren, araştırma verilerine uygulanan analizlerin sonucu erişilen bulguların genelleştirilebileceği, bir başka deyişle veri analizi çıktılarının geçerli olacağı ve yorumlanacağı bütün bir kitleyi (insan, şehir, meslek grubu, plankton vb.) ifade etmektedir. Örneklem ise araştırma evreninden seçilen ve seçildiği araştırma evreni yeterli düzeyde temsil ettiği düşünülen görece daha küçük birimdir (Başaran, 2017, s. 482-483). Evren ve örneklem tanımlarının işaret ettiği ana prensipler dikkate alındığında bu araştırmanın evrenini, Türkiye’de yiyecek/içecek sektöründe hizmet veren işletmelerin personelleri oluşturmaktadır. Ancak evrenin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından çalışma İstanbul’la sınırlandırılmıştır. Araştırma evrenini İstanbul olarak belirlenmesinin temel nedeni şehirde yaşayanların sayıca Türkiye’de en fazla nüfusa sahip olması, şehrin yılın 12 ay’ı turist alan bir şehir olmasından dolayı en fazla yiyecek-içecek sektörü çalışanın İstanbul’da olduğu varsayımından yola çıkarak çalışma evreni İstanbul olarak belirlenmiştir. İstanbul’da çalışan mutfak ve servis elemanlarının sayısı ise tam olarak bilmediğinden örneklem büyüklüğünün

belirlenmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından $d = \pm .05$ örneklem hatası ve $p = .05$, $q = .05$ güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon (maximum evren büyüklüğü) olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiğinin belirtilmiş olduğu Örneklem Büyüklüğü Tablosundan yararlanılmıştır. Bu verilerden hareketle örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiştir. Örnekleme alınacak mutfak ve servis çalışanlarının seçiminde kasti örnekleme yöntemi kullanılarak araştırmacı tarafından İstanbul’da çalışan servis ve mutfak çalışanlarına hazırlanmış olan anket uygulanmıştır. Çalışmada kasti örnekleme yönteminin kullanılmasının nedeni ise İstanbul’da çalışan mutfak ve servis elemanlarının net sayısına ilişkin herhangi bir bilginin bulunmamasıdır.

3.1.5. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Aracı ve Teknikleri

Bu araştırmanın veri toplama aracı, Google Drive uygulaması üzerinde hazırlanan ve araştırma örneklemini oluşturan katılımcıların e-mail hesaplarına iletilerek bu katılımcılara dijital ortamda doldurtulmuş olan on-line anket tekniğidir. On-line anket formu üç ayrı kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım, katılımcıların çeşitli demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, işletmedeki görev, mesleki eğitim aldığı alan, meslekte çalıştığı süre, vejetaryen/vegan beslenme alışkanlığını benimsemiş müşterilerden alınan şikâyetler) ilişkin bilgi ve verileri içeren kısımdır.

Formun ikinci kısmında ise restoranlarda gerek iş gören (mutfak personeli, servis elemanı) gerekse karar verici (restoran müdürü, restoran sahibi) pozisyonlarında görevli olan bireylerin vejetaryen/vegan besinlere yönelik tutumlarını incelemeyi amaçlayan, Rivera ve Shani (2013) tarafından geliştirilen “Vejetaryen Besinlere Yönelik Genel Tutumlar” ölçeği yer almaktadır. Vejetaryen beslenme tarzı ile ilgili yiyecek/içecek sektörünün temel paydaşlarının görüş yelpazesini hemen her yönüyle temsil etmeyi amaçlayan ilgili ölçek, bu amaç doğrultusunda hem olumlu ifadeler (örneğin, vejetaryen yemek yüksek besin değerine sahiptir) hem de olumsuz ifadeleri (örneğin, vejetaryen yemekleri sıkıcı ve sönüktür) bünyesinde barındırmaktadır. Bununla birlikte ilgili ölçek farklı bir kültür ve dilden uyarlama bir ölçek olması nedeniyle ölçeğin uyarlanma aşamasında en kritik nokta olan orijinal dilden Türkçe ‘ye çeviri sürecini aktarmak faydalı olacaktır. Buna göre çeviri işlemi, hem ölçeğin orijinal yazım dili olan İngilizceyi hem de ölçeğin çevrilmesi gereken hedef dil olan Türkçe ‘yi akıcı konuşabilen, bu dillerde yazabilen ve ölçülen yapı (vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutum) hakkında kısmen de olsa bilgi sahibi olan bir çevirmen

tercih edilmiştir. Dahası, uyarlama ölçeklerin çevirisi konusunda temel bir prensip olan orijinal dilden (İngilizce) hedef dile (Türkçe) çeviri yapıldıktan sonra ölçek ifadelerinin tekrar orijinal diline çevrilmesi yöntemi de (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 41) söz konusu uyarlama çalışmasının daha sağlıklı sonuçlar vermesi adına benimsenmiş ve uygulanmıştır. Orijinal ölçek toplan 21 ifade içerirken, bu araştırmada ise araştırmancının ölçmeye çalıştığı yapıyı ve dokuyu bozmayacak bir şekilde araştırma amacı ile uyumlu olan 3 ifade daha ölçeğe eklenerek toplam ifade sayısı 24'e çıkarılmıştır. Son olarak, orijinal ölçek sadece vejetaryen beslenme biçimi ve vejetaryen ürünlere yönelik tutumları ölçen bir yapıyken, bu araştırma vejetaryen ve vegan olgularını paylaştıkları temel beslenme ilkeleri açısından homojen kavramlar olarak varsaymış ve ölçekte yer alan ifadeler de bu doğrultuda revize edilmiştir.

On-line anket formunun son kısmı ise Kuz (2018) tarafından geliştirilen ve aile hekimlerine uygulanan “Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri” ölçeğinden oluşmaktadır. Ölçek, katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumlarını, vejetaryen/vegan beslenmenin besin öğeleriyle ilişkisine yönelik bilgi düzeylerini, vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini, vejetaryen/vegan beslenmenin ölüm nedenleriyle ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini ve vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini değerlendirmek amacıyla işlev kazanmıştır.

Toplam 31 ifadeden oluşan ölçeğin 24 ifadesi doğrudan Kuz (2018)'un araştırmasında edinilirken, araştırma amacına katkı vereceği düşünülen 7 ifade ise araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. İfadelerinin betimleyici analizleri (ifadelerin ortalama, standart sapma, frekans değerleri vb.) ayrı bir başlık altında değerlendirilmiştir. Ölçeğin açıklayıcı analizinde (Ki-Kare Analizi) ise bilgi düzeyini ölçen herhangi bir ölçek ifadesinin doğruluğuna ters düşen yanıtlar veren katılımcılar ile ifadenin doğru ya da yanlış bir bilgi içerip içermediğine ilişkin “kararsızım” yanıtını veren katılımcılar söz konusu ifade ile ilgili “doğru bilgiye sahip değil” olarak değerlendirilmiş olup, analizler “doğru bilgiye sahip olanlar” ve “doğru bilgiye sahip olmayanlar” olmak üzere 2 kategorik grup arasında yapılmıştır. Araştırma ölçeklerinin bulunduğu son iki kısımda yer alan ölçek ifadelerinin cevap seçeneklerinde likert tipi beşli derecelendirme kullanılmıştır (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum).

3.1.6. Verilerin Analizi

Ölçeğin ilk kısmında yer alan ve katılımcıların demografik durumunu vurgulayan ifadeler betimleyici analizler (örneğin, frekans analizi) yardımıyla ifade edilmiştir. Vejetaryen /vegan besinlere yönelik genel tutumlar ölçeğindeki sürekli verilerden edinilen değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu basıklık ve çarpıklık değerleri incelenerek saptanmıştır. Normal dağılım gösteren değişkenlere yönelik veriler eğer birbirinden bağımsız 2 grup arasında karşılaştırılmışsa Bağımsız Örneklem T-Testi, 2’den fazla grup arasında karşılaştırılmasında ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Kategorik ölçüm düzeyindeki değişkenlerin farklılık testleri ise Ki-Kare analizi ile test edilmiştir. Ölçeğin güvenirlik test için Cronbach Alfa katsayısından yararlanılırken, ölçeğin yapısal geçerliliği noktasında ise Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) kullanılmıştır. Söz konusu istatistiksel analizler ise SPSS Windows version 24.0 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

3.1.7. Veganlık ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Literatür Taraması

Dilek (2018), dünyada vegan/vejetaryen beslenme tarzını benimseyen kişilerin sayısının artmasıyla vejetaryen/vegan otellerinde artış göstermesinden yola çıkarak dünyadaki vegan/vejetaryen otellerin ülkeler ve kıtalar bazında dağılımlarını yer verdiği çalışmada Türkiye’de bu otellerin mümkün olup olamayacağına yönelik bir tartışma oluşturmayı amaçlamaktadır. Çalışmada “Veggie-hotels” web sitesinden ulaşılan bilgiler doğrultusunda Uluslararası Vejetaryenler Birliği (IVU) birliğine üye olan dünyadaki tüm vejetaryen/vegan otel sayılarına yer verilmiştir. Dünyada vejetaryen/vegan otel sayısı sırayla; Almanya (86), Hindistan (72), İtalya (64), Birleşik Krallık (53), ve ABD (48) şeklinde devam etmektedir. Ülkelerin vejetaryen/vegan beslenen toplam kişi sayısı ile doğru orantılı olmaktadır. Türkiye Vegan ve Vejetaryenler Derneği’nin verilerine göre, Türkiye’de kendini vegan/vejetaryen olarak ifade eden kişilerin sayısı nüfusun %1’inin altındadır. Dolayısıyla Türkiye’de vegan/vejetaryen otel olma olasılığının düşük olduğu belirtilmektedir. Türkiye’den birliğe üye olan herhangi bir otel bulunmamaktadır. Vejetaryen/vegan otel sayılarına kıtalar bazında bakıldığında; Avrupa kıtasında %62’lik pay ile 334 otele sahiptir ve ilk sırada yer almaktadır. Avrupa kıtasını Asya kıtası (91 otel, %16,9), Asya’yı Kuzey Amerika kıtası (83 otel %15,3) takip etmektedir. Dünya genelinde toplam Vejetaryen/Vegan otel sayısı 540’tır. Dünya geneli otel sayısına bakıldığında söz konusu otellerin çok az bir paya sahip olduğu ifade edilmektedir.

Balcı (2018), Türkiye'deki vegan/vejetaryen beslenen kişiler için besin tüketim sıklığı anketi geliştirmek ve bu bireylerin beslenme durumlarını ortaya koymak amacıyla üç aşamalı bir çalışma gerçekleştirmiştir. 19-64 yaş aralığında yer alan vegan/vejetaryen beslenen bireylerin katıldığı bu çalışmanın birinci aşamasında 20 kişiden 7 günlük besin tüketimlerinin kaydı alınmıştır. Alınan bu veriler ile besin tüketim sıklığı anketinde yer alacak besinler belirlenmiştir. Bu doğrultuda hazırlanan anket internet aracılığıyla dağıtılmıştır. Çalışmanın sonraki aşamasında 285 kişi tarafından anket yanıtlanmıştır. Üçüncü ve son aşamada ise, ikinci aşamadan en az 2 hafta sonra, anketi yanıtlayan aynı kişilerden anketi tekrar yanıtlamaları istenmiştir. Yalnızca 22 kişi tekrar yanıtlamayı kabul etmiştir. İkinci aşamaya katılanların vegan/vejetaryen beslenme sebebi başlıca etik/hayvan haklarıdır (%83,9). Türkiye'de yaşayan vegan/vejetaryen beslenme tarzını benimseyen bireylerin bazı besin öğeleri bakımında yetersizlik riski taşımaktadır.

Çetinkaya (2019), çalışmasında restoran müşterilerinin sağlıklı beslenmeye yönelik davranışlarında etkili olan faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi amaçlamaktadır. Anket tekniği ile ulaşılan veriler istatistiksel yöntemler ile analiz edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre; anket katılımcılarının sağlıklı beslenme davranışları ile sosyo-demografik faktörler arasında kısmen anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Katılımcıların restoranlarda sağlıklı beslenme davranışı ve restorana destekleme istekleri ile kilo arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ancak boy ile anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların sağlıklı menü elemanlarını tüketme niyetlerine incelendiğinde sağlıklı menü öğelerini tercih etmeye istekli olmaktadır. Katılımcıların ağırlıklı olarak fastfood ve kafeterya tarzı restoranları tercih ettiği görülmektedir.

Tabu (2020), Türkiye'nin 81 ilinin yöresel kültüründe yer alan yemeklerini incelediği çalışmasında, vegan, vejetaryen ve pesketaryen gibi özel beslenme tercihi olan gastroturistler için uygun yöresel yemeklere yönelik bir envanter oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla doküman incelemesi yöntemini kullanarak Kültür ve Turizm Bakanlığı, Valilik, Türkiye Kültür Portalı, diğer resmi kurum/kuruluşlar ve ikincil kaynak niteliğinde olan uzmanların konu ile ilgili yayınları taranmıştır. Türkiye'nin toplam sahip olduğu yedi bölgenin tamamı iller özelinde ayrı ayrı değerlendirilerek bütün yöresel yemekler ele alınmıştır. Türkiye'nin 81 ilinin sahip olduğu ve ulaşılabilen tüm yöresel yemekler vegan, vejetaryen ve pesketaryen kişilere

yönelik bölgeler ve iller bazında oluşturulmuştur. Dolayısıyla çalışma farklı beslenme tarzları olan bu bireylerin kendi beslenmelerine uygun olan yöresel yemekleri hangi illerde yiyebileceklerine rehberlik etmesi anlamında önem taşımaktadır. Oluşturulan liste incelendiğinde Türkiye'nin bazı illerinde söz konusu beslenme tarzlarına yönelik herhangi bir yemek bulunmadığı görülse de tüm bölgelerde vegan, vejetaryen ve pesketaryen yemek bulunmaktadır. Ancak sadece Güneydoğu Anadolu Bölgesinde pesketaryen yemek bulunmamaktadır. Diğer yandan en fazla vegan beslenmeye uygun yemek İzmir'de, vejetaryen Niğde'de ve pesketaryen yemek Samsun'dadır. Toplam 81 ilde 2159 yöresel yemek incelenmiştir. Bu yemeklerin 234 tanesi vegan, 460 tanesi vejetaryen ve 56 tanesi ise pesketaryen kişilerin beslenme tarzlarına uygun yemekler olduğu belirtilmektedir.

Sezgin ve Ayyıldız (2018), doğal bitki ve sebzelerden yemeklerin fazla olması sebebiyle Giresun ilinin vegan beslenmede öne çıktığı düşüncesiyle Giresun mutfağının sunduğu yemek çeşitliği ve yemek kültürünü değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada Giresun mutfağına ait yöresel yemekler çorbalar, dolmalar, dibleler, sebze kızartmaları ve diğer yemekler şeklinde gruplara ayırarak incelenmiştir. Giresun ilinin sahip olduğu coğrafi konum ve mevsim şartları orada yetişen çeşitli ot ve sebzelerin çok sayıda olmasına imkân sağlamıştır. Bu durum yöreyi vejetaryen beslenme açısından öne çıkarmaktadır. Giresun mutfağında bulunan pek çok yemeğin bitkisel kaynaklı olması yöre mutfak kültürünün vejetaryen diyet modeline uygun olduğunu göstermektedir.

Eryücel, Yalçınkaya ve Küçükaltan (2020), vegan/vejetaryen beslenme tarzını benimseyen müşterilerin, restoran çalışanlarının vegan/vejetaryen beslenmeye yönelik bilgi ve bilinç düzeyinin bir sonraki restoran tercihlerini ne derecede etkilediğini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada örneklem olarak Çanakkale ilini tercih etmişlerdir. Nitel araştırma yöntemi olan görüşme tekniği ile 16 katılımcının görüşlerine başvurulmuştur. İçerik analizi ile değerlendirilen veriler, vegan/vejetaryen bireylerin, restoran çalışanlarının bu beslenme tarzları hakkında yeterli bilgi ve bilinç düzeyine sahip olmadığını göstermektedir. Bu durum menülerde söz konusu beslenme tarzlarına yönelik çeşitliliğin az olması, ürünlerin dikkatsiz hazırlanması gibi sorunlar doğurduğu belirtilmiştir. Bu tarz sorunlar ise bireylerin bir sonraki restoran tercihlerini olumsuz etkilediği görülmektedir.

Sünnteçioğlu, Mercan ve Yıldırım (2017), vegan beslenme tarzına sahip bireylerin restoranlarda karşılaştıkları sorunları ele almaktadır. Bu bağlamda oluşturulan açık uçlu soruların sosyal medya üzerinden vegan gruplara ulaştırılması ile toplanan veriler değerlendirmeye alınmıştır. Bu veriler ışığında ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde veganların restoranlarda en fazla karşılaştığı sorunlar genel olarak; menü içeriği, personel tutum ve davranışları ile ilgili olduğu görülmektedir.

Vatan ve Türkbaş (2018), turizm talebini oluşturan bireylerin farklı beslenme alışkanlıklarının olması sebebiyle, “Vejetaryen turist ve vegan turist kimdir?” sorusuna cevap aramaktadır. Bu bağlamda öncelikle vejetaryen/vegan kavramlarına yönelik literatür incelemesi yapılmış ve ardından “vejetaryen turist ve vegan turist” kavramlarının tanımlanmaya çalışılmıştır. Vejetaryen turist, “para kazanma amacı olmadan, farklı motivasyonlarla her zaman ikamet ettiği yerden (yaşadığı yerden) geçici olarak ayrılıp, hayvanları gıda olarak kullanmayan turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketip yeniden ikamet ettiği yere (yaşadığı yere) dönen kimsedir.” Vegan turist, “para kazanma amacı olmadan, farklı motivasyonlarla her zaman ikamet ettiği yerden (yaşadığı yerden) geçici olarak ayrılıp, hayvanları gıda, giyim ya da başka amaçlarla kullanmayan turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketip yeniden ikamet ettiği yere (yaşadığı yere) dönen kimsedir.” şeklinde açıklanmıştır. Bunların yanı sıra bu turistleri seyahatleri sırasında rahatsız edebilecek unsurlardan bahsedilmiştir.

Nalçacı İkiz ve Solunoğlu (2018), 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek içecek bölümlerinde sorumlu personeller olarak çalışan kişilerin vejetaryen gıdalara ilişkin tutum ve uygulamalarının incelediği çalışmasının örneklemini Ankara olarak belirlenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılan araştırmada toplam 23 kişi görüş bildirmiştir. Bu görüşmelerin sonucunda ulaşılan veriler içerik analizi tekniği ile incelenmiştir. Sonuç olarak, incelenen bu otel işletmelerinde vejetaryen beslenmeye yönelik olumlu bir tutumun olduğu ve vejetaryen gıdaların hazırlık aşamalarında titizlikle çalışıldığı ortaya konulmaktadır. Ancak, otel işletmelerinin büyük bir çoğunluğunun ayrı vejetaryen menüleri bulunmamaktadır ve vejetaryen yiyecekler hakkında bilgisi olan uzman personel çalıştırılmamaktadır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

4.1. Araştırmanın Bulgu ve Yorumları

Bu bölümde araştırmanın yöntem bölümündeki aşamalar çerçevesinde elde edilmiş olan veriler ve bilgilere yönelik sonuçlara yer verilmektedir. Bu sonuçları simgeleyen sayısal değerler ise tablolar yardımıyla istatistiksel olarak verilmiştir.

4.1.1. Araştırmanın Betimleyici Bulguları

Bu başlık altında araştırma katılımcılarının çeşitli demografik özellikleri, yiyecek/içecek sektöründe hizmet veren işletmelere vejetaryen/vegan beslenen müşterilerden/tüketicilerden gelen şikâyetlerin türü ve sıklığı ile araştırma ölçeklerinde yer alan ifadelere dair çeşitli veriler betimsel analizler yardımıyla yorumlanmaya çalışılmıştır.

4.1.1.1. Araştırma Katılımcılarının Demografik Durumlarını Yansıtan Betimleyici Bulgular

Araştırma katılımcılarının demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, işyerindeki görev, eğitim alınan alan ve mesleğinde çalıştığı süre) yönelik veriler Tablo 1’de gösterilmiştir. Tablo 1’ incelendiğinde, araştırma katılımcılarını %57’sinin erkek, %43’ünü ise kadın bireylerden oluştuğu görülmektedir. Yaşları açısından ise araştırma katılımcılarının yaklaşık %70’ini 21-30 yaş arası görece genç bireyler oluşturmaktadır. İşyerindeki görevleri bakımından %73 ile mutfak personeli, yaklaşık %15 ile de servis personeli olarak hizmet veren katılımcı oranları görülmektedir.

Tablo 1. Araştırma Katılımcılarına Ait Demografik Bulgular

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER	N	%	
Cinsiyet	Kadın	166	42,7
	Erkek	223	57,3
	TOPLAM	389	100,0
Yaş	20 Yaş ve Altı	22	5,7
	21-30 Yaş Arası	270	69,4
	31-40 Yaş Arası	72	18,5
	41-50 Yaş Arası	16	4,1
	51 Yaş ve Üstü	7	1,8
	TOPLAM	387	99,5
İşyerindeki Görev	Servis personeli	58	14,9
	Mutfak Personeli	284	73,0
	Karar Vericiler (işletme sahibi, işletme müdürü vb)	12	3,1
	Diğer (muhasabe, resepsiyon vb.)	35	9,0
	TOPLAM	389	100,0
Öğrenim Durumu	İlköğretim	9	2,3
	Ortaöğretim	52	13,4
	Önlisans	130	33,4
	Lisans	157	40,4
	Lisansüstü	40	10,3
	TOPLAM	388 (kayıp değer: 1)	99,7
Eğitim Alınan Alan	Turizm Meslek Lisesi	68	17,5
	Aşçılık	111	28,5
	Gastronomi	117	30,1
	Beslenme	7	1,8
	Diğer (sertifika programları vb.)	86	22,1
	TOPLAM	389	100,0
Meslekte Çalışılan Süre	1 Yıl ve Altı	65	16,7
	2-4 Yıl	104	26,7
	5-7 Yıl	84	21,6
	8-10 Yıl	62	15,9
	10 Yıl ve Üstü	73	18,8
	TOPLAM	388 (kayıp değer: 1)	99,7

Katılımcıların yaklaşık %85'inin ön lisans ve ön lisans üzeri örgün eğitim süreçlerini tamamladığı gözlenmektedir. Eğitimi alınan uzmanlık alanı açısından ise yoğunluk gastronomi eğitimi (%30,1), aşçılık eğitimi (%28,5) ve turizm meslek liselerinden edinilen kazanımlardan (%17,5) oluşmaktadır. Katılımcıların mesleklerinde çalıştıkları süreler ise oldukça dengeli bir yayılım göstermiş olup, bunlar sırasıyla 2-4 yıl arası süreyle çalışanlar (%26,7), 5-7 yıl arası süreyle çalışanlar (%21,6), 10 yıl ve üstünde süreyle çalışanlar (%18,8), 1 yıl ve altında süreyle çalışanlar (%16,7) ve 8-10 yıl arası süreyle çalışanlar şeklindedir (%15,9).

4.1.1.2. Yiyecek/İçecek Sektörü Çalışanlarının Vejetaryen/Vegan Müşterilerden Aldığı Şikâyetler

Vejetaryen/vegan müşterilerin/tüketicilerin yiyecek/içecek işletmelerinde karşılaştıkları en belirgin sorunlara dair şikâyetleri Tablo 2’de irdelenmiştir.

Tablo 2. Vejetaryen/Vegan Şikâyetlerine Yönelik Betimleyici Bulgular

ŞİKÂYETE KONU OLAN DURUMLAR	GÖZLENME SIKLIĞI	%
Seçenek azlığı	289	37,2
Menüde yemeklerin tanımlayıcı yazılarının olmaması	98	12,6
Personelin yeterli bilgiye sahip olmaması	145	18,7
Çalışanların yemeklerle ilgili her türlü soruya cevap verememesi	119	15,3
Çalışanların müşteri taleplerini karşılama konusunda isteksiz olmaları	59	7,6
Malzemelerin taze olmaması	18	2,3
Ürünlerin özensiz olması	28	3,6
Diğer	20	2,6

Yukarıda bahsedilen teorik bilgilerin ışığında Tablo 2’de yer alan bulgular incelendiğinde, vejetaryen/vegan bireylerin yiyecek/içecek sektörüne ilişkin en yoğun şikâyetlerinin işletmenin hizmet kalitesini açıklayan ifadelerden kaynaklandığı görülmektedir (seçenek azlığı %37,2; personelin yeterli bilgiye sahip olmaması %18,7; çalışanların yemeklerle ilgili her türlü soruya cevap verememesi %15,3; menüde yemeklerin tanımlayıcı yazılarının olmaması, %12,6; çalışanların müşteri taleplerini karşılama konusunda isteksiz olmaları %7,6). Buna karşın ürün odaklı şikâyetlerin (ürünlerin özensiz olması %3,6; malzemelerin taze olmaması %2,3) ise göz ardı edilebilecek düzeyde düşük oldukları gözlemlenmiştir. Vejetaryen/vegan şikâyetlerinin %2,6’sı ise seçeneklerde bulunmayan durumlardan kaynaklıdır.

4.1.1.3. Vejetaryen Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeği İfadelerinin Betimleyici Bulguları

Tablo 3'te araştırma katılımcılarının vejetaryen/vegan beslenme fenomenine dair tutumlarını yansıtan ifade ortalamaları ve standart sapma değerleri gibi betimleyici bulgulara yer verilmektedir. Tablo 3'teki ifadelere ait ortalama değerler incelendiğinde, katılımcıların vejetaryen/vegan ürünleri müşterilere/tüketicilere sunmasının çalıştıkları işletmenin imajına katkı yapacağına dair ifadeyi görece yüksek düzeyde onayladıkları görülmektedir (ortalama değer=4,15). Benzer durumlar, vejetaryen/vegan ürünleri de içerisinde barındıran bir menünün daha cezbedici olması (ortalama değer=4,03), vejetaryen/vegan bireylerden oluşan pazarın hacim olarak büyümesine bağlı olarak talepte artışlar yaşanması (ortalama değer=3,94) ve işletmelerin böylesi ürünleri menüsüne dâhil ederek rekabet üstünlüğü elde edeceğine (ortalama değer=3,92) olan yargı ifadelerinde de gözlenmektedir.

Diğer taraftan katılımcı bireylerin en az onayladıkları ifadelerin ise vejetaryen/vegan besinlerin sıkıcı (ortalama değer=2,40) ve sönük (ortalama değer=2,21) olduğuna dair ifadelerdir. Bir başka deyişle, vejetaryen/vegan beslenme alışkanlığı ve besinleri katılımcılar tarafından deneyimlenmeye değer olarak görülmektedir. Ayrıca vejetaryen/vegan ürünleri tüketime hazır hale getirecek (ortalama değer=2,52) ve bu ürünleri müşteriye/tüketicieye servis edecek (ortalama değer=2,42) çok sayıda personele ihtiyaç duyulacağı ifadeleri de katılımcılar tarafından düşük düzeyde onaylanmıştır. Bir başka deyişle, vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlanışı ve servisi noktasında yeni personeller istihdam etmek yerine, hâlihazırda görev yapan personelleri kullanmanın daha uygun olacaktır. Geriye kalan ölçek ifadeleri için ise katılımcıların genel anlamda kararsız bir tutum takındıkları söylenebilir.

Tablo 3. Vejetaryen Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğinin İfadelerine İlişkin Betimleyici Bulgular

ÖLÇEK İFADELERİ	Ortalama Değer	Standart Sapma
Vegan ve/veya Vejetaryen yemeklerin besin değeri yüksektir.	3,42	1,083
Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler sunmak menüye yaratıcılık ve çekicilik katmaktadır.	4,03	0,989
Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler çekicidir /cezbedicidir.	3,59	0,992
Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler yüksek duyuşal öğeler içermektedir.	3,30	1,078
Menüsünde Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler bulunan restoranlar rekabet üstünlüğü elde eder.	3,92	1,106
Günümüzde daha fazla sayıda müşteri vegan ve/veya vejetaryen ürün istemektedir.	3,94	1,045
Vegan ve/veya Vejetaryen besinlerin menüye dâhil edilmesi restoranın karlılığını artırmaktadır.	3,68	1,147
Yüksek kaliteli vegan ve/veya vejetaryen yemek elde etmek pahalıdır.	3,36	1,274
Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler hazırlarken kullanılan ürünleri mevsimsel nedenlerle bulmak zordur.	3,37	1,176
Vegan ve/veya vejetaryen ürünleri hazırlamak için yeterli beceriye sahip mutfak personeli bulmak zordur.	3,23	1,189
Vegan ve/veya Vejetaryen yemek yapımında gerekli olan malzemeleri bulmak zordur.	2,88	1,171
Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamak zordur.	2,93	1,229
Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamanın maliyeti yüksektir.	3,10	1,241
Vegan ve/veya Vejetaryen menü içerikleri, normal menü içerikleri kadar karlı değildir	2,71	1,240
Çalışanların farklı Vegan ve/veya Vejetaryen türleri hakkında bilgilendirilmesi zordur.	2,97	1,270
Vejetaryen ve/veya Vejetaryenlerin beslenme ihtiyaçlarını anlamak için servis personelini eğitmek zordur.	2,93	1,270
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekleri depolama ve muhafaza etmek karmaşık bir iştir.	2,58	1,204
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünlerle ilgili yapılan personel eğitimleri zor bir iştir.	2,80	1,239
Vegan ve Vejetaryen yiyecek tedarikçilerine ürünlerle ilgili güvenmek zordur.	2,96	1,155
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazla sayıda servis personeli gerekir.	2,42	1,200
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazladan mutfak personeli gerekir.	2,52	1,202
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sunmak restoranların imajını olumlu yönde etkiler.	4,15	0,960
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sıkıcıdır.	2,40	1,268
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sönüktür.	2,21	1,196

4.1.1.4. Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği İfadelerinin Betimleyici Bulguları

“Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri” ölçeği ana hatlarıyla 5 ayrı alt başlıktan oluşmaktadır. Bu alt başlıkların her biri katılımcıların vejetaryen/vegan olgusuna yaklaşımlarının farklı yönlerini temsil etmektedirler. Söz konusu alt başlıklar katılımcıların;

1. Vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumlarını,
2. Vejetaryen/vegan beslenmenin besin öğeleriyle ilişkisine yönelik bilgi düzeylerini,
3. Vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini,
4. Vejetaryen/vegan beslenmenin ölüm nedenleriyle ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini,
5. Vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerini değerlendirmek amacıyla işlev kazanmıştır.

Tablo 4’te bahsi geçen alt başlıkların ifadelerine ait ifade ortalama ve standart sapma değerleri gibi betimleyici bulgular sunulmaktadır (ifadelerin doğru ya da yanlış bilgileri belirtip belirtmediğine dair yargılar parantez içerisinde verilmiştir).

Tablo 4’e göre, anket katılımcıları vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumları ölçen ifadeler içerisinde doğru bilgileri içerenleri onaylarken, yanlış bilgi içeren ifadeleri de onaylamama eğilimi göstermektedirler. Bir başka deyişle, yiyecek/içecek sektörü personellerinin vejetaryen/vegan beslenmeye konusunda temel düzeyde farkındalık ve bilinç sahibi olduklarından bahsedilebilir. Bu durumun tek istisnası ise esasen doğru bir bilgi olduğu halde “Hayvansal ürünlerin ağırlıklı olduğu bir beslenme biçimi sağlıksızdır” ifadesinde gözlemlenmiştir (Ortalama değer=2,62). Buna göre yiyecek/içecek sektörü personelinin halen protein ve yağ zengini yiyecekler olan hayvansal gıdaları ana besin öğeleri olarak görme eğiliminde oldukları düşünülmektedir. Vejetaryen/vegan beslenmenin birtakım ölümlerle bağlantılı olduğuna yönelik yargılar da tıpkı vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumları içeren ifadelerde olduğu gibi araştırma katılımcıları tarafından onaylanmamıştır.

Tablo 4. Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeğinin İfadelerine İlişkin Betimleyici Bulgular

ÖLÇEK İFADELERİ	Ort.	Stn. Sapma	İfadenin Alındığı Kaynak
Vejetaryen/Vegan Beslenme İle İlgili Görüş ve Tutumları Ölçen İfadeler			
Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,49	1,481	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Vegan beslenenler hiçbir hayvansal ürünü tüketmez. <i>(Doğru Bilgi)</i>	4,17	1,315	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Vejetaryen/vegan beslenme yaşam biçimidir. <i>(Doğru Bilgi)</i>	4,15	1,093	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Vejetaryen/vegan beslenen insanlar ot yiyerek yaşar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,18	1,291	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Hayvansal ürünlerin ağırlıklı olduğu bir beslenme biçimi sağlıklıdır. <i>(Doğru Bilgi)</i>	2,62	1,371	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenme bir yeme bozukluğudur. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	1,84	1,106	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenme geçici bir moda eğilimidir. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,63	1,267	Araştırma yazarı tarafından geliştirilmiştir
Vejetaryen/vegan beslenme insan doğasına aykırıdır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,43	1,339	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenme bir tür diyetdir. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,40	1,312	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Vejetaryen/vegan beslenme sağlıklıdır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,09	1,172	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlar günlük alması gereken besin öğelerini yeteri kadar alabilir. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,53	1,157	Yazar tarafından geliştirilmiştir.
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Besin Öğeleriyle İlişkisi İle İlgili Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler			
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda folik asit eksikliği ortaya çıkar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,88	1,018	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda B ₁₂ vitamini eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,04	1,228	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda çinko eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>	2,84	1,144	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>	2,74	1,238	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda D vitamini eksikliği ortaya çıkar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,59	1,212	Kuz (2018)

Vejetaryen/vegan beslenen insanlar vücutları için gerekli aminoasitleri ek gıdalara başvurmadan alamazlar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,96	1,171	Kuz (2018)
Kadınlar, sağlıklı bir gebelik için hayvansal gıdaları da tüketmek zorundadır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	3,17	1,265	Kuz (2018)
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Hayat Kalitesi ve Kronik Hastalıklar İle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler			
Vejetaryen/vegan diyetlerle beslenen insanlarda, vücut kitle indeks değerleri daha düşük ölçülür. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,02	1,108	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan diyetlerle beslenen insanlarda, yaşam süreleri daha uzun beklenmektedir. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,12	1,099	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenme fiziksel performansı düşürür. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,66	1,220	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda hipertansiyon görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,28	1,068	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda diyabet hastalığı görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,36	1,077	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda obezite gelişme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,72	1,108	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda metabolik sendrom görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>	3,31	0,973	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kemik erimesi görülme riski artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,94	1,138	Kuz (2018)
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Ölüm Nedenleriyle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler			
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda iskemik kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,48	1,037	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,35	1,031	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda meme kanserine bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,28	1,036	Kuz (2018)
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Üreme Sağlığı ve Hormonlarla İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler			
Vejetaryen/vegan beslenme kadınlarda adet düzensizliklerine yol açar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,44	1,072	Kuz (2018)
Vejetaryen/vegan diyetlerde yaygın olarak tüketilen soya, erkeklerde üretkenliği azaltır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>	2,72	1,093	Kuz (2018)

Vejetaryen/vegan beslenmenin besin ögeleriyle ilişkisi ile ilgili bilgi düzeyini ölçen ifadeler, vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi konusundaki bilgi düzeyini ölçen ifadeler ve vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeyini ölçen ifadeler verilen cevapların ortalamaları ise genel anlamda 3.00 civarındadır. Dolayısıyla bu alt başlıklar altındaki ölçek ifadeleri için katılımcıların kesin yargılar bildirmeme eğiliminde olduklarından söz etmek mümkündür. Nitekim bu başlıklar altında toplanan ifadelerin doğruluğu ya da yanlışlığı konusunda isabetli tespitlerde bulunabilmek, ilgili alanda uzmanlık düzeyinde bir sağlık eğitimi gerektirebilmektedir. İş gördükleri sektörün doğası gereği böylesi geniş çaplı bir sağlık eğitimi almaya ihtiyacı olmayan yiyecek/içecek sektörü personellerinin vejetaryen/vegan beslenmeye dönük spesifik ve uzmanlık bilgisi gerektiren ifadelerle kararsız cevaplar vermesi oldukça kabul edilebilir bir durumu yansıtmaktadır.

4.1.2. Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri

Akademik araştırmalar kapsamında değerlendirildiğinde ölçme kavramı, ölçüme konu olan bir özellikten yola çıkarak bireyler, olgular veya nesnelere ile ilgili birtakım değerlendirmeler yapmak ve söz konusu değerlendirmeler çerçevesinde de belirli kararlar verebilmek olarak tanımlanmaktadır. İlgilenilen bir özellik üzerine edinilen bulgu ve sonuçların ne derece doğru olduğu ve araştırmanın amacı ile ne kadar örtüştüğü, bu özelliği ölçen ölçüm aracının iki temel niteliğe sahip olup olmaması ile yakından ilişkilidir. Bu bağlamda, hâlihazırdaki araştırmanın ölçme aracı olan “Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar” ölçeğinin geçerlik ve güvenilirlik olarak adlandırılan bu nitelikleri karşılaması beklenmektedir (Ercan ve Kan, 2004, s. 211).

4.1.2.1. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Geçerlik Analizi

Geçerlik, ölçümü yapılmak istenen soyut ya da somut bir özelliğin araştırmanın amacına uygun bir şekilde ölçülebilme düzeyidir. Bir başka deyişle geçerlik, ölçülmek istenen spesifik bir özelliğin başka özelliklerle karıştırılmadan ölçülebilmesidir. Dolayısıyla bir ölçme aracının geçerli oluşu demek, bu aracın ölçmeyi amaçladığı özelliği gerçek anlamda ölçüyor olması demektir. Geçerliği sınanmış ve başarılı olmuş bir ölçme aracı ile yapılan analiz sonuçları hem üzerinde araştırma yapılan ana kütleye

genellenebilir hem de söz konusu ölçek tekrar ve tekrar yapılan ölçümlerde aynı çıktıları vererek tutarlı bir yapı gösterebilir (Çakmur, 2012, s. 342).

Ölçekler özelinde incelendiğinde, araştırma kapsamında kullanılan bir ölçek daha önce benzer amaçlarla kullanılmamışsa, yani bahsi geçen ölçeğin karşılaştırılabileceği bir referansı yok ise geçerliğini test etmenin en bilinen yolu yapısal geçerliktir. Bununla birlikte ölçek ile somut bir özelliğin ölçümü (Örneğin, bireylerin boyu, kilosu, yaşı vb.) yerine belirli bir davranış kalıbına ya da kavramsal bir yapıya karşılık gelen soyut bir özelliğin (Örneğin, bireylerin belirli bir konuya yönelik algı, inanç, tutum vb. hissiyatları) ölçümü yapılıyorsa yine ölçeğin yapısal geçerliği sınanmalıdır. Yapı geçerliği araştırmacıya ölçekten edinilen sonuçları ve bu sonuçların ne ile ilintili olduğunu açıklama noktasında katkı sağlamaktadır. Yapı geçerliği, ölçekte yer alan ifadelerin incelenen bir özelliği ne boyutta hatasız ve doğru ölçtüğüne yönelik ipuçları vermektedir. Ölçeğin yapı geçerliğini saptamak adına ise birçok farklı yöntem kullanılabilir. Bu yöntemler içerisinde konuya ilişkin alanyazın incelendiğinde en çok sözü edilenlerden biri ise Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)'dir (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 43).

Tablo 5. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Afa Çıktıları

ÖLÇEK BOYUTLARINA AİT İFADELER	1	2	3	4	5	6
Erişilebilirliğin Zorluğu (6)	0,824					
Erişilebilirliğin Zorluğu (1)	0,806					
Erişilebilirliğin Zorluğu (2)	0,739					
Erişilebilirliğin Zorluğu (4)	0,709					
Erişilebilirliğin Zorluğu (5)	0,554					
Erişilebilirliğin Zorluğu (7)	0,503					
Erişilebilirliğin Zorluğu (3)	0,489					
Rekabet Üstünlüğü (3)		0,800				
Rekabet Üstünlüğü (1)		0,747				
Rekabet Üstünlüğü (2)		0,742				
Rekabet Üstünlüğü (4)		0,609				
Personel Eğitiminin Zorluğu (2)			0,873			
Personel Eğitiminin Zorluğu (1)			0,849			
Personel Eğitiminin Zorluğu (3)			0,775			
Yapısal Sorunlar (3)				0,854		
Yapısal Sorunlar (4)				0,852		
Yapısal Sorunlar (2)				0,593		
Yapısal Sorunlar (1)				0,546		
Deneyimleme Arzusu (3)					0,754	
Deneyimleme Arzusu (1)					0,743	
Deneyimleme Arzusu(4)					0,654	
Deneyimleme Arzusu (2)					0,629	
Neofobik Tutum (1)						0,885
Neofobik Tutum (2)						0,858
Öz değerler	5,609	3,810	2,111	1,440	1,197	1,123
Açıkladığı Varyans (%)	23,370	15,875	8,796	5,999	4,987	4,681
Açıklanan Toplam Varyans			63,709			
KMO Ölçüm Yeterliliği			0,816			
Bartlett Küresellik Test Değeri		Approx. Chi-Square	3971,766			
Sig.			0,0001			

Kestirim Yöntemi: Principal Component Analysis.

Döndürme Yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization.

AFA'nın çıktılarına ilişkin veriler sunan Tablo 5'te ilk bakışta incelenmesi gereken en temel ölçütler; Bartlett Küresellik Testi'nin istatistiki olarak anlamlılığı ve Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) katsayısının düzeyidir. Bu ölçütler yardımıyla araştırmacı, araştırma verilerinin faktör analizine uygun olup olmadığına dair kesin bir fikir edinebilmektedir. Bu ölçütlerden ilki olan Bartlett testi, ölçekte yer alan ifadelerden oluşan korelasyon matrisinin birim matris karşısındaki test sonuçlarını vermektedir. Burada birim matristen kastedilen ise korelasyon matrisinde yer alan ifadeler arasında anlamlı bir ilişki yoktur varsayımdır. Şayet, Bartlett testi sonucunda edinilen test değerinin anlamlılık düzeyi $p > 0.05$ olarak tespit edilirse,

ifadelerden oluşan korelasyon matrisinin birim matris olduğu bulgusuna ulaşılır. Dolayısıyla, ifadeler arasında korelasyon bulunmuyorsa, bu ifadeleri açıklayacak ortak değişkenlerin varlığından da söz edilemeyeceği için AFA henüz bu aşamadayken sonlandırılır (Yaşlıoğlu, 2017, s. 75). Buna karşın araştırma ölçeğine uygulanan AFA çıktısı incelendiğinde, Bartlett testine ait p değerinin 0,001 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüş ve böylece ilgili korelasyon matrisini istatistiki açıdan anlamlılığı onaylanmıştır. Ayrıca Bartlett testinin bir diğer işlevi de araştırma verilerinin çok değişkenli normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığına ilişkin bilgi vermesidir (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016, s. 41). Buradan hareketle, araştırma verilerinin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği Bartlett testi sonuçlarıyla da doğrulanmıştır.

Tıpkı Bartlett testinde olduğu gibi KMO katsayısı da korelasyon matrisinde yer alan ölçek ifadelerinin birbirleriyle ilişkisini incelemektedir. KMO katsayısı, araştırma ölçeği içerisinde bulunan ifadelerin korelasyon değerlerinin kareleri toplamının, bu toplama kısmi korelasyonların karelerinin toplamının eklenmesiyle ortaya çıkan değere oranıdır (Çolakoğlu ve Büyükekşi, 2014, s. 60). Bu oran 0 ile 1 aralığında değişkenlik göstermektedir. Bu oran, ulaşabileceği en yüksek değer olan 1 değerini alırsa, ölçekte yer alan herhangi bir ifadenin diğer ifadeler tarafından hatasız bir şekilde tahmin edildiğinden bahsetmek mümkün olacaktır. Daha ulaşılabilir bir değer olması açısından 0,8 ve üstü bir değer elde edildiğinde ise araştırma verilerinin mükemmel bir şekilde faktörlenebileceği yargısına erişilmektedir (Büyüköztürk, 2014, s. 481). Bu bağlamda araştırma ölçeğinin KMO katsayısının 0,816 olması ilgili ölçeğin ve bu ölçeğin temsil ettiği yapının bir bütün halinde AFA için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

AFA'nın devamında, araştırma modeli kapsamında çeşitli analizlere tabi tutulacak ideal faktör sayısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Burada temel amaç araştırma ölçeğinde yer alan ifadeler arasındaki ilişkileri en yüksek düzeyde temsil etme yeteneğine sahip olan az sayıda değişkene ulaşmaktır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında değerlendirilecek olan değişken sayısının tespit edilebilmesi için değişkenlerin öz değerleri incelenmiştir. Buna göre öz değeri 1 ve üzerinde değişkenler araştırma modelinin değişkenleri olarak kabul edilmiştir. Öz değer en az 1 olması demek, bir değişkenin varyansı en az 1 olan ölçek ifadelerinden biri ile eşdeğer olduğu anlamına gelmektedir (Büyüköztürk, 2014, s. 479). Bu bilgilerden hareketle Tablo 5 incelendiğinde, toplam 6 değişkenin öz değerlerinin 1'in üzerinde olduğu tespit

edilmiş ve dolayısıyla araştırma katılımcılarının vejetaryen besinlere yönelik genel tutumlarını ifade eden ilgili yapıya ilişkin analizler söz konusu 6 değişken aracılığıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bununla birlikte ölçek ifadelerinin faktör yükleri de mercek altına alınmaya değer istatistiksel katsayılar. Faktör yükü, ölçekte yer alan ifadelerin bağlı oldukları faktörle ne düzeyde güçlü bir ilişki içerisinde olduğunu gösteren bir katsayıdır. AFA’da bağlı bulunduğu değişkenle yüksek düzeyde ilişkili olan ifadelerden oluşan bir küme oluşmuş ise bu bulgunun anlamı, söz konusu ifadelerin bir araya gelerek bir olguyu, yapıyı ya da kavramı etkili bir şekilde açıklayabilmesidir. Bu tespiti dayanarak araştırma ölçeğindeki ifadelerin ait oldukları değişkenlere 0,489 ve 0,885 arasında değişen düzeylerde faktör yükü verdiği görülmüş olup, bu değerlerin 0,300’den büyük olması da (Büyüköztürk, 2014, s. 474) yeterli düzeyde faktör yükü katsayısına işaret etmektedir. Dolayısıyla yetersiz faktör yükü gerekçesiyle faktör yapısını bozan ve analiz kapsamı dışında tutulması gereken bir ifadeye rastlanmamıştır.

AFA’da bir sonraki adım ise söz konusu 6 değişkenin adlandırılması sürecidir. Değişken adlandırma sürecinde uygulanması gereken temel ilke, faktör yükü bakımından bağlı bulunduğu değişkene yüksek düzeyde katsayı veren bir ya da birden çok ifadenin hangi özellikleri betimlediğine, hangi olgulara işaret ettiğine dair iç görüler edinmektir (Tabachnick ve Fidell, 2007, aktaran Polat ve Kayaalp, 2012: 44).

Ölçek yapısına yönelik açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, tek başına varyansın % 23,370’ini açıklayan ve bu anlamda katılımcıların vejetaryen beslenmeye karşı tutumlarında en belirleyici rolü oynadığı düşünülen ilk değişkene ait ölçek ifadeleri şu şekildedir; “Yüksek kaliteli vegan ve/veya vejetaryen yemek elde etmek pahalıdır.”, “Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler hazırlarken kullanılan ürünleri mevsimsel nedenlerle bulmak zordur.”, “Vegan ve/veya vejetaryen ürünleri hazırlamak için yeterli beceriye sahip mutfak personeli bulmak zordur.”, “Vegan ve/veya Vejetaryen yemek yapımında gerekli olan malzemeleri bulmak zordur.” “Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamak zordur.” “Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamanın maliyeti yüksektir.” ve “Vegan ve/veya Vejetaryen menü içerikleri, normal menü içerikleri kadar karlı değildir.” Ölçek ifadeleri incelendiğinde, söz konusu ifadelerin vurguladıkları kavramın vejetaryen/vegan ürünlere erişim noktasında yaşanan zorluklar olduğu

görülmektedir. Şöyle ki; yiyecek-içecek sektörü personelleri işletmeleri açısından vejetaryen/vegan ürünlerin gerek maliyet kalemlerini yükseltmesi, (bu türlü ürünlerin pahalı olduğu algısı, böylesi ürünler hakkında bilgi ve donanıma sahip yeni personellerin istihdam edilmesi düşüncesi, menü planlaması noktasında menüye eklenecek bu tip ürünlerin talep görmeyerek işletme karlılığını olumsuz etkileyeceği inancı vb.) gerek böylesi ürünlerin tedariki konusunda sıkıntı yaşayacaklarına ilişkin inanışları (vejetaryen/vegan ürünlerin her mevsim taze ve tüketime hazır olarak bulunamaması, mevsimsel nedenlerden ötürü bu türlü ürünlerde standart bir menü planlaması yapılmıyacağı vb.) gerekse bu ürünlerin tüketime hazır hale gelmesinin uğraştırıcı bir süreç olduğuna dair algıları (Çekici ve iştah açıcı vejetaryen/vegan ürünler hazırlamanın zorluğuna dair ön kabul vb.) nedeniyle böylesi ürünleri erişilmesi güç ve sadece tematik menü içeriklerine uygun bileşenler olarak görmektedirler. İşletmelerin ilgili ürünleri menü planlama süreçlerine dâhil etmemelerinin bir diğer sonucu da müşteriler açısından da bu ürünlere erişim güçlüğü yaşanmasıdır. Bu nedenlerle toplam 7 ifadeden oluşan 1. değişken erişilebilirliğin zorluğu olarak adlandırılmıştır.

Açıkladığı varyans oranı %15,875 olan ikinci değişkene ait ölçek ifadeleri ise şu şekildedir; “Menüsünde Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler bulunan restoranlar rekabet üstünlüğü elde eder.”, “Günümüzde daha fazla sayıda müşteri vegan ve/veya vejetaryen ürün istemektedir.”, “Vegan ve/veya Vejetaryen besinlerin menüye dâhil edilmesi restoranın karlılığını artırmaktadır.” ve “Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sunmak restoranların imajını olumlu yönde etkiler.” ifadeleridir. İfadelerden de anlaşılacağı üzere sektörde iş gören personellerin bakış açısına göre yiyecek/içecek işletmeleri ürün farklılaştırma stratejisi gereği vejetaryen/vegan ürünleri menülerini eklemeyerek pazardaki diğer rakip işletmelerden ayrılmayı, vejetaryen/vegan ürünlere yönelik günden güne büyüyen talebi karşılayarak pazardaki payını arttırmayı ve bu türden ürünleri de portföyünde bulundurup marka değeri ve marka imajına katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Bu gerekçelerin her biri esasen işletmelerin bağlı bulunduğu pazarlarda rakipleri karşısında rekabet avantajı elde etmek adına yaptığı faaliyetlere işaret etmektedir. Bu nedenlerle toplam 4 ifadeden oluşan 2. değişken rekabet üstünlüğü olarak adlandırılmıştır.

Araştırma modelinde yer alacak 3. değişkenin ise açıkladığı varyans oranı %8,796 olup, bu değişken altında yer alan ifadeler şu şekildedir; “Çalışanların farklı

Vegan ve/veya Vejetaryen türleri hakkında bilgilendirilmesi zordur.”, “Vejetaryen ve/veya Vejetaryenlerin beslenme ihtiyaçlarını anlamak için servis personelini eğitmek zordur.” ve “Vegan ve/veya Vejetaryen ürünlerle ilgili yapılan personel eğitimleri zor bir iştir.” 3. değişkenin ifade ettiği yapı oldukça açık bir şekilde vejetaryen/vegan ürünler hakkında yeterli bilgi düzeyine sahip yeni personeller istihdam etme ya da mevcut personellere konu ile ilgili verilecek kurum içi eğitimlerin gücüne işaret etmektedir. Bu nedenle toplam 3 ifadeden oluşan 3. değişken personel eğitiminin zorluğu olarak adlandırılmıştır.

Araştırma modelinde yer alacak 4. değişkenin ise açıkladığı varyans oranı %5,999 olup, bu değişkeni ortaya çıkaran ifadeler şu şekildedir; “Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekleri depolama ve muhafaza etmek karmaşık bir iştir.”, “Vegan ve Vejetaryen yiyecek tedarikçilerine ürünlerle ilgili güvenmek zordur.”, “Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazla sayıda mutfak personeli gerekir.” ve “Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazladan servis personeli gerekir.” Bu ifadelerin altında yatan gerçeğin işletmelerin örgüt yapısı ve fiziki yapısı ile ilgili sorunları açığa çıkardığı düşünülmektedir. Şöyle ki; sektör personeline göre yiyecek/içecek işletmelerinin vejetaryen/vegan ürünleri menü dâhilinde buldurması demek, bu ürünlerin verimli bir şekilde hazırlanması, sunulması ve servis edilmesi için mevcut mutfak ve servis personellerinin sayısının artması demektir. Çalışan personel bazında örgüt büyüklüğünün hacmen artması çalışanları iş doyum düzeyini azaltabilir. Bu doyumsuzluk ise çalışanda çalışanların sürdürülebilir standartlarda iş görmelerine mâni olarak onlarda devamsızlığa neden olabilir. Ayrıca nispeten daha büyük çapta örgütsel yapılar çalışanların birbirleriyle ve örgütle uyumlu bir şekilde hareket etmesini engelleyerek birtakım eşgüdüm sorunlarına neden olur. Dolayısıyla işe karşı engeller artarak iş ile ilgili verimlilik yara alabilmektedir. Bir başka deyişle, bir örgütün büyümesi beraberinde temelde örgüt yapısı özelde ise örgüt davranışı ile ilgili birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Örgütsel büyüklükle beraber yiyecek/içecek işletmelerinin tedarikçilerine beslediği örgütsel güvende bir diğer yapısal sorunu oluşturmaktadır. Soyut nitelikli bir kavram olan örgütsel güven bu araştırma kapsamında vejetaryen/vegan ürünlerin tedarikçisi olan firmaların endüstriyel müşterileri olan yiyecek/içecek işletmelerine ne denli güven aşıladığı ile ilgilidir. Değişkene ilişkin bir diğer yapısal sorun ise daha somut bir nitelik taşımakta olup, yiyecek/içecek işletmesinin vejetaryen/vegan ürünlerin uygun koşullarda

saklanabileceği fiziki bir alanın olup olmadığına dair fikir vermektedir. Bu nedenlerle toplam 4 ifadeden oluşan 4. değişken yapısal sorunlar olarak adlandırılmıştır.

Açıkladığı varyans oranı %4,987 olan 5. değişkene ait ölçek ifadeleri ise şu şekildedir; “Vegan ve/veya Vejetaryen yemeklerin besin değeri yüksektir.”, “Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler sunmak menüye yaratıcılık ve çekicilik katmaktadır.”, “Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler çekicidir/cezbedicidir.” ve “Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler yüksek duyuşal ögeler içermektedir.” Beşinci değişkene ilişkin ifadelere ait özellikle de yargı belirten yüklem ögeleri incelendiğinde, araştırma katılımcılarının vejetaryen/vegan ürünleri, insanların fizyolojik ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde günlük olarak alması gereken kalori değerini ve besin ögelerini içeren, cezbedici, yüksel duyuşal ögeler barındıran ve içerisinde yer aldığı menüye de değer katacak bir fenomen olarak algılamaktadırlar. Bu genel yargılardan yola çıkarak araştırma katılımcısı bireylerin böylesi bir mutfağa ve bu mutfağın onlara sunacağı ürünleri deneyimlemeye daha gönüllü ve açık görüşlü olduklarından bahsedilebilir. Bu nedenlerle toplam 4 ifadeden oluşan 5. değişken deneyimleme arzusu olarak adlandırılmıştır.

Araştırma modelinin son değişkeninin ise açıkladığı varyans oranı % 4,681 olup, bu değişkeni tanımlayan ifadeler şu şekildedir; “Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sıkıcıdır.” ve “Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sönüktür.” Bu değişkeni oluşturan ifadeler kendinden bir önceki değişken olan deneyimleme arzusu değişkeninin dinamikleriyle taban tabana zıtlık göstermektedir. Bu noktada araştırma katılımcıları daha önceden benimsedikleri beslenme alışkanlıklarının dışına çıkmak istememekte, yani rutinlerinden kopmama eğilimi göstermektedirler. Bu durumun doğal bir sonucu olarak da görece yeni sayılabilecek bir fenomen olan vejetaryen/vegan beslenme tarzını benimsemeye sıcak bakmayabilmektedirler. Bu nedenlerle toplam 2 ifadeden oluşan 6. değişken yeni deneyimlere kapalı olmak anlamına gelen neofobik tutum olarak adlandırılmıştır.

Son olarak araştırma ölçeğinin 6 değişkenli yapısı; toplam varyansın %63,709’unu açıklamaktadır. Açıklanan varyansın %50’yi geçmesi (Yaşlıoğlu, 2017, s. 77) ise araştırma ölçeği yapısının ölçmeye çalıştığı kavramı ya da özelliği oldukça iyi düzeyde ölçtüğüne ve bu kavramı/özelliği yeterince iyi temsil yeteneğine sahip olduğunu göstermektedir.

4.1.2.2. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

En basit tanımıyla güvenirlik, bir ölçme aracının aynı nesnelere ya da bireyler üzerinde kullanıldığında elde edilen ilk ölçüm değerinin farklı zamanlarda yine aynı grup ve nesnelere uygulandığında tutarlı ve benzer sonuçlar üretebilme yeteneğidir. Bir başka deyişle güvenirlik, aynı ölçme aracının birden çok ve bağımsız ölçümleri sonucunda aynı sonuçları verebilmesidir. Böylelikle araştırma ölçeği aracılığıyla edinilen veri ve bilgilerin kararlılık özeliği taşıdığından bahsedilebilirken, söz konusu araştırma ölçeğinden aynı araştırma amacı doğrultusunda ikinci bir defa daha yararlanılmak istendiğinde elde edilecek sonuçlara güven duyulması kolaylaşacaktır (Demirali, 1995, s. 137).

Bir ölçme aracının güvenirlik düzeyini saptayabilmenin ise birçok yolu olmakla beraber, bunlardan en çok tercih edileni ise ölçek bünyesinde bulunan n kadar ifadeye ait varyansların toplanılarak bu toplamın genel varyansa oranlanması ile bulunan Cronbach Alpha katsayısıdır (Kılıç, 2016, s. 47). Tablo 6’da her bir değişkene ilişkin; ifade sayısı, ortalama değer, standart sapma ve Cronbach Alpha katsayıları gibi temel veriler ayrı ayrı işlenerek sunulmuştur.

Tablo 6. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

ARAŞTIRMA ÖLÇEĞİNE AİT DEĞİŞKENLER	İfade Sayısı	Ortalama	Standart Sapma	Alpha Katsayısı
Erişilebilirliğin Zorluğu	7	3,082	1,217	0,825
Rekabet Üstünlüğü	4	3,922	1,064	0,776
Personel Eğitiminin Zorluğu	3	2,902	1,259	0,856
Yapısal Sorunlar	4	2,623	1,190	0,793
Deneyimleme Arzusu	4	3,584	1,035	0,745
Neofobik Tutum	2	2,307	1,030	0,836
TOPLAM	24			0,845

Araştırma ölçeğinde yer alan her bir değişkeni oluşturan ölçek ifadelerinin birbirleriyle yüksek düzeyde ilişki göstererek tek boyutlu bir yapı oluşturmaları beklenmektedir. Bu şekilde ölçümü yapılmaya çalışılan değişken her ne kavram ya da yapı ile ilgiliyse o değişkene ait ifadelerinde aynı kavram ve yapıyı açıkladığından söz edilebilir. Ölçek ifadeleri arasında gözlenen ilişki ağları ve tek boyutlu yapılar esasen

bir ölçeğin içsel tutarlılığının gücünü gözler önüne sererek ilgili ölçeğin güvenilirliği hakkında somut bilgiler vermektedirler (Demirali, 1995, s. 129). Bu tespitlerin ışığında Tablo 6'dayer alan değişkenlerin içsel tutarlılığının bir göstergesi olarak Cronbach's Alpha katsayıları incelendiğinde, ölçek değişkenlerinin Alfa katsayılarının 0,745 ve 0,856 aralığında olduğu görülmüştür. Alanyazında 0,700 ve üzeri değerler alan bir ölçme aracının güvenilir olduğuna dair bir genel kabul söz konusudur (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 46). Dolayısıyla bu araştırma özelinde kullanılacak her bir değişkenin Alfa katsayılarının 0,700'lük referans değerinin üstünde yer alması onların ölçümlerinin güvenilir olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte ölçeğin bir bütün olarak genel güvenilirlik katsayısının 0,845 olması da ölçeğin içsel tutarlılık düzeyinin oldukça yüksek olduğuna dair güçlü ipuçları vermektedir.

Tablo 6'daki değişkenlere ait ortalama değerleri açısından incelendiğinde ise en yüksek ortalama değer rekabet üstünlüğü değişkenine ait olduğu gözlemlenmiştir (M= 3,922). Bu veriden hareketle yiyecek/içecek sektöründe çalışan anket katılımcısı bireylerin vejetaryen/vegan beslenme biçiminin de yansıtan bir pazarlama stratejisi belirlenirse, iş gördükleri ya da sahibi oldukları yiyecek/içecek işletmelerinin rakip işletmelere göre rekabet avantajı sağlayabileceğine dair bir iç görü geliştirdiklerinden bahsedilebilmektedir. Bununla birlikte yine ortalama değerler açısından değerlendirildiğinde neofobik tutum değişkeninin en düşük ortalama puana sahip olduğu görülmektedir (M=2,307). Buna göre anket katılımcılarının genel kanının aksine vejetaryen/vegan ürünleri basit, niteliksiz, besin değeri açısından düşük, sönük ve sıkıcı bir beslenme alışkanlığı olarak görmedikleri tespitini yapmak yanlış olmayacaktır.

4.1.3. Verilerin Normal Dağılımı Varsayımının Kontrolü

Bir araştırmada kullanılan verilerin normal dağılım göstermesi, T-Testi, ANOVA vb. gibi parametrik nitelik taşıyan analizler aracılığıyla araştırma modelini sınamayı arzulayan araştırmacıların dikkate alması gereken bir ön koşul ve varsayımdır. Bu varsayımın karşılanıp karşılanmadığını sınamak için ise araştırma modeli kapsamındaki değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiş ve bu değerlerin çıktılarını Tablo 7'de yer almıştır.

Tablo 7. Değişkenlere Ait Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

ARAŞTIRMA ÖLÇEĞİNE AİT DEĞİŞKENLER	Basıklık Değeri	Çarpıklık Değeri	Gözlem Sayısı (N)
Erişilebilirliğin Zorluğu	-0,119	-0,209	
Rekabet Üstünlüğü	0,225	-0,771	
Personel Eğitiminin Zorluğu	-0,822	0,101	389
Yapısal Sorunlar	-0,105	0,457	
Deneyimleme Arzusu	0,270	-0,312	
Neofobik Tutum	-0,352	0,674	

Tablo 7’de görüldüğü üzere, ilgili değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri referans aralığı olan- 3,000 ile +3,000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) arasında konumlanmaktadır. Buna göre araştırma verilerinin normal dağılım varsayımını yerine getirdiği gerekçe gösterilerek, araştırma verilerinin analizinde uygulanacak olan istatistiksel hipotez testlerinin parametrik testler olmasına karar kılınmıştır.

4.1.4. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Bu araştırmada H1 hipotezi bağımsız örneklem t-testi; H2, H3, H4, H5 ve H6 hipotezleri ANOVA; H7 hipotezi ise Ki-Kare analizi kullanılarak test edilmiştir.

4.1.4.1. H₁ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Sosyal bilimler çatısı altında incelendiğinde, bağımsız örneklem t-testi, birbirleriyle ilişkisiz iki farklı grubun, belirli bir vaka ya da olguya ilişkin düşünce, inanç, algı, tutum ve davranışlarının karşılaştırmasını yapan (Ross ve Willson, 2017, s. 13) parametrik bir analiz türüdür. Bir örnek ile açıklamak gerekirse, medeni durumları açısından birbirleriyle ilişkisi olmayan ve iki farklı ana kütleli temsil eden evli ve bekâr bireyler üzerinde araştırma yapılacak örneklem grupları olarak tayin edilsin. Sonrasında evli ve bekâr bireylerin hangi bağlama göre birbirleriyle kıyaslanacağına karar verilecektir. Bu kurgusal örnekte evli ve bekâr bireylerin yaşam doyum düzeylerine göre birbirlerinden farklılık gösterdiği hipotezi öne sürülmektedir. Buna göre her iki grubun (evli ve bekâr) üzerinde inceleme yapılan olguya dair (yaşam doyum düzeyi) test puanlarının ortalamasının ilk grup için (evliler için) 2.000, ikinci grup için ise (bekârlar için) 4.000 bulunduğu varsayılmaktadır. Dolayısıyla iki grubun birbirlerine göre ortalamalarının farkı olan ($4.000-2.000=2.000$) 2.000 değerinin tesadüf bir değer mi yoksa istatistiki açıdan anlamlı bir değer mi olduğu bağımsız örneklem t-testi yardımıyla açıklanabilmektedir. Şayet bu değer istatistiki açıdan anlamlı bulunursa bağımsız örneklem t-testine ait analiz çıktıları şu şekilde

okumak/yorumlamak mümkün olacaktır; ortalama test puanı yüksek olan bekâr bireylerin (4.000) düşük test puanına sahip evli bireylere (2.000) göre yaşam doyum düzeyleri daha tatmin edicidir.

Yukarıda bahsedilen kurgusal örnek ile aynı dinamikleri paylaşan araştırmanın H₁ hipotezi, kadın ve erkek yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin bağımsız örneklem t-testi çıktıları da Tablo 8’ de gösterildiği gibidir.

Tablo 8. Cinsiyet Grupları Açısından Bağımsız Örneklem t-Testi Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	CİNSİYET	N	Ortalama	Standart Sapma	t Değeri	Serbestlik Derecesi	p																																																								
Erişilebilirliğin Zorluğu	Kadın	166	3,063	0,783	0,358	387	0,722																																																								
	Erkek	223	3,094	0,898				Rekabet Üstünlüğü	Kadın	166	3,897	0,767	0,508	387	0,612	Erkek	223	3,940	0,866	Personel Eğitiminin Zorluğu	Kadın	166	2,745	1,053	2,427	387	0,016*	Erkek	223	3,019	1,138	Yapısal Sorunlar	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325	Erkek	223	2,663	1,012	Deneyimleme Arzusu	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271	Erkek	223	3,634	0,829	Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**
Rekabet Üstünlüğü	Kadın	166	3,897	0,767	0,508	387	0,612																																																								
	Erkek	223	3,940	0,866				Personel Eğitiminin Zorluğu	Kadın	166	2,745	1,053	2,427	387	0,016*	Erkek	223	3,019	1,138	Yapısal Sorunlar	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325	Erkek	223	2,663	1,012	Deneyimleme Arzusu	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271	Erkek	223	3,634	0,829	Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**	Erkek	223	2,569	1,210								
Personel Eğitiminin Zorluğu	Kadın	166	2,745	1,053	2,427	387	0,016*																																																								
	Erkek	223	3,019	1,138				Yapısal Sorunlar	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325	Erkek	223	2,663	1,012	Deneyimleme Arzusu	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271	Erkek	223	3,634	0,829	Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**	Erkek	223	2,569	1,210																				
Yapısal Sorunlar	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325																																																								
	Erkek	223	2,663	1,012				Deneyimleme Arzusu	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271	Erkek	223	3,634	0,829	Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**	Erkek	223	2,569	1,210																																
Deneyimleme Arzusu	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271																																																								
	Erkek	223	3,634	0,829				Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**	Erkek	223	2,569	1,210																																												
Neofobik Tutum	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**																																																								
	Erkek	223	2,569	1,210																																																											

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 8’de görüldüğü gibi anket katılımcısı bireylerin personelin eğitim zorluğu [t (387)=2,427; $p < 0,050$] ve neofobik tutum [t (386,328)= 5,640; $p < 0,010$] değişkenlerine yönelik tutumları, onların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Grupların ortalama değerlerinde gerçekleşen bu farklılık her iki değişken açısından da erkek katılımcıların lehine sonuç vermiştir. Anket katılımcısı olan erkek bireyler, gerek vejetaryen/vegan olgusuna dair yiyecek/içecek sektörü personelinin eğitebilme gerekse vejetaryen/vegan anlayışı benimseme noktasında kadın katılımcılara göre daha kötümser düşünmektedirler. Bununla birlikte erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar ve deneyimleme arzusu değişkenlerine yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dolayısıyla H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Bağımsız örneklem t-testi ve ANOVA gibi parametrik analizlerin kullanılabilmesi için verilerin normal dağılım göstermesine ek olarak, homojenlik varsayımının da karşılanması gerekmektedir. Bu türden analizler esnasında iki ya da daha fazla grubun varyanslarının birbirinden önemli derecede farklı olup olmadığının testi gerekli olmaktadır. Böylesi analizler için grup varyanslarının homojenliğinin (yani grup varyansları farkının tesadüfi denilebilecek kadar önemsiz düzeyde olması gerekir) sağlanıp sağlanmadığının bilinmesi gerekmektedir (Fırat, 1995, s. 142). Bu amaçla Levene testinden faydalanmak mümkündür. Levene testi sonucunda bulunan p değeri 0.05'ten büyük ise grup varyanslarının homojen olduğundan bahsedilebilir. Buna göre grup ortalamaları arasında anlamlı farkın gözlemlendiği personelin eğitiminin zorluğu değişkeni için varyansların homojen dağıldığı varsayımı gerçekleşirken ($p=0,580$; $p>0,050$), neofobik tutum için ise bu varsayımın karşılanmadığı görülmektedir ($p=0,0001$; $p<0,050$). Bu nedenle Tablo 8'de neofobik tutum değişkenine ait istatistiki değerler hazırlanırken, bağımsız örneklem t testi için varyanslar homojen dağılmadığı takdirde incelenmesi gereken satır olan ikinci satırdaki değerler temel alınmıştır.

4.1.4.2. H₂ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

ANOVA'nın temel işlevi, tıpkı bağımsız örneklem t-testinde olduğu gibi, gruplar arası ortalama değerlerin yansıttığı farkın anlamlı olup olmadığını test etmektir. Bu noktada ANOVA'yı bağımsız örneklem t-testinden ayırıştıran fark ise bağımsız örneklem t-testi sadece 2 grup arasında oluşan ortalama farkının anlamlılığını sınarken, ANOVA 2'den fazla grubun birbirleriyle kombinasyonlarından doğan ortalama farklılıklarının anlamlılığını sınamaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken bir diğer husus, ANOVA ile yalnızca grupların ortalamaları arasında istatistiki olarak önemli ölçüde fark olup olmadığı hipotezi tespit edilebilmesine karşın hangi grupların birbirinden anlamlı bir biçimde farklılaştığına dair bilgi vermemektedir. Bu noktada ise çoklu karşılaştırma tekniklerinden herhangi biri kullanarak anlamlı ortalama farkı oluşturan gruplar tespit edilebilmektedir (Kayri, 2009, s. 52).

Çoklu karşılaştırma tekniklerinin çalışma ilkesi en yalın anlatımıyla irdelenecek olursa; çoklu karşılaştırma tekniklerinin genel işlevi, ANOVA modelinde yer alan her grubu sırasıyla diğer gruplarla teker teker kıyaslayıp bir karşılaştırma matrisi elde etmek üzerine kuruludur. Birden fazla çoklu karşılaştırma tekniği bulunmakla birlikte, gruplar arasında mümkün olan bütün doğrusal kombinasyonların karşılaştırmasını

sağlaması, karşılaştırılacak grup sayılarının çok olması durumunda α hata payını kontrol altında tutabilmesi ve gruplardaki gözlem sayılarının eşit olması varsayımını dikkate almaması gibi birtakım avantajlar içeren Scheffe tekniği en çok bilinen ve uygulanan çoklu karşılaştırma tekniğidir. Bununla birlikte, şayet gruplar arası varyansın eşit olarak dağılmaması durumu ile karşılaşırsa iki farklı yol haritası izlenecektir. İlk aşamada, grupların birine ait olan varyans miktarı diğer grubun varyans miktarının 4 katından fazla olmaması ve grupların örneklem büyüklükleri birbirlerine eşit ya da eşite yakın olması koşulları karşılanırsa varyansların homojenliği varsayımı yerine getirilmiş kabul edilecektir (Çakay, 2020, s. 110). Bu şartlar da sağlanamaz ve ise gruplar arası varyans eşit olarak dağılmazsa kullanılacak çoklu karşılaştırma tekniği Games-Howell (Kayri, 2009, s. 52-56) olacaktır.

ANOVA'ya ilişkin temel düzeyde bilinmesi gereken bilgiler irdelendikten sonra farklı yaş grubundaki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olan H2 hipotezine yönelik ANOVA çıktıları da Tablo 9'da gösterildiği gibidir. Tablo 9'a göre H2 hipotezi ANOVA kullanılarak sınındığında, çeşitli yaş gruplarındaki katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 382) = 3,658; p < 0.010$]. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğuna dair bulgulara ise Scheffe tekniği ile ulaşılmış olup, aralarında farkın gözlemlendiği yaş grupları 41-50 yaş arası katılımcılar (ortalama değer=3,770) ve 21-30 yaş arası katılımcılardır (ortalama değer=2,844). Bu bulgunun okuması ise şu şekilde yapılabilmektedir; orta yaşlı sektör çalışanları görece daha genç çalışanlara göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar.

Tablo 9. Yaş Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	p Değeri	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar Arası	1,355	4	0,339	0,471	0,757	-
	Gruplar İçi	274,977	382	0,720			
	Toplam	276,333	386				
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar Arası	1,196	4	0,299	0,437	0,782	-
	Gruplar İçi	261,262	382	0,684			
	Toplam	262,458	386				
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar Arası	17,514	4	4,378	3,658	0,006**	41-50 yaş arası ve 21-30 yaş arası
	Gruplar İçi	457,260	382	1,197			
	Toplam	474,774	386				
Yapısal Sorunlar	Gruplar Arası	5,862	4	1,465	1,687	0,152	-
	Gruplar İçi	331,935	382	0,869			
	Toplam	337,797	386				
Deneyimleme Arzusu	Gruplar Arası	0,278	4	0,070	0,115	0,977	-
	Gruplar İçi	232,222	382	0,608			
	Toplam	232,500	386				
Neofobik Tutum	Gruplar Arası	6,877	4	1,719	1,323	0,261	-
	Gruplar İçi	496,228	382	1,299			
	Toplam	503,105	386				

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız kategorik değişken: Katılımcıların yaş grupları

Grup ortalamaları arasında anlamlı farkın gözlemlendiği personelin eğitiminin zorluğu değişkeni için varyansların homojen dağıldığı varsayımının yerine getirildiğini belirtmekte analiz çıktılarının güvenilirliğini arttırmak adına faydalı olacaktır ($p=0,902$; $p>0,050$). Bu bulguya ek olarak, H₂ hipotezinin ANOVA modeli içindeki diğer değişkenler olan; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenlere yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının yaşları açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu bilgilerin ışığında, H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

4.1.4.3. H₃ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Araştırmanın H₃ hipotezi, farklı öğrenim durumuna sahip yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin ANOVA çıktıları da Tablo 10'da gösterildiği gibidir.

Tablo 10'dan edinilen çıktıların ışığında, eğitim/öğretim hayatının farklı düzeylerde yer alan katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 3,633$; $p<0.010$]. Bu anlamlı farklılık ise ortaöğretim mezunu katılımcılar (ortalama değer=3,301) ve lisans eğitimi almış katılımcılar (ortalama değer=2,675) arasında gerçekleşmiştir. Bir başka deyişle, örgün eğitim/öğretim hayatını erken tamamlamış olan ortaöğretim mezunu katılımcılar görece eğitim/öğretimin daha yüksek basamaklarda tamamlamış katılımcılara göre vejetaryen/vegan beslenme ekseninde verilecek olan olası personel eğitimlerine daha soğuk ve mesafeli yaklaşmaktadırlar. Yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p=0,710$; $p>0,050$).

H₃ hipotezine yönelik diğer değişkenlerde (erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum) ise katılımcıların öğrenim durumu grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₃ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 10. Öğrenim Durumu Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	P Değeri	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluluğu	Gruplar Arası	5,826	4	1,457	2,038	0,088	-
	Gruplar İçi	273,724	383	0,715			
	Toplam	279,550	387				
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar Arası	1,676	4	0,419	0,613	0,654	-
	Gruplar İçi	261,949	383	0,684			
	Toplam	263,625	387				
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar Arası	22,056	4	5,514	4,633	0,001**	Ortaöğretim mezunu bireyler ve lisans mezunu bireyler
	Gruplar İçi	455,823	383	1,190			
	Toplam	477,879	387				
Yapısal Sorunlar	Gruplar Arası	5,591	4	1,398	1,604	0,173	-
	Gruplar İçi	333,719	383	0,871			
	Toplam	339,310	387				
Deneyimleme Arzusu	Gruplar Arası	1,792	4	0,448	0,732	0,570	-
	Gruplar İçi	234,381	383	0,612			
	Toplam	236,173	387				
Neofobik Tutum	Gruplar Arası	9,255	4	2,314	1,792	0,130	-
	Gruplar İçi	494,412	383	1,291			
	Toplam	503,667	387				

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız kategorik değişken: Katılımcıların öğrenim durumları

4.1.4.4. H₄ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının meslekte çalıştıkları süreye göre vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır olarak ifade edilmiş H₄ hipotezinin çıktıkları Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11’den de anlaşılacağı üzere anket katılımcısı bireylerin yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların meslekte çalıştıkları süreler göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 3,558; p < 0.010$]. Bu farklılık ise meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personeller (ortalama değer=2,762) ve 8-10 yıl arası iş görmüş personeller (ortalama değer=2,241) arasında ortaya çıkmıştır. Buna göre vejetaryen/vegan ürün/hizmet sağlayan işletmelerde karşılaşılabilecek olası yapısal sorunlara karşı daha çok iş tecrübesi olan personellerin daha az tecrübeli personellere göre daha hazırlıklı olduğu tespitini yapmak mümkündür. Buna karşın yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılanmadığı görülmüştür ($p=0,007; p < 0,050$). Böylesi bir durumda daha önce de bahsedildiği gibi ilk olarak grupların birine ait olan varyans miktarı diğer grubun varyans miktarının 4 katından fazla olmaması ve grupların örneklem büyüklükleri birbirlerine eşit ya da eşite yakın olma koşullarının sağlanıp sağlanmadığı incelenmiştir. Yapısal sorunlar değişkeni özelinde, meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu ve meslekte 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu ölçek puanlarından edinilen varyans miktarının, 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu için 0,816 olduğu, 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu için ise 0,584 olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bir grubun varyans miktarının diğer grubun varyans miktarından 4 kat fazla olmadığı koşulu sağlanmıştır. Ayrıca 2-4 yıl arası çalışmış personel gözlem sayısı (104) ile 8-10 yıl arası çalışmış personel (62) gözlem sayısının birbirlerine yakın denilebilecek seviyelerde olması da yapısal sorunlar değişkeni için varyansların homojen dağılımı varsayımının karşılandığına işaret ettiği için varyansların homojenliği varsayımı yerine getirilmiş kabul edilmiştir.

Tablo 11. Meslekte Çalışılan Sürelerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	p Değeri	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluluğu	Gruplar Arası	3,451	4	0,863	1,195	0,312	-
	Gruplar İçi	277,229	384	0,722			
	Toplam	280,680	388				
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar Arası	1,715	4	0,429	0,628	0,643	-
	Gruplar İçi	262,245	384	0,683			
	Toplam	263,960	388				
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar Arası	2,878	4	0,720	0,581	0,676	-
	Gruplar İçi	475,187	384	1,237			
	Toplam	478,066	388				
Yapısal Sorunlar	Gruplar Arası	12,130	4	3,032	3,558	0,007**	2-4 yıl arası çalışan ve 8-10 yıl arası çalışan personel
	Gruplar İçi	327,322	384	0,852			
	Toplam	339,452	388				
Deneyimleme Arzusu	Gruplar Arası	3,600	4	0,900	1,485	0,206	-
	Gruplar İçi	232,684	384	0,606			
	Toplam	236,285	388				
Neofobik Tutum	Gruplar Arası	6,992	4	1,748	1,344	0,253	-
	Gruplar İçi	499,547	384	1,301			
	Toplam	506,540	388				

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız Değişken: Katılımcıları mesleklerinde çalıştıkları süre

H4 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde (erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum) ise katılımcıların meslekteki çalışma süresi grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

4.1.4.5. H₅ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Farklı alanlarda öğrenim görmüş yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır hipotezinin sınanması sonucu edinilen bulgular Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12'de görüldüğü gibi anket katılımcılarının yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların mesleklerine ilişkin farklı alanlarda almış oldukları eğitimlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 2,976; p < 0.050$]. Bu farklılığın kaynağını turizm meslek lisesinde eğitim görmüş personeller (ortalama değer=2,661) ile mesleki eğitimini diğer uygulamalar (kurs, sertifika ve eğitim programları vb.) ile kazanmış personeller (ortalama değer=3,003) oluşturmaktadır. Bu bulguların okumasını şu şekilde yapmakta mümkündür; yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimini yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimini turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir. İlgili değişkene Levene testi uygulandığında ise gruplar arası varyansların homojenliği varsayımının yerine getirildiği de gözlenmiştir ($p = 0,770; p < 0,050$).

H₅ hipotezine yönelik diğer değişkenlerde (erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum) ise katılımcıların mesleki eğitimlerini aldıkları alanı temsil eden grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₅ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 12. Farklı Alanlardaki Öğrenimlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	p Değeri	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar Arası	2,613	4	0,653	0,902	0,463	-
	Gruplar İçi	278,066	384	0,724			
	Toplam	280,680	388				
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar Arası	3,497	4	0,874	1,289	0,274	-
	Gruplar İçi	260,463	384	0,678			
	Toplam	263,960	388				
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar Arası	10,350	4	2,588	2,124	0,077	-
	Gruplar İçi	467,715	384	1,218			
	Toplam	478,066	388				
Yapısal Sorunlar	Gruplar Arası	10,206	4	2,552	2,976	0,019*	Turizm meslek lisesi ve Diğer eğitim alanları
	Gruplar İçi	329,246	384	0,857			
	Toplam	339,452	388				
Deneyimleme Arzusu	Gruplar Arası	2,860	4	0,715	1,176	0,321	-
	Gruplar İçi	233,425	384	0,608			
	Toplam	236,285	388				
Neofobik Tutum	Gruplar Arası	10,819	4	2,705	2,095	0,081	-
	Gruplar İçi	495,720	384	1,291			
	Toplam	506,540	388				

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız Değişken: Mesleğe ilişkin eğitimin alındığı alan

4.1.4.6. H₆ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Farklı görevdeki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır olarak ifade edilmiş H₆ hipotezine ait çıktılar Tablo 13'ye işlenmiştir. Tablo 13'den edinilen çıktılar ışığında, işyerindeki görevleri bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının deneyimleme arzusu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 2,872; p < 0.050$]. Bu anlamlı farklılık ise çalıştıkları işyerlerinde servis personeli olarak görev yapan katılımcılar (ortalama değer=3,456) ve mutfak dışında kalan farklı pozisyonlarda (kurye, muhasebeci, kasiyer vb.) görev alan katılımcılar (ortalama değer=3,928) arasında gerçekleşmiştir. Buna göre, çalıştıkları işyerlerinde -mutfak haricinde- farklı pozisyonlarda görev alan personellerin servis personellerine göre vejetaryen/vegan beslenmeyi ve besinleri deneyimlemeye daha açık fikirle yaklaştıkları görülmüştür. Yapılan Levene testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p=0,460; p > 0,050$).

H₆ hipotezine yönelik diğer değişkenlerde (erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, yapısal sorunlar ve neofobik tutum) ise katılımcıların işyerindeki görevleri açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₆ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 13. İşyerindeki Görevlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	p Değeri	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar Arası	2.703	3	0.901	1.248	0.292	-
	Gruplar İçi	277.977	385	0.722			
	Toplam	280.680	388				
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar Arası	5.177	3	1.726	2.568	0.054	-
	Gruplar İçi	258.783	385	0.672			
	Toplam	263.960	388				
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar Arası	1.282	3	0.427	0.345	0.793	-
	Gruplar İçi	476.783	385	1.238			
	Toplam	478.066	388				
Yapısal Sorunlar	Gruplar Arası	1.483	3	0.494	0.563	0.640	-
	Gruplar İçi	337.970	385	0.878			
	Toplam	339.452	388				
Deneyimleme Arzusu	Gruplar Arası	5.173	3	1.724	2.872	0.036*	Servis personelleri ve diğer personeller
	Gruplar İçi	231.112	385	0.600			
	Toplam	236.285	388				
Neofobik Tutum	Gruplar Arası	4.187	3	1.396	1.070	0.362	-
	Gruplar İçi	502.352	385	1.305			
	Toplam	506.540	388				

* $p < 0.050$ düzeyinde anlamlıdır. ** $p < 0.010$ düzeyinde anlamlıdır.

Bağımsız Değişken: İşyerindeki görev

4.1.4.7. H₇ Hipotezine Yönelik Analiz Sonuçları

Bu hipotezin sınanması için parametrik olmayan analiz türlerinden biri olan Ki-Kare testi kullanılmıştır. Ki-Kare testi, araştırmanın amacı ve modeline bağlı olarak bağımsızlık (ilişkisizlik) testi, homojenlik testi ve uygunluk testi olarak uygulanabilmektedir. Bu çalışmada süreksizlik özelliği taşıyan ve nitel sınıfa dâhil olan iki değişkenin arasında ilişki olup olmadığının araştırılması nedeniyle araştırma verilerine Ki-Kare bağımsızlık testi (Turanlı ve Güriş, 2012, aktaran Atcıoğlu, 2019, s. 27) uygulanmıştır. Böylelikle katılımcıların işyerindeki görevleri (servis personeli ve mutfak personeli) ile vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik görüş, tutum ve bilgi düzeyleri (doğru bilgiye sahip olanlar ve olmayanlar) arasında bir ilişkinin varlığı/yokluğu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Ki-Kare bağımsızlık testi sonuçları değerlendirilmeden önce bu analizin uygulanabilmesi adına katılımcıların vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik görüş, tutum ve bilgi düzeylerini ölçen ve bu yönü ile sürekli değişkenler sınıfına dâhil olan ifadeler süreksiz bir hale getirilmiştir. Bu işlem ise şu şekilde gerçekleştirilmiştir; görüş, tutum ve bilgi düzeyini ölçen herhangi bir ölçek ifadesinin doğruluğuna ters düşünün yanıtı veren katılımcılar ile ifadenin doğru ya da yanlış bir bilgi içerip içermediğine ilişkin “kararsızım” yanıtı veren katılımcıların söz konusu ifade ile ilgili doğru bilgiye sahip olmadıklarına kanaat getirilmiştir. Doğal olarak analiz için “doğru bilgiye sahip olanlar” ve “doğru bilgiye sahip olmayanlar” olmak üzere 2 kategorik gruba erişilmiştir. Araştırmanın diğer değişkeni olan katılımcıların işyerindeki görevlerine ait grupların (servis personeli ve mutfak personeli) hâlihazırda süreksiz bir özellik göstermesi nedeniyle bu değişkene benzer bir işlem uygulanmamıştır.

Katılımcıların işyerindeki görevleri ile vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili görüş, tutum ve bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır hipotezini sınamak amacıyla uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testinin çıktıları Tablo 14’te gösterildiği gibidir. Toplam 33 ifadeden oluşan “Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği”nin her ifadesine ayrı ayrı uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testi sonuçlarına göre 6 adet ifade de istatistiksel olarak anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

33 ifade içerisinde 11 adet ifade katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumları ölçen ifadelerle işaret etmekte olup, analiz sonucunda bu

ifadelerden sadece “Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir” önermesi üzerinde değişkenler (işyerindeki görev ve bilgi durumu) arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=8,411$, $p<0.010$). Ayrıca, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan “doğru” bir bulgu olan bu önermeye ilişkin anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Toplam 7 ifade ile ölçülmeye çalışılan ve esasen araştırma katılımcılarının vejetaryen/vegan besinlerin besin öğeleri ile ilgili bilgi düzeyini ölçen ifadelerden sadece “Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar” ifadesi bağlamında değişkenler arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=6,738$, $p<0.010$). Bununla birlikte, servis personellerinin mutfak personellerine nispeten bilimsel açıdan “doğru” bir tespit olan bu ifade özelinde anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi üzerine bilgi düzeylerini ölçen 8 maddeden yalnızca “Vejetaryen/vegan beslenme fiziksel performansı düşürür” maddesinde değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=3,861$, $p<0.049$). Dahası, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan “yanlış” bir yargı olan bu önerme konusunda anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Vejetaryen/vegan beslenme alışkanlığı ve ölüm nedenleri teması altındaki bilgi düzeylerini ölçen 3 önermeden 2 tanesi (“Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar” ve “Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda meme kanserine bağlı ölümler artar”) üzerinde değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=12,200$, $p<0.010$ ve $X^2=6,619$, $p<0.010$). Ek olarak, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan “yanlış” yargılar içeren her iki önermeye yönelik de anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Son olarak, vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeyini ölçen 2 ifadeden 1’i olan “Vejetaryen/vegan beslenme kadınlarda adet düzensizliklerine yol açar” ifadesi bağlamında değişkenler arası anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=8,344$, $p<0.049$). Ayrıca, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan “yanlış” bir bulgu olan bu ifade özelinde anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

Tablo 14. Araştırma Katılımcılarının Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği İfadelerine İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları

Vejetaryen/Vegan Beslenme İle İlgili Görüş ve Tutumları Ölçen İfadeler							
Anlamli İlişkinin Gözleendiği İfade		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir. (<i>Doğru Bilgi</i>)	Servis Personeli	34	68,6	24	41,4	8,411	0,004**
	Mutfak Personeli	108	38,0	176	62,0		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Besin Öğeleriyle İlişkisi İle İlgili Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Anlamli İlişkinin Gözleendiği İfade		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar. (<i>Doğru Bilgi</i>)	Servis Personeli	36	62,1	22	37,9	6,738	0,009**
	Mutfak Personeli	222	78,2	62	21,8		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Hayat Kalitesi ve Kronik Hastalıklar İle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Anlamli İlişkinin Gözleendiği İfade		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen/vegan beslenme fiziksel performansı düşürür. (<i>Yanlış Bilgi</i>)	Servis Personeli	37	63,8	21	36,2	3,861	0,049*
	Mutfak Personeli	141	49,6	143	50,4		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Ölüm Nedenleriyle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Anlamli İlişkinin Gözleendiği İfade		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. (<i>Yanlış Bilgi</i>)	Servis Personeli	38	65,5	20	34,5	12,200	0,0001**
	Mutfak Personeli	115	40,5	169	59,5		
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda meme kanserine bağlı ölümler artar. (<i>Yanlış Bilgi</i>)	Servis Personeli	35	60,3	23	39,7	6,619	0,010**
	Mutfak Personeli	119	41,9	165	58,1		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Üreme Sağlığı ve Hormonlarla İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Anlamli İlişkinin Gözleendiği İfade		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		X²	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen/vegan beslenme kadınlarda adet düzensizliklerine yol açar. (<i>Yanlış Bilgi</i>)	Servis Personeli	38	65,5	20	34,5	8,344	0,004**
	Mutfak Personeli	127	44,7	157	55,3		

*p<0.050 düzeyinde anlamlıdır. **p<0.010 düzeyinde anlamlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde vejetaryen/vegan beslenme düzeni her ne kadar geleneksel beslenme alışkanlıklarının alternatifi yeni bir beslenme akımı gibi algılsa da bu akımın tarihsel ayak izlerine Antik Yunan medeniyetinde bile rastlanabilmektedir. Dahası vejetaryen/vegan beslenmeyi salt diyet öğelerini içeren bir beslenme düzeni olarak değerlendirmek onu dar çerçeveli bir kalıba hapsetmek anlamına gelmektedir. Vejetaryen/vegan beslenme akımı bu değerlendirmenin oldukça ötesinde; etik bir yaklaşımı, bir dünya görüşünü ve zengin bir yaşam tarzını da yansıtan çok boyutlu bir yapıyı ifade etmektedir.

Son yıllarda vejetaryen/vegan ilkelere uygun beslenen birey sayısının, özellikle sanayileşmiş ülkeler içerisinde, önemli ölçüde artış göstermesi ile birlikte başta yiyecek/içecek sektörü olmak üzere birçok ilgili sektör kendisini vejetaryen/vegan olgusu ile uyumlaştırma sürecine girmiştir. Daha çarpıcı olan ise uyumlaştırmadan ziyade kendisini tam anlamıyla vejetaryen/vegan konseptli bir yapıya dönüştüren işletmelerin sayısının da gün geçtikçe artmaktadır. Vejetaryen/vegan pazarın giderek genişlemesi paralelinde değişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap verilebilen işletmeler ise karlılıklarını, verimliliklerini ve marka değerlerini arttırarak, rakip işletmeler karşısında rekabet üstünlüğü elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Teorik anlamda kulağa hoş gelen bu amaca ulaşıp ulaşılamayacağına birinci dereceden sorumluluk sahibi olanlar ise şüphesiz yiyecek/içecek sektörü personelleridir. İlgili sektörün personelleri çalıştıkları işletmenin vejetaryen/vegan ilkeler üzerine oturtulmuş pazarlama plan ve programını ne ölçüde yansıttıkları, personellerin vejetaryen/vegan olgusunu ne ölçüde içselleştirip benimsedikleriyle yakından ilişkilidir. Basit birkaç kurgusal örnek üzerinden konuyu açıklamak gerekirse; bir servis personelinin menüdeki vejetaryen/vegan yiyecekler hakkındaki yetersiz bilgisi, onu müşterinin tüketicinin istek ve ihtiyacını anlayabilme noktasında zorlayacaktır. Benzer bir şekilde, esasen bir mutfak personeli olan aşçının tüketime hazır hale getirdiği vejetaryen/vegan yiyeceği eksik malzeme, yanlış pişirme tekniği ya da kötü bir sunum ile vejetaryen/vegan tüketicinin karşısına çıkarması, tüketici nezdinde memnuniyetsizliğe, işletme nezdinde ise kısa vadede kar düşüşüne orta vadede güven ve itibar zedelenmesine uzun vadede ise tüketici kaybına yola açacaktır. Böylesi bir senaryonun hayat bulmaması açısından yiyecek/içecek sektörü personellerinin vejetaryen/vegan beslenme olgusuna yönelik farkındalık düzeylerini

anlamak ve onların bu olguya dair geliştirdikleri tutumu ortaya çıkararak, personel tutumlarının bazı demografik özellikler açısından farklılık gösterip göstermediğini saptayabilmek bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda atılan ilk adım, yiyecek/içecek sektörü personelinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili tutumlarını şekillendiren etmenleri yani değişkenleri tespit etmek olmuştur. Araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda ise personel tutumlarının 6 boyutta meydana geldiği gözlemlenmiştir. Faktör analizinin açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, personellerin vejetaryen/vegan beslenme olgusuna yönelik tutumları üzerinde en belirleyici rolü oynayan değişkenler sırasıyla; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum şeklindedir.

Bir sonraki adımda araştırma katılımcısı personellerin tutumları ifade eden söz konusu değişkenlere ilişkin ortalamalarının, onların bazı demografik özellikleri bakımından karşılaştırılması yapılmıştır. Üzerinde gruplar arası anlamlı farklılığın en çok olduğu değişken ise personel eğitiminin zorluğu olmuştur. Cinsiyetleri açısından kadın personeller erkek personellere göre, yaşları açısından görece genç personel daha yaşlı personellere göre, eğitim durumları açısından ise daha uzun süre örgün eğitim almış personeller daha sınırlı eğitim almış personellere göre vejetaryen/vegan ilkeler temelinde personel eğitimi almaya daha sıcak bakmaktadırlar.

Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, Bryant (2019)'ın ağırlıklı olarak et ve et ürünleri tüketen 1000 bireylerin vejetaryen/vegan beslenme konusundaki düşüncelerini sorguladığı araştırmada kadın bireyler erkek bireylere göre bu türden bir beslenme alışkanlığını kendileri için daha uygun, eğlenceli, lezzetli ve besleyici bulmuşlardır. Dolayısıyla vejetaryen/vegan olgusunu benimseme noktasında erkek bireylere nispeten daha olumlu düşünen kadın bireyler, iş bu konu üzerine bir eğitim almaya geldiğinde de aynı tutumlarını yansıtmaktadırlar.

Yaşları açısından değerlendirildiğinde, her ne kadar alanyazındaki araştırmalar, kariyerinin ve yaşamının daha ileri aşamasındaki personellerin üretkenliğe genç personellerden daha fazla değer verdiği gösterilmiş olsa da (Lang ve Carstensen, 2002), bu durum personel eğitimi noktasında aynı şekilde ortaya çıkmamaktadır. Buna göre daha yaşlı bireylerin resmi personel eğitimler ile daha az ilgilendiğini (Kanfer ve

Ackerman, 2004) ve bu türden eğitimlere katılmak içinde kendilerine daha az fırsat sunulduğunu düşünmektedirler (Grima, 2011). Yaşlı personeller böyle bir eğitim alsalar bile eğitim performansları görece kendilerinde daha genç meslektaşlarına nazaran daha zayıftır (Colquitt, Le Pine ve Noe, 2000). Konuya ilişkin alinyazındaki tutarlı bulgular, bu araştırmanın sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Nitekim 41-50 yaş arası araştırma katılımcılarının (görece yaşlı) 21-30 yaş arası katılımcılara (görece genç) göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar.

Eğitim durumları açısından değerlendirildiğinde ise örgün eğitim/öğretim hayatını lisans derecesiyle bitirmiş katılımcıların orta öğretimden mezun katılımcılara göre meslekleri ile ilgili yeni bilgiler edilmek adına formal ya da informal personel eğitimi almaya daha isteklidirler.

Demografik özellikleri bakımından gruplar arası anlamlı farklılığın en çok olduğu 2. değişken ise yapısal sorunlar değişkeni olmuştur. Bu değişkenin işaret ettiği sorunlar ise işletmelerin örgüt yapısı (örgüt büyüklüğü, örgütsel güven) ve fiziki yapısı (vejetaryen/vegan ürünlerin raf ömrünü uzatmak için gerekli olan ürün saklama üniteleri, soğuk hava deposu vb.) ile ilgilidir. Meslekte çalışılan süre açısından yani kıdem bazında incelendiğinde, geleneksel yapıdan vejetaryen/vegan konseptli bir işletmeye dönüşümün yaratacağı yapısal sorunlar karşısında 8-10 yıl arası çalışan personel (görece daha kıdemli) 2-4 yıl arası çalışan personele (görece daha az kıdemli) göre daha hazırlıklı bir görüntü çizmektedir. Bu sonucun gerekçelendirmesi ise özellikle yapısal sorunlar değişkeninin işaret ettiği örgüt büyüklüğü kavramı ışığında yapılabilmektedir. Buna göre vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlık aşaması için yeni mutfak personelleri, müşteri/tüketiciye servis aşamaları için ise yeni servis personellerinin istihdam edilmesi gerekliliği inancı işletmenin çalışan sayısında artışa gitmesine neden olarak işletmenin örgüt boyunda karmaşıklığını arttıracaktır. Alanyazında örgüt büyüklüğünde yaşanan artışın örgütsel davranışı da genel olarak olumludan çok olumsuz etkileyeceği bilinmektedir (Keçecioğlu, 2008). Böylesi bir durumda ise daha az kıdemli bir personelin işletmedeki değişimlere tepkisi ve adaptasyon sürecinin daha kıdemli ve tecrübeli bir personele görece daha yavaş gelişmesi de kaçınılmazdır.

Yapısal sorunlar değişkeni özelinde gruplar arası farklılığın gözlemlendiği bir diğer kategorik değişken ise personellerin mesleklerine ilişkin eğitim aldıkları alanda

gözlemlenmiştir. Bu bulguya göre yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimini yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimini turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir.

Kadın ve erkek personellerin neofobik tutum değişkenine dair farklı düzeyde geliştirdikleri tutumların incelenmesi ile, kadın personellerin erkek personellere göre vejetaryen/vegan anlayışı ve besinleri deneme isteğinin daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu sonuç alanyazındaki bazı çalışmalarla örtüşmekteyken (Tuorila, Lähteenmäki, Pohjalainen ve Lotti, 2001) bazıları ile taban tabana zıt sonuçlar vermiştir (Choe ve Cho, 2011).

Gruplar arası anlamlı farklılığa rastlanan son değişken ise deneyimleme arzusu değişkeni olup, buna göre çalıştıkları işyerlerinde -mutfak haricinde- farklı pozisyonlarda görev alan personellerin servis personellerine göre vejetaryen/vegan beslenmeyi ve besinleri deneyimlemeye daha açık fikirle yaklaştıkları görülmüştür.

Bu araştırma; yiyecek/içecek sektörü personelinin vejetaryen/vegan müşterilere/tüketicilere hizmet noktasında karşılaştıkları zorlukları incelemeye odaklanmıştır. Vejetaryen/vegan beslenme anlayışının artan çekiciliği yiyecek/içecek işletmelerinin görmezden gelemeyeceği boyutlara ulaşsa da birçok işletme halen vejetaryen/vegan bireylerin yönelimlerine cevap verememektedir. Alinyazına göre bu duruma sebebiyet veren ana dinamikler; vejetaryen/vegan ürünlerin zahmetli, donuk ve sönük olduğuna dair yaygın algı ve kaliteli vejetaryen yemeklerin hazırlanmasında ve sunulmasında yer alan sıkı çalışmalar nedeniyle birçok şefin ve aşçının vejetaryenlere hizmet vermek için geri çekilmesi gibi görünmektedir (Rivera ve Shani, 2013). Hal böyleyken istek ve ihtiyaçları karşılanmamış vejetaryen/vegan tüketicilerden işletmelere yönelik şikâyetlerin edilmesi de gayet olağandır.).

Aştırma sonuçlarına göre konu üzerine en yoğun şikâyetler sırasıyla; işletme menülerinde vejetaryen/vegan ürünlere oldukça az yer verilmesi, menülerde vejetaryen/vegan ürünlerin içeriklerine ilişkin tanımlayıcı bilgilerin olmaması, personelin kavrama dair yeterli bilgiye sahip olmaması nedeniyle müşterilerin/tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını doğru bir şekilde etüt edememesi, vejetaryen/vegan ürünlerin taze olmaması ve özensiz hazırlanmasıdır. Bu bulgular

Shani (2010)'nin yapmış olduğu araştırmanın bulguları ile de uyumluluk göstermektedir. Nitekim söz konusu araştırmanın bulgularına göre; vejetaryen/vegan menülerin sınırlı ve yaratıcılıktan uzak seçeneklerden oluşması (örneğin sadece salatalar ve makarnalara yer verilen bir vejetaryen/vegan menü). Vejetaryen/vegan için uygun olan menü besinlerle ilgili personelin bilgi eksikliği; menülerde vejetaryen/vegan ürünlere veya vejetaryen/vegan öğelere dönüştürülebilecek öğelere ilişkin hiçbir gösterge olmaması ve vejetaryen/vegan yemeği olduğu düşünölen yemekte et veya diğer hayvansal ürünlerin izlerinin keşfedildiği durumlar. Vejetaryen/vegan bir müşterinin/tüketicinin siparişini verdiği vejetaryen/vegan yiyeceğinde kullanılan ürünlerin yeteri kadar taze bulmaması ya da yemeğinin özensiz hazırlandığını düşünmesi sonucunda memnuniyet düzeyi kayba uğrayabilmektedir. Bu memnuniyet kaybının ana nedeni ise işletme tarafından kullanılan vejetaryen/vegan ürünlerin niteliksizliğine bağlanabilir. Bu anlamda söz konusu kalitesiz ürünleri işletmeye sağlayan tedarikçi firma ile iş akdinin feshedilmesi ya da ürünlerin raf ömrünü arttıran yeni nesil endüstriyel soğuk hava depolarının işletme bünyesine kazandırılması gibi görece daha az maliyetli seçenekler taze ürüne erişim konusundaki sorunları giderebilir. Ayrıca vejetaryen/vegan ürünlerin çeşitlendirilerek zenginleştirilmesi ya da mevcut sınırlı vejetaryen/vegan ürünleri daha yaratıcı yemek tarifleriyle kullanarak vejetaryen/vegan yiyecek/içeceklerin cezbediciliği artırılması da “özensiz ürün” sorununa çözüm bulabilecektir.

Madalyonun diğer yüzünde ise vurgu, işletmenin müşteriye/tüketicie sunmuş olduğu hizmet anlayışının aksak noktalarındadır. Buna göre işletmelerin menülerinde müşterilerini/tüketicilerini tatmin edecek boyutlarda vejetaryen/vegan ürünlere yer vermemesi, yer verdiği ürünlerin de içeriklerine hazırlanışına ve pişirme tekniklerine yönelik bilgileri göz ardı etmesi ve gerek mutfak gerekse servis porsonelini vejetaryen/vegan beslenme alışkanlığının incelikleri konusunda yeterli donanıma ulaştıramaması hizmet kalitesinin zedelenmesine neden olacaktır. Hizmet kalitesinde yaşanan bu sorunları aşmak ise tıpkı ürün kalitesinde olduğu gibi giderilebilse de hizmet kalitesine yönelik sorunların çözüm süreci ürün kalitesi sorunlarının çözüm sürecine göre işletmenin zaman, emek ve maddi kaynaklarını oldukça fazla tüketebilmektedir. Örneğin vejetaryen/vegan ürünlere menüsünde daha fazla yer vermek isteyen ve bu ürünleri ilgili menüde daha açık ifadelerle betimlemek isteyen

bir işletme menü planlamasını ve menü tasarımını buna göre tekrar revize ederek menü maliyetini arttırabilir. Bununla birlikte işletmeler, vejetaryen/vegan müşterilerin/tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını en doğru şekilde anlayıp, bu taleplere en etkili çözümleri üretebilmek adına ya konunun uzmanı yeni iş görenler istihadam edecek ya da mevcut personelinin vejetaryen/vegan beslenme noktasında doyurucu bir kurum içi/dışı eğitim almasını sağlamalıdır. Yeni personellerin işe alınması ya da mevcut olanların eğitilmesi süreçleri işletmeler için ciddi bir zaman ve emek erozyonu yaratabileceği gibi onların operasyonel maliyetlerini de muhtemel ki arttıracaktır.

Araştırmanın açılımlayıcı analizler sonucu elde edilen bulgularından (tutum değişkenlerinin ortalama değerleri referans olarak alındığında) yola çıkarak bir takım tespitlerde bulunmak mümkündür. Buna göre Türkiye’de hizmet veren yiyecek/içecek sektörü personelinin çalıştıkları işletme için vejetaryen/vegan ürünlerin önemli bir katma değer kaynağı olduğunun farkında görünmektedirler. Genel anlamda personeller vejetaryen/vegan besinleri yüksek pazarlama değerine sahip ve işletmenin rekabet gücünü olumlu anlamda etkileyecek bir enstrüman olarak tanımlamışlardır. Dahası bu tip besinlerin hazırlanmasının zor olduğu, heyecan verici olmadığı, besin değerleri açısından yetersiz olduğu gibi yaygın olarak kabul edilmiş olumsuz görüşlere de katılmamaktadırlar. Ayrıca personellerin vejetaryen/vegan beslenmenin hayat kalitesi ve kronik hastalıklar ile ilişkisi konusundaki bilgi düzeyleri ile vejetaryen/vegan beslenmenin üreme sağlığı ve hormonlarla ilişkisi konusundaki bilgi düzeylerinin yeterli boyutlarda olduğu gözlemlenmiştir. Bu duruma istisna teşkil eden örneklere ise vejetaryen/vegan beslenmenin besin öğeleriyle ilişkisi ile ilgili bilgi düzeyini ölçen ifadeler ile bu beslenmeye dair görüşleri içeren ifadelerin bazılarında rastlanmıştır (örneğin vejetaryen/vegan beslenenlerde sıklıkla görülen demir ve çinko eksikliği, araştırma katılımcısı personeller tarafından böyle bir eksiklik söz konusu değildir şeklinde yorumlanmıştır). Bu bulgular, genel anlamda Türkiye’deki yiyecek/içecek sektörünün, dar anlamda ise bu sektörün personellerinin vejetaryen/vegan olgusuna yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin olumlu anlamda çıktılar ürettiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla orta ve uzun vadede vejetaryen/vegan olgusunu kimliklerinin bir parçası yapmak isteyen yiyecek/içecek işletmelerinin bu konseptte geçiş süreci yumuşak bir geçiş ile sağlanacak gibi görünmektedir. Araştırma sonuçlarına göre söz konusu işletme personellerinin vejetaryen/vegan kavramına

yönelik temel okur-yazarlık düzeylerinin kısmen ideal seviyelerde olması ise bu geçişin yumuşak ve az hasarlı olmasındaki en önemli belirleyici olacaktır.

Araştırma bulgularının ışığında konu ile ilgili kısıtlı alanyazına katkıda bulunmayı arzu eden araştırmacılar ve vejetaryen/vegan olgusunun yarattığı katma değeri daha verimli kullanmak isteyen yiyecek/içecek işletmeleri için fayda taşıdığına inanılan bazı önerilerde geliştirilmiştir:

- Bu araştırma kapsamında kullanılan araştırma modelleri nedensel karşılaştırma ve keşfedici ilişkisel araştırma modelleridir. Bu modellerden ilki ölçümü yapılan değişkenlere ilişkin kategorik değişken grupları ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyarken, ikinci model ise incelenen değişkenlerin birlikte değişimini açıklamaya çalışmaktadır. Bu noktada vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutumlar içerisinde işletme personellerini değil de doğrudan müşterileri/tüketicileri odağına olan erişilebilirliğin zorluğu, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenler farklı bir araştırma modeli yardımıyla farklı bir örneklem üzerine uygulanabilir. Örneğin vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik bu üç değişkeninin müşterilerin/tüketicilerin satın alma isteği üzerindeki etkisi, bu beslenme tarzını içeren ürünlere daha fazla ödeme yapmaya gönüllülük durumuna etkisi ya da bu ürünleri sunan işletmeyi tekrar ziyaret etme niyetine olan etkisi gibi farklı araştırma sorularına cevap bulmak isteyen araştırmacılar yordayıcı ilişkisel tarama modelini kullanabilirler. Söz gelimi vejetaryen/vegan olgusuna yönelik müşteri//tüketici tutumlarını açıklayan değişkenlerin (yordayan değişkenler) müşterilerin/tüketicilerin bu ürünleri satın alma isteği değişkeninin (yordanan değişken) ne kadarını açıklayabildiğini görmek için böylesi bir model kullanılabilir.

- Vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik birey tutumlarının yoğunluğunu sadece yiyecek/içecek işletmeleri personelleri üzerinde ölçmek demek, konuya sadece yiyecek/içecek işletmelerinin perspektifinden yaklaşmak anlamı taşımaktadır. Dolayısıyla pazarlama ekosistemi içerisinde yer alan birçok farklı aktörün (müşteriler, tüketiciler, tedarikçi işletmeler vb.) vejetaryen/vegan beslenmeye dair yönelimleri ihmal edilmiştir. Bu bağlamda farklı örneklemelerden toplanan verilerin yardımıyla vejetaryen/vegan olgusu ile ilgili tutumların nasıl bir seyir göstereceği incelenebilir. Bir sektörün aktörlerinden ziyade geleneksel anlamdaki beslenme alışkanlığını sadık bir şekilde sürdürmüş bireylerin vejetaryen/vegan olgusuna dair tutumları üzerine incelemelerde de bulunulabilir.

- Araştırma çıktılarından hareketle yiyecek/içecek işletmeleri için verilebilecek en radikal öneri, işletmelerin menülerindeki vejetaryen/vegan besin sayılarında optimal bir artışa gitmeleri yönünde olacaktır. İşletmeler ilk aşamada en erişilebilir, bilindik ve maliyet açısından görece düşük vejetaryen/vegan besinleri menülerine dâhil ederek pazardaki varlıklarını hissettirebilirler. Sonraki aşamada ise talebin artması ve karlılığın yükselmesi ile birlikte daha incelikli ve spesifik vejetaryen/vegan ürünlerin menüye eklenmesi süreci gerçekleştirilebilir. Burada dikkatle üstünde durulması gereken nokta; menüler sadece vejetaryen/vegan ürünlerin varlığını ya da yokluğunu belirtmemelidir aynı zamanda tanımlayıcı nitelikte hazırlanarak vejetaryen/vegan ürünlerin içerikleri hakkında da bilgi vermelidirler. Böylelikle müşteriler/tüketiciler siparişini verdiği vejetaryen/vegan ürün içerisinde hayvansal gıdalara özgü bileşenlerin olup olmadığından tam anlamıyla emin olabilirler. Dahası böyle bir tanıtıcı menüye yiyecek/içecek işletmesi tarafından eklenenecek “vejetaryen/vegan ürünlerimizde herhangi bir kontaminasyon (vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlandığı ızgara, tava ya da tezgâhta diğer farklı ürünlerinde hazırlanmış olabileceğine dair kuşku) bulunmamaktadır” ibaresi de müşteri/tüketici şüphelerini gidermeye yardımcı olacaktır. Yiyecek/içecek işletmelerinin dikkat kesilmesi gereken bir diğer nokta ise personelleri ile vejetaryen/vegan müşterileri/tüketicileri arasındaki etkileşim süreci ile ilgilidir. Buna göre işletme personellerinin ilk olarak vejetaryen/vegan yaşam tarzını benimsemiş insanlara karşı saygısızca bir tutum sergilememesi ve onları toplumun geleneksel değerleri ile bağdaşmayan marjinal bir kitle olarak değerlendirmemesi gerekmektedir. Sonrasında ise bu yaşam tarzına dair farkındalık düzeylerini işletme içinde verilecek kurum içi eğitimlerle ya da çeşitli yaygın eğitim araçlarını kullanarak arttırmalıdır. Böylelikle vejetaryen/vegan müşterilerin/tüketicilerin kendileri ile ilgilenen personelin bilgisizliği ve sorumsuzluğu ile ilgili şikâyetler kabul edilebilir düzeylere çekilecektir.

- Yiyecek – İçecek eğitimi ile ilgili dersleri içeren tüm kurumların Müfredatına Vegan/Vejetaryen beslenme ile ilgili derslerin eklenmesi ve bu sayede sahada görev almaya aday personellerin konuyla alakalı işbirlik seviyesinin yükseltilmesi sağlanarak gelecekte sayılarının daha da artacağı öngörülen Vegan/Vejetaryen beslenmenin bilgi düzeyinin fark yaratacak oranda artırılması sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek Eğitim kurumları ve Yiyecek – İçecek endüstrisi arasındaki ilişkinin daha nitelikli olabilmesi için sektör temsilcilerinin eğitimlere aktif bir şekilde

dahil edilmesi ve bu sayede işletmelerde rol almaya aday olan öğrencilerin iş sahasında ne ile karşılaşacağına dair bilinçlenmesi sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek eğitim kurumlarında görevli akademik personelin sektördeki gelişmeleri yakından takip edebilmesi için belli dönemsel aralıklarla sektörde aktif rol alması ve bu sayede eğitim kalitesinin sürdürülebilir düzeyde artırılması sağlanabilir.
- Yiyecek – İçecek endüstrisinde çalışan, alaylı olarak tabir edilen (ilgili konuda eğitim almamış) çalışanların eğitim alması konusunda teşvik edilmesi ve eğitim alma hususunda istekli olan personele gereken kolaylıkların sağlanması önerilir.
- Vejetaryen/Vegan yiyeceklere menülerinde yer vermeyi düşünen işletmelerin kurguladıkları menü taslağına uygun olabilecek şekilde birbirleri ile ilişkisi olan ürünler seçmesi ve bu sayede ekstra bir ürün girdisi oluşmadan mevcut malzemelerle ek bir satış kalemi oluşturarak hem zayi oranının düşürülmesi hem de karlılığın artırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Akarsu, B. ve Akarsu, B. (2019). *Bilimsel araştırma tasarımı: Nicel, nitel ve karma araştırma yaklaşımları*. İstanbul: Cinius Yayınları.
- Akbaba, A. ve Çetinkaya N. (2018). *Gastronomi ve yiyecek tarihi*, Ankara: Detay Yayıncılık
- Akgündüz, Y. (2016). Turist, turizm ve turist psikolojisi. Duran, E. ve Aslan, C. (Ed.) *Turizmin sosyal psikolojik dinamikleri içinde*. (ss. 31-46). Çanakkale: Paradigma Akademi.
- Aktaş, A. (2001). *Ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Antalya: Livane Matbaası.
- Aktaş, A. (2011). *Ağırlama hizmet işletmelerinde yiyecek ve içecek yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, Ö. (2010). Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmelerinde personele ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği, (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Aslan, Z. Güneren, E. ve Çoban, G. (2014). Destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü: Nevşehir Örneği, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 2(4), 3-13.
- Atak, M. (2006). Yiyecek içecek işletmelerinde servis elemanlarının hizmet içi eğitiminin iş tatminine etkisi: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti uygulaması. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Atcıoğlu, E. (2019). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi'nde istatistik dersi alan öğrencilerin profilinin ve başarılarını etkileyen etmenlerin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), T.C. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Balcı, T.N. (2018). Türkiye'de yaşayan vegan ve vejetaryen bireylere özgü besin tüketim sıklığı anketi geliştirilmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

- Baraban, R. S. ve Durocher, J. F. (2001). *Successful restaurant design*. (2.ed.). USA, New York: John Wiley & Sons.
- Başaran, K. Y. (2017). Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(47), 480-495.
- Baysal A. (2004). *Beslenme*. Ankara, Hatipoğlu Yayınları.
- Baysal, A. ve Küçükaslan, N. (2003). *Beslenme ilkeleri ve menü planlama*. Bursa: Ekin Kitabevi.
- Benli, S. (2015). Genel turizm. Çakıcı, A. C. (Ed.). *Yiyecek-İçecek Sektörü* içinde. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Beşirli, H. V. ve Kimlik K. (2010). Yemek, *Millî Folklor Dergisi*, 22, 87, 159-169.
- Biçici, F. (2008). Yiyecek içecek işletmelerinde yabancı turistlerin psikolojik fiyatlandırma uygulamalarıyla ilgili algılamaları: Britanyalı turistler üzerine bir araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın
- Boratav, K. (1980), Tarımsal yapılar ve kapitalizm, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları*, No: 454.
- Bölükoğlu, İ. (1988). Kitleye yönelik yiyecek-içecek işletmelerinde optimizasyon. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Bryant, C. J. (2019). We can't keep meating like this: Attitudes towards vegetarian and vegan diets in the United Kingdom. *Sustainability*, 11(23), 1-17.
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Deneyisel desenler: Öntest-sontest, kontrol grubu, desen ve veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Chibili, M. (2017). *Modern hotel operations management*. New York & London: Routledge. Erişim, adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/11/20191127-6.htm>
- Choe, J. Y. ve Cho, M. S. (2011). Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food Quality and Preference*, 22(7), 671-677.

- Colquitt, J. A., LePine, J. A. ve Noe, R. A. (2000). Toward an integrative theory of training motivation: A meta-analytic path analysis of 20 years of research. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 678–707.
- Cömert, M., ve Durlu-Özkaya, F. (2014). Gastronomi Turizminde Beslenme Engelleri Kapsamında Vegan Beslenme Örneği. 15. Ulusal Turizm Kongresi (s. 492-498). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Çakay, E. A. (2020). *Bağımsız Örneklem testiyle patent kalite kriterleri değerlendirmesi: Beyaz eşya sektöründe bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda ölçme-güvenilirlik-geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3), 339-344.
- Çerkez, M., Balkan, S. ve Albayrak, A. (2020). Vejetaryen ve vegan beslenme biçimini tercih eden tüketicilerin restoranlardan beklentileri ve karşılaştıkları sorunlar, MTCO'20 Kıtalararası Turizm Yönetimi Konferansı Bildiriler Kitabı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çetin, Ş. (2003). *Yiyecek-içecek yönetimi II*. Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.
- Çetiner, H. (2010). Yiyecek-İçecek işletmelerinde hijyen, sanitasyon ve personelin hijyen kurallarına ilişkin davranışlarında eğitim faktörü, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Çetinkaya, V. (2019). Gastronomi ve mutfak sanatları anabilim dalı tüketicilerin restoranlarda sağlıklı beslenme davranışlarının belirlenmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir
- Çoban, A., Hamamcı, C. Ve Keleş, R. (2012). Çevre Politikası, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çobanoğlu, N. (2009). Kuramsal ve Uygulamalı Tıp Etiği, Eflatun Yayınevi, Ankara.
- Çolakoğlu, Ö. M. ve Büyükeksi, C. (2014). Açımlayıcı faktör analiz sürecini etkileyen unsurların değerlendirilmesi, *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 58-64.

- DeGrazia, D. (2002). *Animal rights: a very short introduction*. OUP Oxford.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö. ve İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Demirağ, N. G. (2012). Son Bakışta Hüzün: Merhamet Etiği Olarak Levinas ve Hayvan Hakları, *Yeşil ve Siyaset, Siyasal Ekoloji Üzerine Yazılar*, Ed.: İmga, O. ve Olgun, H., Lotus Yayınevi, Ankara, s. 386-403.
- Demirali, Y. E. (1995). Ölçeklerde geçerlik ve güvenilirlik. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7, 125-148.
- Demircioğlu Y ve Yabancı N. (2003). Beslenmenin Bilişsel Gelişim ve Fonksiyonları ile İlişkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24 (24), 170-179.
- Demirkol, ř. ve Zengin, B. (2015). *Yiyecek-içecek işletmeleri*. Zengin, B. ve Demirkol, ř. (Ed.), Turizm İşletmeleri içinde. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Denizer, D. (2012). *Yiyecek-içecek hizmetleri*. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Dilek, S. E. (2018). Türkiye’de vejetaryen/vegan oteller mümkün mü? kavramsal bir tartışma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 19 (1):1-18.
- Durlu-Özkaya, F., ve Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi*, 206, 28-33.
- Dyett, P., Rajaram, S., Haddad, E. H., ve Sabate, J. (2014). Evaluation of a validated food frequency questionnaire for self-defined vegans in the United States. *Nutrients*, 6(7), 2523-2539.
- Elements Business Skills. (2008). *Singapore: Pearson Education South Asia*.
- Elorinne A-L, Alfthan G, Erlund I, Kivimäki H, Paju A, Salminen I, (2016). Food and nutrient intake and nutritional status of Finnish vegans and non-vegetarians. *PLoS One*. 11(2).

- Ercan, İ. ve Kan, İ. (2004). Ölçeklerde güvenilirlik ve geçerlik. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Ergün, C. (2003). Sağlıklı Beslenme Kavramı ve Tüketici Algısı Üzerine Bir Araştırma. Yüksek lisans tezi (basılmamış). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Ertaş, Y. ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2 (1): 117-136.
- Eryücel, Yalçinkaya ve Derman (2020). [Restoran çalışanlarının bilgi ve bilinc düzeylerinin vegan/vejetaryenler tarafından değerlendirilmesi](https://www.researchgate.net/profile/TarikYalcinkaya/publication/348734917_Restoran_Calisanlarinin_Bilgi_ve_Bilinc_Duzeylerinin_VeganVejetaryenler_Tarafindan_Degerlendirilmesi/links/600dbceb92851c13fe355c2d/Restoran-Calisanlarinin-Bilgi-ve-Bilinc-Duezeylerinin-Vegan-Vejetaryenler-Tarafindan-Degerlendirilmesi.pdf), *Gastronomi Turizminde Güncel Araştırmalar*, 167-180 Erişim, Adresi: https://www.researchgate.net/profile/TarikYalcinkaya/publication/348734917_Restoran_Calisanlarinin_Bilgi_ve_Bilinc_Duzeylerinin_VeganVejetaryenler_Tarafindan_Degerlendirilmesi/links/600dbceb92851c13fe355c2d/Restoran-Calisanlarinin-Bilgi-ve-Bilinc-Duezeylerinin-Vegan-Vejetaryenler-Tarafindan-Degerlendirilmesi.pdf
- Fardet, A. ve Chardigny, J.M. (2013). Plant-based foods as a source of lipotropes for human nutrition: a survey of in vivo studies. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*. 53(6), 535-590.
- Fırat Oktay S. Ü. (1995). Tek yönlü gruplandırılmış veriler için varyansların homojenliğinin testi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 24(1), 142-148.
- Finkelstein, J. (2013). *Fashioning Appetite: Restaurants And The Making Of Modern Identity*. London, New York: IB Tauris.
- Gökçen, M., Aksoy, Y. Ç. ve Özcan, B. A. (2019). Vegan beslenme tarzına genel bakış. *Sağlık ve Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1 (2), 50-54.
- Greenebaum, J. (2012). Veganism, identity and the quest for authenticity. *Food, Culture and Society*, 15(1), 129-144.

Greenpeace Akdeniz, Daha yeşil bir yıl için 12 öneri, Erişim, Adresi:
<https://www.greenpeace.org/turkey/>

Grima, F. (2011). The influence of age management policies on older employee work relationships with their company. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(6), 1312–1332.

Güler, S. (2005). *İstanbul'daki beş yıldızlı otel restoranlarının rekabet stratejilerinin belirlenmesine yönelik uygulama*, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1652, Eskişehir

Güvenç, B. (2010). *Türk Kimliği-Kültür Tarihinin Kaynakları, İstanbul: Boyut Yayınları*.

Herman, C.P. ve Polivy, J. *Restraint Eating*. İçinde A A.J. Stunkard (Ed.), Obesity, (1980), ss. 208–225 Philadelphia: Saunders.

Jamieson, A. (2017). *Vegan yaşam*. Ankara: Nobel Yaşam.

Kanfer, R. ve Ackerman, P. L. (2004). Aging, adult development, and work motivation. *Academy of Management Review*, 29(3), 440–458.

Kansanen, I. (2013). *Vegan travel the ways how vegan diet influences travel experience*. (Lisans tezi). Haaga Helia University, Finland.

Karabudak, E. (2008). *Vejetaryen Beslenmesi*, Sağlık Bakanlığı Yayın No: 726, Klasmat Matbaacılık, Ankara.

Karabudak, E. (2012). *Vejetaryen beslenmesi*. Ankara: Klasmat.

Karakoç, F. Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 13(40), 39-49.

Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kayri, M. (2009). Araştırmalarda gruplar arası farkın belirlenmesine yönelik çoklu karşılaştırma (post-hoc) teknikleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 51-64.

- Keçecioglu, T. (2008). Örgüt büyüklüğünün örgüt yapısına olan etkileri üzerine çok boyutlu yaklaşımlar. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 179-207.
- Key T.J, Appleby P.N. ve Rosell M.S. (2006). Health effects of vegetarian and vegan diets. *Proc Nutr Soc.* 65(1), 35-41
- Kılıç, S. (2012). Örnek büyüklüğü, güç kavramları ve örnek büyüklüğü hesaplaması. *Journal of Mood Disorders*, 2(3), 140-142.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın alfa güvenirlik katsayısı. *Psychiatry and Behavioral Sciences*, 6(1), 47-48.
- Kılıçhan, R. Kuver çeşitleri ve servis usulleri. Erişim, Adresi: http://www.gastronomimutfaksanatları.com/FileUpload/ks241201/File/kuver_cesitleri_ve_servis_usulleri.pdf
- Kobya, E. Ş. (2013). Kutadgu Bilig'de Yiyecek ve İçecek Adları, *Turkish Studies*, 8 (8): 823-833.
- Koçak, N. (2012). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Koçbek, A. D. (2005). Yiyecek içecek sektöründe hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti: etnik restoranlara yönelik bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Koebnick C, Heins UA, Hoffmann I, Dagnelie PC, Leitzmann C. (2001). Folate status during pregnancy in women is improved by long-term high vegetable intake compared with the average western diet. *J Nutr.* 131:733-739.
- Koebnick, C., Garcia, A. L., Dagnelie, P. C., Strassner, C., Lindemans, J., Katz, N., ... ve Hoffmann, I. (2005). Long-Term Consumption Of A Raw Food Diet Is Associated With Favorable Serum LDL Cholesterol And Triglycerides But Also With Elevated Plasma Homocysteine And Low Serum HDL Cholesterol In Humans. *The Journal Of Nutrition*, 135(10), 2372-2378.
- Kottak, C. P. (2002). *Antropoloji*, (Çev. Serpil N. Altuntek vd.). Ütopya Yayınları, Ankara.

- Kozak, N. (2006). Turizm Pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık
- Kuz, O. F. (2018). *Aile hekimlerinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili bilgi, tutum ve davranışları* (Yayımlanmamış uzmanlık tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009). *Yiyecek ve içecek servisi*. Hazar Reklam, Ankara.
- Kwanbunjan, K., Koebnick, C., Strassner, C., ve Leitzmann, C. (2000). Lifestyle and health aspects of raw food eaters. *J Trop Med Parasitol*, 23, 12-20.
- Lang, F. R. ve Carstensen, L. L. (2002). Time counts: Future time perspective, goals, and social relationships. *Psychology and Aging*, 17(1), 125-139.
- Lap Tai Le ve Joan Sabaté (2014). Beyond Meatless, the Health Effects of Vegan Diets: Findings from the Adventist Cohorts, *Nutrients*, 6, 2131-2147.
- Leitzmann C. (2014). Vegetarian nutrition: past, present, Future. *Am J Clin Nutr.* 100 (1), 496-502.
- Longo, U. G., Spiezia, F., Maffulli, N. ve Denaro, V. (2008). The Best Athletes in Ancient Rome were Vegetarian!, *Journal of Sports Science & Medicine*, 7(4), 565.
- Mangels A.R. (2014). Bone nutrients for vegetarians. *Am J Clin Nutr.* 100(1), 46975
- Melina, V., Craig, W. ve Levin, S. (2016). Position of the academy of nutrition and dietetics: vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics.* 116(12), 1970–1980.
- Nalçacı İkiz, A. ve Solunoğlu, A. (2018). Otel İşletmelerinde Vejeteryan Gıdalara Yönelik Tutum ve Uygulamalar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (3), 14-25.
- Özgen, I. (2016). *Uluslararası Gastronomiye Genel Bakış*, Ed:Sarıışık, M. Uluslararası Gastronomi, Ankara: Detay Yayıncılık

Özkan, U. (2014). Yapay Et: Geleneksel Etin Geleceği, *Vejetaryen ve Vegan, Sürdürülebilir Yaşam ve Hayvan Özgürlüğü Dergisi*, Türkiye Vejetaryen Derneği yayını, İstanbul, s. 18-20.

Öztaş, K. (2002). *Turizm Sektöründe Mutfak Hizmetleri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım,

Petek, S. (2007). Şehir içi restoranlarda işletme, marka kavramı ve iç mekân kurgusunun alakart ve fastfood restoranlarda irdelenmesi, (Yüksek Lisans Tezi), Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Phillips F. (2005). Vegetarian nutrition. *Nutr Bull*, 30(2), 132-67.

Pınar, İ. (2015). *Yiyecek içecek işletmeleri yönetimi*. Ankara: TRAMEP

Pilis, W., Stec, K., Zych, M. ve Pilis, A. (2014). Health benefits and risk associated with adopting a vegetarian diet. *Roczniki Państwowego Zakładu Higieny*, 65 (1): 9-14.

Pliner ve K. Hobden. (1992). Development Of A Scale to Measure The Trait of Food Neophobia in *Humans*. *Appetite*, 19, 105–120.

Polat, Y. ve Kayaalp, G. T. (2012). Hayvancılık denemesinde faktör analizi yöntemlerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *ÇÜ Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 28(5), 39-48.

Pollan, M. (2009). Etobur-Otobur İkilemi, The New York Times Bestseller, Pegasus Yayınları, İstanbul. s. 361-395.

Ponzio, E., Mazzarini, G., Gasperi, G., Bottoni, M.C ve Vallorani S. (2015). The vegetarian habit in italy: prevalence and characteristics of consumers. *Ecology Of Food And Nutrition*, 54, 370–379.

Radnitz, C., Beezh, B. ve Dimatteo, J. (2015). Old investigation of lifestyle choices of individuals following a vegan dietfor health and ethical reasons. Erişim, Adresi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.026>

Ramaray, S. ve Govinda, S. (2015). *Math Yoga ve Meditasyon Eğitim Merkezi Tanıtım Kitapçığı*.

Resmi Gazete, (2005). Erişim, Adresi:
<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/10/20051025-8.htm>

Rivera, M. ve Shani, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.

Rizzo G., Lagana A.S., Rapisarda A.M., La Ferrera G.M., Buscema M. ve Rossetti P. (2016). Vitamin B12 among vegetarians: status, assessment and supplementation. *Nutrients*, 8(12), 767.

Rosi, A., Mena, P., Pellegrini, N., Turrone, S., Neviani, E., Ferrocino, I., Cagno, R.D., ... Scazzina, F. (2017). Environmental impact of omnivorous, ovo-lacto-vegetarian, and vegan diet. *Scientific Reports*, 7(6105).

Ross, A. ve Willson, V. L. (2017). *Basic and advanced statistical tests: Writing results sections and creating tables and figures*. Rotterdam: Sense.

Sabaté, J. ve Soret, S. (2014). Sustainability of plant-based diets: back to the future, *Am J Clin Nutr* 100:476S–482S.

Safran Foer, J. (2015). *Hayvan Yemek*, (Çev.: Garo Kargıcı), Siren Yayınları, İstanbul.

Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü. (2004). *Türkiye'ye Özgü Beslenme Rehberi*. Ankara,

Sarıışık, M., Çavuş, Ş. ve Karamustafa K. (2010). *Profesyonel restoran yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Sezgin, M., Zerenler, M., ve Karaman, A. (2008). Otel işletmelerinin menü planlamasında yaratıcılık, yenilikçilik, girişimcilik faaliyetleri üzerine bir araştırma. *Sosyo Ekonomi*, 4(8), 127-142.

Sezgin, Ö. Ü. A. C. ve Ayyıldız, Ö. G. S. (2018) Gastronomi Alanında Vejetaryen/Vegan Yaklaşımı; Giresun Yöre Mutfağı'nın Vejetaryen Mutfak Kapsamında İncelenmesi. Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmaları Kongresi (pp.503-533). Ankara, Turkey.

- Shani, A. (2010), Vegetarianism. A. Pizam (Ed.), *International Encyclopedia of Hospitality Management* (s. 674-676) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Singer, P. (2005). *Hayvan Özgürleşmesi*, (Çev.: Doğan, H.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Sneijder, P. ve Molder, H.T. (2009). Normalizing ideological food choice and eating practices. Identity Work in Online Discussions on Veganism. *Appetite*, 52(3), 621–630.
- Son, G. Y. T. ve Bulut, M. (2016). Yaşam Tarzı Olarak Vegan ve Vejetaryenlik, *Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.
- Sökmen, A. (2005). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sökmen, A. (2005). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sökmen, A. (2010). *Yiyecek içecek hizmetleri yönetimi ve işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sökmen, A. (2011). *Yiyecek ve içecek servisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Stephoe, A., Pollard T. ve Wardle. J. (1995). Development A Measure Of The Motives Underlying The Selection Of Food: The Food Choice Questionnaire. *Appetite*, 25, 267–284.
- Stunkard, A.J ve Messick, S. (1985). The Three-Factor Eating Questionnaire To Measure Dietary Restraint Disinhibition And Hunger. *Journal Of Psychosomatic Research*, 29(1), 71–83.
- Sünnetçioğlu, S., Mercan, Ş. O., Yıldırım, H. M., ve Türkmen, S. (2017). Veganların restoranlarda karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 241-252.
- Tabu, Ö. (2020). Gastronomi turizmi kapsamında Türkiye'nin vegan, vejetaryen, pesketaryen yöresel yemekleri, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.

- Teyin, G., Aslan, N., Sormaz, Ü., Pekerşen, Y. ve Nizamlıoğlu, H. F. (2017). Turizm Sektöründe Etnik Restoranlar: İstanbul Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (Special Issue 2), 77-87.
- The Vegan Society. (2020). Vegan tanımı. Erişim, Adresi: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>
- Tonstad S., Butler T., Yan R. ve Fraser G.E. (2009). Type of vegetarian diet, body weight, and prevalence of type 2 diabetes. *Diabetes Care*, 32(5), 791-6.
- Tunçay Son, G. Y. ve Bulut, M. (2016). Yaşam tarzı olarak vegan ve vejetaryenlik. *International Journal of Human Sciences*, 13(1), 830-843.
- Tunçay Son, G.Y. (2016). Biyoetik çerçevesinde vegan ve vejetaryenlik. (Yayımlanmamış doktora tezi), Ankara Üniversitesi. Ankara.
- Tunçay, G. Y. (2016). Veganism in terms of bioethics from different viewpoints. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6(1), 51-62.
- Tuorila, H. (1987). Selection of Milks with Varying Fat Contents and Related Overall Liking, Attitudes, *Norms and Attentions*, 8, 1–14.
- Tuorila, H. ve Pangborn, R. (1988). Prediction of Reported Consumption of Selected Fat-Containing Foods. *Appetite*, 11, 81–95.
- Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L. ve Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29-37.
- Tural, K. S. (2018). Veganlar ne ister? Veganların seyahat deneyimlerinden hareketle seyahat acentaları ve turist rehberleri için bir yol haritası önerisi (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Tural, K.S. (2018). Veganlar ne ister? Veganların seyahat deneyimlerinden hareketle seyahat acentaları ve turist rehberleri için bir yol haritası önerisi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.

- Türkmen, A. B. (2015). *Topyekûn ve Bütünsel bir Özgürlük Talebi: Veganlığın Felsefesi*, Erişim, Adresi: <https://gaiadergi.com/topyekun-ve-butunsel-bir-ozgurluk-talebiveganligin-felsefesi/>
- Türksoy, A. (2002). *Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Yönetimi*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Ulusoy, E. (2015). I think, therefore I am vegan: Veganism, ethics, and social Justice. *Proceedings of The 40th Annual Macromarketing Conference*, 420-424.
- Van Trijp, H.C.M. (1995). Variety-Seeking In Product Choice Behavior: Theory With Applications In The Food Domain, Academic Dissertation, *University Of Wageningen*, Netherland.
- Vatan, A., ve Türkbaş, S. (2018). Vejetaryen Turist ve Vegan Turist Kimdir? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 24-39.
- Vatan, A., ve Türkbaş, S. (2018). Vejetaryen Turist ve Vegan Turist Kimdir, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 24-39.
- Vegan Beslenme. (2020). Vegan ve vejetaryen nedir. Erişim, Adresi: <http://www.veganvejetaryen.org/index.html> adresinden erişildi.
- Vegan Festivals. (2020). Vegan festivals directory: Top events worldwide. Erişim, Adresi: <https://www.vegan.com/festivals/>
- Wardle J. (1993). Food choices and health evaluation, *Psychology and Health*, 8: 65–75.
- Wrenn, C.L. (2019). The vegan society and social movement professionalization. *Food and Foodways*, 27(3), 190-210.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46(Özel Sayı), 74-85.
- Yavuz, H. (2007). Yiyecek-İçecek işletmelerinde nitelikli iş gören istihdamını etkileyen faktörler: Sakarya örneği, (*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*), Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

- Yegen, C. ve Aydın, B. O. (2018). postmodern bir kimlik olarak veganlık ve bir çevrimiçi vegan ağının analizi. *İletişim*, (28), 91-114.
- Yılmaz, H. ve Dündar, A. (2015). *Gastronomi Tarihi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, Ö., Yılmaz. Y. ve Yılmaz, Ö. (2013). *Yiyecek içecek işletmeciliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Y. (2012). *Otel ve yiyecek içecek işletmelerinde ziyafet organizasyonu ve yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yokoyama, Y., Barnard, N. D., Levin, S. M. ve Watanabe, M. (2014). Vegetarian diets and glyceemic control in diabetes: a systematic review and meta-analysis. *Cardiovascular diagnosis and therapy*, 4(5), 373.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

EKLER

EK 1. Etik Kurul Onay Formu



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ : 15.04.2021

TOPLANTI SAYISI : 2021-13

KARAR NO : **2021-13-21:** Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Gastronomi Tezli Yüksek Lisans Programı 190629006 numaralı Yüksel YILMAZ' ın "Restoran Çalışanlarının Vegan-Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri Ve Tutumlarının Ölçülmesi" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 22.01.2021 tarih 2021-01 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy çokluğu ile karar verildi.

Ek 2. Anket Formu

ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma Vejetaryen ve Vegan beslenme biçimini tercih edenlere hizmet sunan restoran çalışanlarının Vejetaryen ve Vegan beslenmeyle ilgili tutumları ve bilgi düzeylerini ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırma, bilimsel bir temelde Gastronomi A.B.D’de yüksek lisans tezi olarak tasarlanmıştır. Anket sorularına verdiğiniz cevaplar bireysel olarak açıklanmayacak olup gösterdiğiniz ilgi için teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Aşlı Albayrak
Y.Lisans Öğrencisi Chef Yüksel Yılmaz

1. **Yaşınız** () ≤ 20 () 21-30 () 31-40 () 41-50 () ≥ 51
2. **Cinsiyetiniz** () Erkek () Kadın
3. **Göreviniz** () Servis Personeli () Aşçı
() Mutfak Şefi () Restoran Müdürü
() Diğer (Açıklayınız).....
4. **Öğrenim Durumunuz** () İlköğrenim () Ortaöğrenim
() Önlisans () Lisans
() Lisansüstü
5. **Eğitim Alınan Alan** () Turizm Meslek Lisesi () Aşçılık () Gastronomi
() Beslenme () Diğer (Açıklayınız).....
6. **Meslekte Çalışılan Süre** () 1 yıl ve daha az () 2-4 yıl () 5-7 yıl
() 8-10 yıl () 10 yıl ve daha fazla
7. **Vegan ve/veya Vejetaryen müşterilerden en fazla aldığımız şikâyetler nelerdir?**
(Birden fazla işaretlenebilir)
() Seçenek azlığı
() Menüde yemeklerin tanımlayıcı yazılarının olmaması
() Personelin yeterli bilgiye sahip olmaması
() Çalışanların yemeklerle ilgili her türlü soruya cevap verememesi
() Çalışanların taleplerini karşılama konusunda isteksiz olmaları
() Malzemelerin taze olmaması
() Ürünlerin özensiz olması
() Diğer (Açıklayınız)
.....

8. Aşağıda yer alan ifadelere katılma durumunuzu belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum 4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum

İFADELER	1	2	3	4	5
Vegan ve/veya Vejetaryen yemeklerin besin değeri yüksektir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler sunmak menüye yaratıcılık ve çekicilik katmaktadır.					
Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler çekicidir. /cezbedicidir.					
Sunduğumuz Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler yüksek duyuşal öğeler içermektedir.					
Menüsünde Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler bulunan restoranlar rekabet üstünlüğü elde eder.					
Günümüzde daha fazla sayıda müşteri vegan ve/veya vejetaryen ürün istemektedir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen besinlerin menüye dâhil edilmesi restoranın karlılığını artırmaktadır.					
Yüksek kaliteli vegan ve/veya vejetaryen yemek elde etmek pahalıdır.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yemekler hazırlarken kullanılan ürünleri mevsimsel nedenlerle bulmak zordur.					
Vegan ve/veya vejetaryen ürünleri hazırlamak için yeterli beceriye sahip mutfak personeli bulmak zordur.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yemek yapımında gerekli olan malzemeleri bulmak zordur.					
Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamak zordur.					
Çekici ve iştah açıcı Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler hazırlamanın maliyeti yüksektir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen menü içerikleri, normal menü içerikleri kadar karlı değildir					
Çalışanların farklı Vegan ve/veya Vejetaryen türleri hakkında bilgilendirilmesi zordur.					
Vejeteryan ve/veya Vejetaryenlerin beslenme ihtiyaçlarını anlamak için servis personelini eğitmek zordur.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekleri depolama ve muhafaza etmek karmaşık bir iştir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünlerle ilgili yapılan personel eğitimleri zor bir iştir.					
Vegan ve Vejetaryen yiyecek tedarikçilerine ürünlerle ilgili güvenmek zordur.					
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazla sayıda mutfak personeli gerekir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen ürünler yapmak için fazladan mutfak personeli gerekir.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sunmak restoranların imajını olumlu yönde etkiler.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sıkıcıdır.					
Vegan ve/veya Vejetaryen yiyecekler sönüktür.					

9. Aşağıda yer alan ifadelere katılma durumunuzu belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum 2= Katılmıyorum 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum
4= Katılıyorum 5= Kesinlikle Katılıyorum

İFADELER	1	2	3	4	5
Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vegan beslenenler hiçbir hayvansal ürünü tüketmez. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme yaşam biçimidir. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlar ot yiyerek yaşar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Hayvansal ürünlerin ağırlıklı olduğu bir beslenme biçimi sağlıklıdır. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme bir yeme bozukluğudur. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme bir moda eğilimidir. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme insan doğasına aykırıdır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme bir tür diettir. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme sağlıklıdır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlar günlük alması gereken besin öğelerini yeteri kadar alabilir. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda folik asit eksikliği ortaya çıkar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda B ₁₂ vitamini eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda çinko eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda D vitamini eksikliği ortaya çıkar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlar vücutları için gerekli aminoasitleri ek gıdalara başvurmadan alamazlar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Kadınlar, sağlıklı bir gebelik için hayvansal gıdaları da tüketmek zorundadır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan diyetlerle beslenen insanlarda, vücut kitle indeksi değerleri daha düşük ölçülür. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan diyetlerle beslenen insanlarda, yaşam süreleri daha uzun beklenmektedir. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme fiziksel performansı düşürür. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda hipertansiyon görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda diyabet hastalığı görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda obezite gelişme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda metabolik sendrom görülme riski azalır. <i>(Doğru Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kemik erimesi görülme riski artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda iskemik kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					

Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda meme kanserine bağlı ölümler artar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan beslenme kadınlarda adet düzensizliklerine yol açar. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					
Vejetaryen/vegan diyetlerde yaygın olarak tüketilen soya, erkeklerde üretkenliği azaltır. <i>(Yanlış Bilgi)</i>					

