

T.C.

İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ PROGRAMI

Eren Derda ACAR

İSTANBUL'DAKİ BAZI VEGAN RESTORAN
İŞLETMECİLERİNİN VEGAN MENÜ ve
SUNUMLARI HAKKINDA GÖRÜŞLERİNİN
İNCELENMESİ

DANIŞMAN: Dr. Öğr. Üyesi İlkay GÖK

İSTANBUL, 2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ PROGRAMI

Eren Derda ACAR

192059005

İSTANBUL'DAKİ BAZI VEGAN RESTORAN
İŞLETMECİLERİNİN VEGAN MENÜ ve SUNUMLARI
HAKKINDA GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

DANIŞMAN: Dr. Öğr. Üyesi İlkay GÖK

İSTANBUL, Ağustos 2023

**T.C.
OKAN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEKLİSANS TEZİ
GASTRONOMİ ANABİLİM DALI
GASTRONOMİ PROGRAMI**

**EREN DERDA ACAR
192059005**

**İSTANBUL'DAKİ BAZI VEGAN RESTORAN İŞLETMECİLERİNİN
VEGAN MENÜ ve SUNUMLARI HAKKINDA GÖRÜŞLERİNİN
İNCELENMESİ**

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih:

Tezin Savunulduğu Tarih :12.08.2023

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi İlkay GÖK.....
(İstanbul Okan Üniversitesi)

Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Kamil BOSTAN.....
(İstanbul Aydın Üniversitesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü)

: Dr. Öğr. Üyesi Serra ORKAN.....
(İstanbul Okan Üniversitesi)

İSTANBUL, Ağustos 2023

TEŞEKKÜR SAYFASI

Tez yazım süreci boyunca en büyük desteklerinden ötürü T.C. İstanbul Okan Üniversitesi Gastronomi Bölümü başkanı Sn. Dr. Öğr. Üyesi İlkay Gök'e, tez boyunca gittiğim 11 işletmede hep desteklerini sunmalarından ötürü vegan restoranların işletmecilerine, bu süreçte her zaman ve her koşulda desteklerini esirgemeyen anneme ve babama, son olarak yine bu süreçte bana olan katkılarından ötürü Neslihan Akyazı ve Emirhan Babacan'a sonsuz kez teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

SAYFA NO

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	i
TEŞEKKÜR SAYFASI.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
ÖZET.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ŞEKİL LİSTESİ.....	x
TABLO LİSTESİ.....	xiii
KISALTMA LİSTESİ.....	xiv
GRAFİK LİSTESİ.....	xv
BÖLÜM 1.GİRİŞ VE AMAÇ.....	1
BÖLÜM 2. KURUMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR ARAŞTIRMASI.....	4
2.1. VEJETARYENLİK.....	4
2.2. VEJETARYENLİĞİN SINIFLANDIRILMASI.....	4
2.3. VEGANİZM.....	6
2.3.1 VEGANLIĞIN ETİK DEĞERLERİ.....	7
2.3.2. VEGANLIĞIN SAĞLIK FAKTÖRÜ.....	9

2.3.2.1. B12 VİTAMİNİ.....	9
2.3.2.2. YAĞ ZİNCİRLERİ.....	10
2.3.2.2.1. TRANS YAĞ ASİTLERİ.....	10
2.3.2.3. DEMİR.....	11
2.3.2.4. OMEGA 3.....	11
2.3.2.5. KALSİYUM.....	12
2.3.2.6. PROTEİN.....	12
2.3.2.7. VEGAN BESİN PROGRAMI VE PORSİYON TABAĞI.....	13
2.3.2.8. HAYVANSAL TÜKETİM VE GLOBAL HASTALIK.....	18
2.3.3. HAYVANSAL GIDA TÜKETİMİ VE EKOLOJİ.....	18
2.3.3.1. HAYVANSAL GIDA TÜKETİMİ.....	19
2.3.3.2. SERA GAZI.....	20
2.3.3.3. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ.....	20
2.3.3.4. KURAKLIK.....	21
2.4. LİTERATÜR TARAMASI.....	22
BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ VE METODOLOJİ.....	23
3.1. MATERYAL VE METOD.....	23
3.1.1. ARAŞTIRMA EVRENİ ve KISITLILIĞI.....	24
3.2. İŞLETMECİLERE SORULAN SORULAR.....	25
BÖLÜM 4. BULGULAR VE SONUÇLAR.....	27

4.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME SIRASINDA SORULAN SORULARIN İŞLETMECİLER TARAFINDAN CEVAPLARI.....	27
4.1.1. ADINIZ VE SOYADINIZ?.....	27
4.1.2. YAŞINIZ NEDİR?.....	28
4.1.3. NERELİSİNİZ?.....	28
4.1.4. NEDEN VEGAN OLDUNUZ?.....	29
4.1.5. NEDEN VEGAN İŞLETME AÇMAYI TERCİH ETTİNİZ?.....	30
4.1.6. İŞLETMENİN KONUMU OLARAK NEDEN BURAYI TERCİH ETTİNİZ?.....	31
4.1.7. İŞLETMENİZDE SADECE VEGAN ÜRÜNLER Mİ SUNUYORSUNUZ YOKSA VEJETARYENLERE YÖNELİK ÜRÜNLERİNİZ DE MEVCUT MU?.....	32
4.1.8. İŞLETMENİZİN MENÜ İÇERİĞİ SİZCE YETERLİ Mİ? DAHA FAZLA ARTTIRMAYI DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ?.....	33
4.1.9. İŞLETMENİZE GELEN MİSAFİRLER MENÜYÜ DETAYLI BİR ŞEKİLDE İNCELEYİP, SİZE MENÜ HAKKINDA DETAYLI SORULAR SORUYORLAR MI?.....	34
4.1.10. İŞLETMENİZE GELEN MÜŞTERİLER ÜRÜNLERİNİZDEN MEMNUN MU?.....	35
4.1.11. İŞLETMENİZE VEGAN OLMAYAN (NAVEGAN) MÜŞTERİLER GELİYOR MU? EK OLARAK ÜRÜNLERİ DENEDİKTEN SONRA ÜRÜNLERİN VEGAN OLUP OLMADIKLARINI ANLAYABİLİYORLAR MI?.....	36

4.1.12. İŞLETMENİZDE SUNDUĞUNUZ TABAKLARIN GÖRSELİ SİZCE YETERLİ MİDİR?.....	37
4.1.13. BU SUNUMLAR BAĞLAMINDA MÜŞTERİLERİNİZDEN GERİ DÖNÜTLER OLDU MU? ÖRNEK VERİR MİSİNİZ?.....	38
4.1.14. HAYVANSAL GIDA SATAN RESTORANLARA KIYASLA KENDİ İŞLETMENİZİ KIYASLADIĞINIZDA ÜRÜNLERİNİZİN SUNUM BİÇİMLERİ HAKKINDA YORUMLARINIZ NEDİR?.....	39
4.1.15. İŞLETMENİZİN SUNUMLARINI DEĞİŞTİRMİYİ DÜŞÜNÜYOR MUSUNUZ? FİNE DINING SUNUMLAR OLUŞTURMAYI DÜŞÜNDÜNÜZ MÜ?.....	40
4.1.16. SİZCE SUNDUĞUNUZ ÜRÜNLERİN BESİN DEĞERLERİNİ BİR BİREY İÇİN UYGUN BULUYOR MUSUNUZ?.....	41
4.1.17. İŞLETMENİZE GELEN MİSAFİR KİTLESİNİ NASIL TANIMLARSINIZ?.....	42
4.2. KATILIMCILARIN SOSYO DEMOGRAFİK YAPILARI.....	43
4.3. VEGAN İŞLETMENLERİN MENÜ, SUNUM VE TASARIMLARI.....	44
4.3.1. ASIAN VEGAN KITCHEN.....	44
4.3.2. Bİ NEVİ DELİ.....	46
4.3.3. ETHIQUE PLANT BASED.....	49
4.3.4. KAFENASANAT.....	53
4.3.5. LİMONİTA VEGAN KASAP.....	55
4.3.6. MAHATMA CAFE.....	57
4.3.7. VATKA COFFEE AND VEGAN GOODS.....	60

4.3.8. VEGAN DÜKKAN LOKANTA.....	64
4.3.9. VEGAN ISTANBUL.....	66
4.3.10. VEGAN MASA.....	68
4.3.11. VEGANARSİST.....	73
4.4. ARAŞTIRMA SORULARI ve BULGULAR.....	75
4.5. SONUÇLARIN LİTERATÜR ÇALIŞMALARIYLA KARŞILAŞTIRILMASI ve TARTIŞMA.....	78
BÖLÜM 5. ÖNERİLER.....	79
KAYNAKÇA.....	81
EKLER.....	85
EK 1) ETİK ONAY FORMU.....	85

ÖZET

İSTANBUL'DAKİ BAZI VEGAN RESTORAN İŞLETMECİLERİNİN VEGAN MENÜ ve SUNUMLARINI HAKKINDA GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Vegan restoranların işletmecilerine göre, menünün içeriği, sunum şekilleri, fine dining restoranlar hakkında görüşleri gibi unsurlar merak edilip, araştırılmıştır. Bu restoran işletmecilerine göre tezde merak edilen bir diğer unsur ise işletmecilerin yaptıkları işlerini etik açıdan mı yoksa maddi değerleri gözeterek mi yaptıklarına dair bir cevap bulunmak istenmiştir. Materyal ve metod bölümünde de belirtildiği üzere İstanbul'da bulunan 29 vegan işletme arasından falafelciler ve aynı restoranların ikinci şubeleri göz ardı edilmek istendiğinde Anadolu ve Avrupa yakası arasında toplam 11 işletmeye gidilebilmiştir. Bu işletmeler seçilirken olasılığa dayalı örneklem seçimi uygulanmış olup, amaçlı rastgele örnekleme kullanılmıştır. Böylelikle işletmecilerle birebir görüşülebilmiş ve kesin sonuçlara ulaşılmıştır. İşletmecilerden alınan bilgiler neticesinde restoranların geleneksellik, Türk mutfagını veganize edilmesi gibi mutfak milliyetçiliği görüşünü benimsemişlerdir. Bu duruma ek olarak genellikle restoranların henüz fine dining gibi bir çalışmaya açık olmadıkları fakat gelecekte bu durumun değişebileceği gözlemlenmiştir. Sunumların genellikle daha geleneksele yakın olduğu ama bu durumun dışına çıkan birkaç işletme olduğu fark edilmiştir. Çoğunlukla işletmeciler besin değerleri çerçevesinde bir çalışma yapmamışlardır. Bu unsurların göz önüne alınması ve buna ek olarak yabancı bireylerin daha çoğunlukta tüketim göstermesiyle neticesinde gelecekte veganların Türk mutfagının pazarlamasında yer alabilecekleri hatta dünyaya açılacakları söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Veganlık, Mutfak Milliyetçiliği, Fine Dining, Gelenekselcilik

Tarih: 01/06/2023

ABSTRACT

THE EXAMINATION OF THE VIEWS OF VEGAN RESTAURANT OPERATORS IN ISTANBUL ON VEGAN MENUS and PRESENTATIONS

According to vegan restaurant operators, elements such as menu content, presentation styles, and opinions about fine dining restaurants have been of interest and investigated in the thesis. Another aspect of interest in the thesis, according to these restaurant operators, is whether they conduct their businesses ethically or primarily with a focus on financial value. The materials and methods section, 11 establishments were visited between the Anatolian and European sides of Istanbul, excluding falafel restaurants and secondary branches of the same establishments. The selection of these establishments was based on probability-based sampling, utilizing purposeful random sampling. This approach facilitated direct engagement with the operators, enabling the attainment of precise outcomes.

Drawing from the information gathered from the operators, it was observed that the restaurants have embraced concepts such as culinary nationalism, evident in their focus on tradition and the adaptation of Turkish cuisine into vegan offerings. Furthermore, it was noted that while the majority of restaurants are presently not inclined toward endeavors like fine dining, this stance could potentially evolve in the future. The presentation styles typically lean toward the conventional, although a few establishments deviate from this trend. A significant number of operators have not prioritized the aspect of nutritional values in their endeavors. Considering these factors and additionally acknowledging the greater consumption by foreign individuals, it can be inferred that in the future, vegans might contribute to the promotion of Turkish cuisine and potentially expand their reach internationally.

Key Words: Veganism, Culinary Nationalism, Fine dining, Traditionalism

Date: 01/06/2023

ŞEKİL LİSTESİ (LIST OF FIGURES)

	SAYFA
Şekil 2.1 Bir Öğün Tüketilmesi Gereken Besin Tabağı	14
Şekil 2.2 İngilizceden Türkçeye Çevrilen Görseller	15
Şekil 2.3 Bir Öğün İçin Tüketilen Bitkisel Sağlıklı Besin Tabağı	16
Şekil 2.4 Bitkisel Beslenme ile Koroner Arter Hastalığının Tersine Çevrilmesi	17
Şekil 4.1 Asian Vegan Kitchen	44
Şekil 4.2 Asian Vegan Kitchen	45
Şekil 4.3 Asian Vegan Kitchen	45
Şekil 4.4 Bi Nevi Deli	46
Şekil 4.5 Bi Nevi Deli	47
Şekil 4.6 Bi Nevi Deli	48
Şekil 4.7 Ethique Plant Based	49
Şekil 4.8 Ethique Plant Based	50
Şekil 4.9 Ethique Plant Based	51
Şekil 4.10 Ethique Plant Based	52
Şekil 4.11 Kafenasanat	53
Şekil 4.12 Kafenasanat	54
Şekil 4.13 Kafenasanat	54
Şekil 4.14 Limonita Vegan Kasap	55
Şekil 4.15 Limonita Vegan Kasap	56
Şekil 4.16 Mahatma Cafe	57
Şekil 4.17 Mahatma Cafe	58
Şekil 4.18 Mahatma Cafe	59
Şekil 4.19 Votka Coffee And Vegan Goods	60
Şekil 4.20 Votka Coffee And Vegan Goods	61

Şekil 4.21 Vatka Coffee And Vegan Goods	62
Şekil 4.22 Vatka Coffee And Vegan Goods	63
Şekil 4.23 Vegan Dükkan Lokanta	64
Şekil 4.24 Vegan Dükkan Lokanta	65
Şekil 4.25 Vegan İstanbul	66
Şekil 4.26 Vegan İstanbul	67
Şekil 4.27 Vegan Masa	68
Şekil 4.28 Vegan Masa	69
Şekil 4.29 Vegan Masa	70
Şekil 4.30 Vegan Masa	71
Şekil 4.31 Vegan Masa	72
Şekil 4.32 Veganarsist	73
Şekil 4.33 Veganarsist	74
Şekil 4.34 Veganarsist	74

TABLO LİSTESİ (LIST OF TABLES)

	SAYFA
Tablo 2.1 Vejetaryenliğin Sınıfları	5
Tablo 2.2 Etik Değerler	8
Tablo 2.3. Bir Günlük Vegan Beslenme Programı	13
Tablo 2.4. Hayvansal Gıda Üretiminin ve Tüketiminin Ekolojik Nedenleri	21
Tablo 3.1 Yarı Yapılandırılmış Görüşmeyi Kabul Eden İşletmeler	25
Tablo 3.2. İşletmeciler ve İşletmecilerin Adlarının Harf Halinde Kısaltılması	26

KISALTMA LİSTESİ

Asian Vegan Kitchen / Şeyma Arslan (A)

Bi Nevi Deli / Mine Güleler (B)

Ethique Plant Based / Gizem Merve Demir (C)

Kafenasanat / Funda Demirtaş (Ç)

Limonita Vegan Kasap / Deniz Yoldaç (D)

Mahatma Cafe / Sait Biliz (E)

Vatka Coffee and Vegan Goods / Yunus Emre Gök (F)

Vegan Dükkân Lokanta / Tarkan Aparı (G)

Vegan İstanbul / Havva Süzgün (Ğ)

Veganarsist / Emre Aydoğan (H)

Vegan Masa / Funda Gül Özdem Potur (I)

GRAFİK LİSTESİ

SAYFA

Grafik 4.1. İşletmecilerin Cinsiyet Dağılımı

44



BÖLÜM 1. GİRİŞ ve AMAÇ

Toplumun gündelik hayatını sürdürebilmesi için gıda önemli bir yer kaplamaktadır. Buna göre beslenmek için avcılık, toplayıcılık vb. gibi eski yaşamlardan gündelik yaşama endüstriyel ve süper gıdalara kadar birçok yıl kat edilmiştir. Bu beslenme süreci içerisinde birçok farklı beslenme bağlamında tarihi savaşlar verilmiştir. Buna benzer unsurların sonucunda toplumlar arasında çeşitli birçok beslenme kültürü oluşmuştur. Böylece toplumlar da kendi mutfak kültürlerini oluşturmuşlardır. Buna örnek olarak Uzak Doğu mutfağının tatlı-ekşi, acı-tatlı vb. gibi lezzetleri bir denge oluşturarak kültürlerine katmaları; Türk mutfağında birçok sebzeli, etli ve daha birçok çeşitte yemeğin bulunması ve bunun başlıca sebebinin ise geçmişten gündelik yaşama kadar Türkiye'nin birçok farklı kültüre yer vermesidir. Her ne kadar beslenme ve mutfak söz konusu olduğunda Fransız mutfağı geçmişten gündelik yaşama mutfak terimleriyle ve birçok farklı teknikleriyle ön plana çıksa da, birçok farklı kültürlerin mutfaklarının da kendine has mutfak kültürleri, değerleri bulunmaktadır.

Kültürlerarası beslenme biçimlerinde çoğunlukla et ve et ürünleri, tavuk, yumurta, süt ve süt ürünleri vb. gibi hayvansal gıdalar tüketilmektedir. Bu gıdalar ve yemekler geçmişten gündelik yaşama kadar gelmiş olmakta ve bu yemeklere dair bazı ülkelerin bölgelerine özel yapıldığının göstergesi olarak yöresel gıda, yöresel yemek olarak tanımlanmaktadır. Bu durum da yöresel gıdalar ve bu gıdalarla yapılan yemekler kültürün bir göstergesidir.

Geçmişten günümüze kadar gelen kültür sonradan öğrenildiği için değişkenlik ve farklılık gösterebilmektedir. Buna göre bireylerin hem göz zevkini hem de gıdalardan almak istediği lezzeti, toplayıcılık yapan insanların sonradan hayvanları avlaması ve bunun sonucunda beslenmesine sokması bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Böylece insanların sık tükettiği ve çoğu ülkenin beslenme kültüründe yer alan hayvansal gıdaların da sonradan öğrenildiği görülmektedir. Bu yüzden her bir bireyin beslenme unsuru farklılık gösterebilmektedir. Bu beslenme unsuru kişilerin kültürüne, kişisel tercihlerine, kişisel sağlığına, inanışlarına vb. gibi faktörlerine dayanmakta olup, tükettikleri besin çeşidinin azalabileceği gibi çoğalabileceği de anlaşılmaktadır. Buna göre kişi çölyak alerjisine sahipse gluten proteini içermeyen gıdalar tüketmesi; laktoz intoleransı olan bir

bireyin laktozsuz besinler tüketmesi; kültüründe eğer keşkek tüketiliyorsa bu o kişinin yaşadığı bölgeye göre etli veya etsiz olabilmesi; hayvansal gıda tüketmeye karşı olan vegan birey ise hayvansal ürünleri bütünüyle hayatından çıkartacağı bu duruma örnek gösterilebilmektedir. Böylece geçmişten gündelik hayata gelen kültür, inanç biçimi vb. gibi unsurlar farklılaşmaktadır. Bunların sonucunda bireylerin her gün yedikleri yemeklerini sergileyebileceği yer olan sofranın da bir kültür olduğu anlaşılmaktadır.

Sofra da bir kültürdür. Foer (2021)'a göre; *“Çatallarımızı kaldırdığımızda bir yere ait oluyoruz”* (Foer, 2021). Her birey kendi yaşam tarzına, kültürüne, inancına vb. gibi unsurlara göre sofrayı hazırlamaktadır. Bu durum restoranlarda da görülmektedir. Özel günlere göre veya restoranın kitlesine ve pazarına uygun hazırladığı yemekler değiştiği gibi sunum şekilleri ve sofraya da değişmektedir. Genellikle sofralarda ve sunumlarda görselliğin önemli olması ve kişiye haz vermesi beklenmektedir. Bu yüzden hem sofraya hem de sunumlara dikkat edilmektedir. Öyle ki sunumlara ve sofranın bulunduğu ortamlara göre kişiler yemeğin ve sofranın kendi statülerine göre hazırlanmış olmasına dikkat etmektedirler. Bu durumu sadece statü değil, inanç, coğrafya vb. gibi faktörler de etkilemektedir.

Bireylere göre veganlık ve vejetaryenlik birer tercihten çıkarak inanç biçimi haline gelmiştir. Asıl amaç hayvanların yaşamlarının acı içinde son bulmasına karşı olup, bu felsefi inanç biçimini yaşamlarının merkezine koymaktır. Fakat veganlar yaşamlarında hayvansal ürünleri kullanmamakla kalmayıp, buna ek olarak beslenmelerinden de her türlü hayvansal gıdayı çıkarmaktadırlar. Vejetaryenler ise yalnızca kırmızı eti çıkarmakta olup, kişisel tercihlerine göre diğer çeşitli hayvansal gıdaları (balık, yumurta, süt ve süt ürünleri v.b. gibi) tüketmemektedirler. Bu durum veganlık ve vejetaryenliğin sanayi devrimi sonrası hızla artmasıyla gündelik yaşamın içerisinde çok sık fark edilmeye başlanmıştır. *“Örneğin, Almanya’da ortalama 8 milyon vejetaryen olduğu (nüfusun yaklaşık %10’u) tahmin edilmektedir”* (Tural, 2018). Bu durumdan anlaşıldığı üzere bireylerin hayvansal ürün tüketimine karşı, farkındalıkların da arttığının göstergesidir.

Bu tezin araştırılması sırasında Türkiye içerisinde veganlık üzerine yapılmış yeteri kadar araştırma bulunmadığı fark edilmiştir. Özellikle de vegan işletme bağlamında yeterli bir çalışma bulunmamaktadır. Bu yüzden veganlık hakkında araştırılması gereken konulardan bir tanesi de vegan restoranlar üzerinedir. Hayvansal gıda sunan restoranlar,

vegan restoranlarla kıyaslandığında sunum, menünün içeriği vb. gibi faktörler değişkenlik göstermektedir. Buna göre; vegan restoran işletmeciler tarafından işletmelerinin ürün sunumu, menü içeriği, misafirlere karşı kendilerini nasıl pazarladıkları vb. gibi unsurlar merak edilmiştir. Ek olarak veganlık üzerine daha fazla çalışma ortaya çıkarmak istenmiştir. Tüm bunların dışında hayvansal gıdanın tüketimi ve kullanımına dair talebin olmasından dolayı hayvanların zihinsel ve fiziksel acı çekmesine karşılık olarak veganlık üzerine araştırma yapılmak istenmiştir. Bu yapılan araştırmalar sonucunda vegan restoranların araştırılması ve bu araştırmanın menülerdeki kalem sayısı, yemeklerin içerikleri, menünün şekli, sunum şekilleri ve bu sunum şekillerinin insan gözüne işletmeciler tarafından nasıl hitap ettiği araştırılmak istenmiştir.



BÖLÜM 2. KURUMSAL ÇERÇEVE ve LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

2.1. VEJETARYENLİK

Vejetaryen, Türk Dil Kurumu'na (TDK) göre “*etyemezlik*” olarak tanımlanmaktadır. Hayvanları Koruma Derneği'ne (HAYTAP), (2021) göre “*Kırmızı etin hiç tüketilmediği, balık, kümes hayvanları, süt, süt ürünleri ve yumurtanın ise tercihe bağlı olarak tüketildiği beslenme tarzına vejetaryen beslenme; bu şekilde beslenenlere ise vejetaryen deniliyor*” (Haytap, 2021). Bu durumda vejetaryen olan bir birey kırmızı eti asla tüketmediği fakat diğer hayvansal gıdaları tercihine göre tüketebildiği görülmektedir. Vejetaryen bir birey tüketmekte olduğu besinlere göre besin çeşitliliği çoğalabildiği gibi azalabilmektedir. Fakat veganların besin çeşitliliğine olan tutumları karşısında etik karşılanmamaktadır. Çünkü kırmızı etin haricinde tercihe bağlı olarak tüketilmekte olan süt ve süt ürünleri, tavuk, balık gibi hayvansal besinler tüketilmektedir. Bu durum hayvanların acı çekmesine, psikolojik rahatsızlık duymasına neden olduğu için bir vegan tarafından uygun görülmemektedir. Fakat bu durum veganlar arasında fikir ayrılıkları oluşturabilmektedir. Vejetaryenler beslenme tercihlerine göre farklı sınıflara ayrılmaktadır.

2.2. VEJETARYENLİĞİN SINIFLANDIRILMASI

Vejetaryenler, tercih ettikleri beslenme şekline ve farklı besin sınıfına göre isimlendirilmektedir. Bunlar: veganlık, lakto vejetaryen, ova vejetaryen, lakto – ova vejetaryen, polo vejetaryen, pesko vejetaryen, semi – vejetaryendir (Sağlık Bakanlığı, 2016). Buna göre tablo 2.1’de vejetaryenliğin sınıflandırılması verilmiştir.

Tablo 2.1. Vejetaryenliğin Sınıfları (Sağlık Bakanlığı, 2016)

Besin Sınıfları	Açıklamaları
VEGAN DİYETİ	Hiçbir hayvansal kaynaklı besin tüketilmez. Diyet tahıllar, sebze ve meyve ile kuru baklagillerden oluşur.
LAKTO VEJETARYEN DİYETİ	Bitkisel besinlerle birlikte hayvansal kaynaklı besinlerden süt ve süt ürünleri tüketilir.
OVA – VEJETARYEN DİYETİ	Diyette bitkisel besinlerle birlikte yumurta da yer alır. Bunun yanında et ve süt tüketilmez.
LAKTO – OVA VEJETARYEN DİYETİ	Süt ve yumurta tüketilir. Günümüzde en sık uygulanan vejetaryen beslenme şeklidir.
POLO VEJETARYEN DİYETİ	Bu diyetle kırmızı et tüketilmez. Bitkisel besinler yanında hayvansal olarak yalnızca tavuk, hindi gibi kümes hayvanları tüketilir.
PESKO VEJETARYEN DİYETİ	Bu diyetle de kırmızı et tüketilmez. Bitkisel besinler yanında hayvansal olarak yalnızca balık çeşitleri, midye su ürünleri tercih edilir.
SEMİ VEJETARYEN DİYETİ	Bu diyetle de kırmızı et tüketilmez. Sınırlı miktarda tavuk ve balık tüketilir. Semi – vejetaryenler yumurta, süt ve türevlerini istedikleri kadar tüketirler.

Tablo 2.1’e göre besin sınıflarına ile vejetaryen olan kişilerin tercih ettikleri beslenme modelleri verilmiştir. Vejetaryenlerin veganlara kıyasla besin sınıflarında birçok farklı sınıflar bulunduğu için tüketilecekleri ürün skalası daha geniştir. Bu durum hayvansal besin alımını sınırlandırmamaktadır. Fakat vegan olan bir birey ise hayvansal gıda tüketmediği için tüketileceği besin grubu farklılaşarak azalabilir veya çoğalabilmektedir. Vejetaryenlerin hayvansal gıda olarak sadece kırmızı eti tüketmemesi fakat diğer hayvansal gıdaların tüketiminde serbest olması bir zıtlık oluşmaktadır. Çünkü kırmızı et için üretimi yapılan hayvanların yaşadığı koşullar gereği acı çektiği kadar diğer hayvansal gıdaların tüketimi için üretimi yapılmakta olan hayvanların da hazırlanış süresince acı çekmektedir. Veganların da bu acı döngüsüne karşı olduğu bilinmektedir.

2.3. VEGANİZM

“Veganlık, hayvanların gıda, giyim ya da başka amaçlar uğruna maruz kaldıkları sömürü ve zulmün her türlüünden, uygulanabilir olan en mümkün derecede kaçınan bir felsefe ve yaşam biçimidir” (Veganlik, 2019).

Zülâl Kalkandelen veganlığı tanımlarken; “Veganlık, vegan kelimesinin 1944’te Donald Watson tarafından ortaya atıldığı tarihten bu yana, hayvan haklarını ön plana alan bir akım olarak gelişti” (Kalkandelen, 2021).

Bu felsefe ve yaşam biçimi, hayvanların maruz kalmış olduğu istismara karşı gelinmesi amaçlanıp, böylece onların da bir cana sahip olan, acı çekeabilen, korkan ve buna karşılık tepki gösterebilen canlılar bütünü olduğunun farkına varılması anlamına gelmektedir. Bu canlılar bütünüünün her biri duygulara sahiptir. Bu yüzden Francione (2021)’a göre *“Zevk, eğlence ya da elverişlilik gibi nedenler, hayvanlara acı çektirecek bir gereklilik oluşturmaz” (Francione & Charlton, 2021).* Çünkü zevk, eğlence, vb. gibi unsurlar için acı çekmesi gereken bir hayvanın olması ahlaki değerleri taşımamaktadır. Bir insanın zevki için bir canın yanmasına sebep bulunmamaktadır. Çünkü ne kadar çok hayvansal gıdaya talep olursa o kadar çok canın yanmasına demektir. Ek olarak Francione (2021)’a göre *“Hayvanlara gereksiz yere acı çektirmemek ahlaki bir yükümlülüktür” (Francione & Charlton, 2021).* Kişilerin bakış açısı ahlaki yükümlülük açısından değişiklik gösterse de hayvansal gıda için katledilen canlar söz konusu olduğunda ahlaki değerler bir kenara bırakılıp, etik değerler ele alınmalıdır. Kalkandelen (2021)’e göre; *“Vegan bakış açısı hayatın tümünü kapsar; bu nedenledir ki, hayvanların yaşam hakkını savunmak için hayvansal tüketim yapılmasına karşıdır ve hayvancılık sektöründeki vahşetin desteklenmemesini talep etmek, hak mücadelesinin gereğidir” (Kalkandelen, 2021).* Bu durum vegan bireyler için için bir motivasyondur.

Veganların beslenme gruplarında hayvansal gıda ve giyim, kozmetik vb. gibi hiçbir ürün bulunmamaktadır. Bu durum gıda bakımından genellikle sadece yeşillik yendiği gibi bir algı olsa da aksine birçok farklı besin içeriği beslenme grupları arasında yer almaktadır. Hawthorne (2019)’a göre *“Veganlık yakın zamana kadar pek çok kişi tarafından, tofu ve esmer pirinç gibi sıra dışı gıdalara düşkün kişilerin uyguladığı “aşırı” bir yemek ve yaşam tarzı, eksantrik bir hareket olarak değerlendiriliyordu. Ama sayısı*

zamanla gittikçe artan, kendisini vegan olarak tanımlayıp et, yumurta, süt ürünleri ve bal yemekten kaçınan insanlar, gıda pazarını etkileyen ekonomik bir güç haline geldi ve artık büyük restoran zincirleri bile bu kişileri memnun etmek için menülerine vegan yiyecekler ekliyor” (Hawthorne, 2019). Bu durumun sonucunda da veganlara karşı insanların tutumu değişmektedir. Bu tutumlara örnek olarak en büyük etkenler arasında hem yetersiz beslenileceği düşüncesi hem de geleneklerin yer aldığı söylenebilmektedir.

Üzeltüzenci (2018)’e göre; “yeme şeklimiz ve yediklerimiz, istilalardan savaşlara, her türlü baskı biçiminden toplumsal hiyerarşik sistemlere kadar toplumlarda yerleşik olan güç ilişkileriyle yakından bağlantılıdır” (Üzeltüzenci, 2018). Böylece bu bağlantıların kültür olduğu söylenebilmektedir. Kültüründe bir unsuru olan gelenekler sonradan öğrenilen bir unsur olduğu için canlıların gelenek adı altında acı çekmesi ve canlarına kıyılması veganlar tarafından uygun karşılanmamaktadır. Bu durum toplum tarafından kabul görmüş şiddet olarak değerlendirilebilmektedir. Bu bağlama bakıldığında etik değerler ortaya çıkmaktadır.

2.3.1. VEGANLIĞIN ETİK DEĞERLERİ

Foer (2021)’a göre; “Yemek etiği oldukça karmaşıktır, çünkü yemek hem tat alma duyuları ve lezzetle hem de bireysel yaşam öykülerimiz ve toplumsal tarihle bağlantılıdır” (Foer J. S., 2021). Bu durumdan yemeğin bir kültürel unsur olduğu ve geçmişten güncel yaşama kadar süre gelen bir değişim ve süreklilik olduğu anlaşılmaktadır. Böylece veganlığın da yemek bağlamında geçmişten günümüze gelen bir inanç ve etik değerler taşıdığı görülmektedir. Hawthorne (2019)’a göre: “Veganlığın temel öğretisi, hiçbir canlıya zarar vermemek ve yaşanan acılara katkıda bulunmamak için elimizden geleni yapmaktır” (Hawthorne, 2019). Böylece bir vegana göre herhangi bir canlının zarar görmeyeceği koşullar yaratmaya yardımcı olmak ve bu felsefi inanış biçimini savunmak son derece önemli bir ilkedir. Bu durum veganların etik değeridir. Etik değerler arasında yer alan bu durumu bazı veganlar ve vejetaryenler büyük bir önemle benimserken, bazılarının da sık sorgulamadığı ve dikkat göstermediği söz konusudur.

Veganlığın etik değerleri arasında; hiçbir canlının asla zarar görmeyeceği koşullara sahip olmaları için çaba gösterilmesi; hayvansal gıda ile yapılan yemeklerin, besin takviyelerinin vb. gibi kullanılmaması; hayvansal gıdaya ek olarak hayvansal hiçbir

ürünün kullanılmaması; hayvan haklarının savunulması, insanları hayvan hakları ve veganizm hakkında bilinçlendirmeye çalışılması vb. gibi etik değerler ve sorumluluklar örnek gösterilebilmektedir. Bu etik değerler tablo 2.2’de belirtilmiştir.

Tablo 2.2. Etik Değerler (Foer, 2021; Hawthorne, 2019; Kalkandelen, 2021)

Etik Değerler
Hiçbir canlının zarar görmeyeceği koşullara sahip olması için çalışmalar yapmak
Her türlü hayvansal gıdaların beslenmeden çıkarılması
Herhangi bir hayvansal ürünün kullanılmaması (Giyim, kozmetik vb. gibi)
Hayvan hakları savunucusu olmak
İnsanları daha çok veganlık ve hayvanların içinde bulunduğu koşullar hakkında bilinçlendirmek

Tüm bu değerlerin asıl sebebinin hayvanların birçok sebep uğruna canlarının yakılması, kötü şartlar altında yaşamak zorunda kalmaları, zihinsel ve fiziksel acı çekmeleri, zorla ve sistematik üremeye maruz bırakılmaları vb. gibi nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler arasında gelenek olarak görülmekte olan birçok sofr ritüellerinin insanların birlikteliğinin ve mutluluğunun birer sembol olduğunun göstergesidir. Çünkü hayvanlarında acı çekeabilen, hisleri ve duyguları olan, çiftleşerek üreyebilen bir varlık olduğu göz ardı edilmekte ve unutulmaktadır. Hawthorne (2019)’a göre: *“pek çok insanın genellikle etin bir hayvandan geldiğini düşünmemesi, en azından bilinçli bir şekilde tüketmediğidir. Onlara göre et, marketten satın alınan ya da restoranda sipariş edilen, steril, hayvanın ölümünün şiddetinden arındırılmış bir şey”* (Hawthorne, 2019). Böylece insanlar aldıkları hayvansal gıdaların arka yüzünü göz ardı etmekle beraber yaşanan kesimleri, üretimi, hayvanların yaşam koşullarını bilmemektedir. Bu durum insanlığın, şefkatin vb. gibi azaldığının göstergesi olduğu fark edilmektedir.

2.3.2. VEGANLIĞIN SAĞLIK FAKTÖRÜ

Hayvansal besin tüketmekte olan bireyler kadar veganların da besin grupları ve değeri, kişilerin kendi yaşamsal süreçlerini idame ettirebileceğinin dışında zevk vb. gibi unsurlar için de tüketebileceği ürün grupları bulunmaktadır. Buna göre birçok insanın ortak düşüncesi olan, veganların yetersiz besin aldığı veya vücutlarının dirençsiz kaldığı yönünde doğruluğu olmayan inanışları bulunmaktadır. Bu düşüncenin yanlış olduğu yapılan birçok araştırmada ortaya çıkmıştır. Ek olarak hayvansal gıda tüketen bir bireyin sağlıksız gıdaları tüketebileceği gibi, vegan bir bireyin de sağlıksız gıdaları tüketme olasılığı bulunduğu gerçeği olduğu ve bu nedenle o kişi ve kişilerin sağlığını etkileyebileceği anlaşılmaktadır. Hayvansal besin tüketimini bırakıp, daha çok bitkisel, vegan beslenme biçimine geçildiğinde birçok rahatsızlığın ve hastalığın vücutta oluşma oranını azalmaktadır. *“Diyabetin ve kardiyovasküler hastalıkların bitki bazlı vegan beslenme ile önüne geçilebileceği yapılan araştırmalarda ortaya çıkmıştır”* (Jocelyne R. Benatar, 2018). Bunun neticesinde hayvansal gıdaları tüketmeyip, planlı bir bitkisel beslenme ile sağlıklı olunabileceği söz konusudur. Ek olarak hayvansal gıdaları tüketmekte olan bireyler hasta olabileceği gibi, vegan bireyler de hastalık, rahatsızlık yaşama olasılıkları bulunmaktadır. Bu yüzden çoğu birey sağlığı için gerekli besin değerlerini karşılaması, vitamin, mineral vb. gibi takviyeler alması gerekmektedir.

2.3.2.1. B12 VİTAMİNİ

B12 vitamini gibi vücuda ek olarak alınması gereken bazı takviyeler bulunmaktadır. B12 vitamini için hayvansal gıdaları tüketen bireylerin takviye edici ilaç dışında tükettiği besin et olduğu söylenebilirken, veganların vitamin ihtiyacı ise besleyici özelliği bulunan bazı maya cinslerinden karşılanmaktadır. Francione (2021)’e göre; *“Yetersiz bir vegan beslenme sizi hasta eder, ama bitki bazlı olduğu için değil, yetersiz olduğu için”* (Francione & Charlton, 2021). Bu durumdan anlaşıldığı üzere, kişi beslenmesini planlı bir şekilde yaptığı sürece sağlıklı ve dinç olabilmektedir.

2.3.2.2. YAĞ ZİNCİRLERİ

B12 vitaminine benzer olarak hayvansal gıda tüketilmedikçe vücuda alınması zor olan DHA ve EPA uzun yağ zincirleri, balık gibi hayvansal gıdalardan alınabilmektedir. Ek olarak insan vücudunun gıdalardan alması gereken N-6 çoklu yağ asidi ve n-3 çoklu yağ asidi bulunmaktadır. N-6 çoklu yağ asidinde bulunan linolenik asit dışarıdan alınması gerekmektedir. Çünkü linolenik asit eksikliği karşısında pürüzlü ve pullu bir cilt, egzama vb. gibi rahatsızlıklar meydana gelmektedir. Bu rahatsızlıkların oluşmasına engel olmak adına günlük olarak alının genç erkekler için 17g/g, genç kadınlar için ise 12g/g şeklinde olmalıdır. Ek olarak zeytin ve fındık yağı çoğunlukla oleik asit ile palmitik asitten oluşmaktadır. Bu yağlara göre linolenik asit, yeşil yapraksı sebzelerde bulunmaktadır. Bu kaynaklardan alınan linolenik asit, insan ve hayvanlarda EPA ve DHA olarak sentezlenmektedir. N-3 çoklu yağ asidi ise yeterli düzey de olmadığında sinir sistemi, retina sağlığı vb. gibi durumlarda rol oynamaktadır. Bu yüzden günlük tüketimin için erkekler ve kadınlara önerilen miktar 1.6 ve 1.1 gr/g'dır. (Library). Tüm bunlara ek olarak Francione (2021)'a göre: "*Çoğu insan chia çekirdeği, ceviz, koyu yeşil bitkiler ve kanola yağındaki kısa zincirli yağ asitlerini uzun zincirli yağ asitlerine dönüştürebiliyor. Ya da DHA ve EPA'yı balıkların aldığı kaynaktan -yani alglerden- alabilirsiniz. Artık alg bazlı bir sürü DHA/EPA takviyesi var*" (Francione & Charlton, 2021). Ek olarak DHA takviyesi ile alınabilirken, EPA DHA'nın dönüşümü ile vücuda alınabilmektedir. Gerekli besinlerinde tüketilmesiyle birlikte vegan bireyler yağ zincir gereksinimi karşılayabilmektedirler. Fakat gereğinden fazla takviye alınımı gibi durumlarda bağışıklığın etkilenmesi, LDL kolesterolünün yükselmesi hatta kalp krizi riskinin artması vb. gibi rahatsızlıklara yol açmasına neden olmaktadır. Bu durum da vegan bireylerin alması gereken takviyeler, hayvansal gıda yerine bitki bazlı gıdalardan da vitamin, mineral vb. gibi alabileceği söz konusu olup, yetersiz veya gereğinden fazla alımı da insan vücudunu olumsuz etkilemektedir.

2.3.2.2.1. TRANS YAĞ ASİTLERİ

Trans yağlar yapısı gereği doymamış yağların hidrojenize edilmesi sonucu doymuş haline getirilerek ortaya çıkmaktadır. Fakat bitkisel gıdaların işlenmesiyle oluşan trans yağlar gibi hayvansal gıda olan ette de trans yağ bulunmaktadır. (Greger, 2014). Bu yüzden hayvansal gıda tüketen kişilerin LDL gibi kötü kolesterolü, kalp krizi riski vb.

gibi rahatsızlıkları bulunabileceği gibi, bu tip rahatsızlıklara yakalanma riski de daha sık görülebilmektedir.

2.3.2.3. DEMİR

Ek olarak vitaminler arasında demir de bulunmaktadır. Enzimlerin yapı taşı olabilen demir; HEM demir ve HEM olmayan demir olarak ikiye ayrılmaktadır. Francione (2021)'a göre: *“Demir, iki biçimde bulunuyor: et, kümes hayvanları ve balıkta bulunan demirin yaklaşık %40'ını oluşturan HEM demir ve hayvansal dokularda bulunan demirin kalan %60'ı ile bitkisel besinlerde bulunan demirin tamamını oluşturan HEM olmayan demir. HEM demir, HEM olmayan demirden daha kolay emiliyor ve bu da bazı insanların vegan beslenme düzeninin yeterince demir içermediğinden endişelenmesine yol açıyor”* (Francione & Charlton, 2021). Bu durumdan anlaşıldığı üzere insanların vegan beslenme hakkında yanlış inanışlar ve düşünceler beslemesine sebep olmaktadır. İngiliz Ulusal Sağlık Hizmetine göre, hayvansal gıda ile kıyaslandığında bitkisel beslenmeden alınan demir daha azdır fakat bitkisel gıdalardan da demir karşılanabildiği anlaşılmıştır (Service, tarih yok). Bu bitkisel gıdalara örnek olarak; ıspanak, mercimek, yeşil yapraklı sebzeler, tohumlar vb. gibi gıdalar hayvansal gıdalara alternatif olabilecek bitkisel gıdalardır. Ek olarak demir içerikli bitki bazlı besinlerin tüketilmesi sırasında C-vitamini içerikli besinlerin (domates, brokoli, meyveler, limon vb. gibi) tüketilmesi de demir emilimini daha çok arttırmaktadır.

2.3.2.4. OMEGA 3

Omega 3 gibi genellikle balıklardan alındığı bilinmekte olan bu vitamin, hayvansal gıdaların dışında bitki bazlı gıdalardan da alınabilmektedir. Bunlar; keten tohumu, kanola, tofu, soyalı ürünler, ceviz vb. gibi bitki bazlı besinlerdir. Fakat İngiliz Ulusal Sağlık Hizmetlerine göre, bitkilerden alınan omega 3'ün balıktan alınan omega 3'e göre daha az katkı sağladığı ve sağlıklı bir kalp için de çeşitli meyve ve sebze tüketimini arttırıp, tuz ve doymuş yağın azaltılmasıyla sağlıklı bir yaşam ve kalp sağlığı sağlanabileceği araştırılmıştır. Böylece bir bireyin günlük yaşamını idame ettirebilmesi için 250mg Omega 3 (EPA/DHA) alması gerekmektedir (Greger, 2016).

Ek olarak balıklardan alınan omega 3'ün de beraberinde balıkların yaşam koşullarına göre antibiyotik, kirli sulardan dolayı oluşan bakteriler vb. gibi zararlı unsurlar vücuda alınabilmektedir. Bu durum sonucunda insanlarda çeşitli hastalık ve rahatsızlıklara da neden olmaktadır.

2.3.2.5. KALSİYUM

“Kalsiyum, vegan bireyler için önem arz etmektedir. Çünkü yapılan araştırmalara göre vegan bireylerin özellikle kadınları kemik yapısının daha ince olduğu gözlemlenmiştir. Bu yüzden daha kırılabilir ve çıkıkları oluşmaktadır” (Norris, tarih yok). Kalsiyum alımı, hayvansal gıdalardan karşılamak yerine tahin, tofu, bitkisel kalsiyum ilaveli sütler vb. gibi gıdalarla vücuda kalsiyum alımı sağlanabilmektedir. Bir kişinin günlük önerilen kalsiyum alım oranı 700mg olması gerekmektedir. Fakat kalsiyumun alımının fazla veya az olması durumunda kemik sağlığını olumsuz etkilemektedir. (Charvatova, 2021). Tüm bunlara ek olarak kemik sağlığı için yalnızca kalsiyum yeterli olmayıp, D vitamini, K vitamini, magnezyum, potasyum vb. gibi vitaminler ve minerallerin de alınması gerekmektedir.

2.3.2.6. PROTEİN

Kişilerin gündelik yaşamı içerisinde sıklıkla protein alımı en çok hayvansal gıda olan etten ve yumurtadan karşılandığı ve bunun sebebinin proteinin yapı taşı olan esansiyel amino asitlerin karşılanabilir olmasından dolayıdır. Esansiyel olmayan amino asitler ise insanların kendi vücutlarında üretilen amino asitlerdir. İnsanların vücutlarının üretmediği esansiyel amino asitler 8 tanedir ve bu amino asitler dışarıdan alınması gerektiği için hayvansal gıda tüketen kişiler et, yumurta vb. gibi gıdalardan alımını sağlarlar, vegan bireyler ise baklagillerden, kuruyemişlerden, sebzelerden vb. gibi bitki bazlı gıdalardan bu aminoasitleri karşılamaktadırlar. Fakat veganların yeterli ve doğru protein alımı için bazı besinlerin (mercimek, pilav vb. gibi) birlikte tüketilmesi gerekmektedir. Çünkü bitkisel proteinlerde etteki gibi tüm esansiyel amino asitleri içermemektedir. Bu yüzden öğün içerisinde birkaç gıdayı birleştirilerek tüketilmesi, gerekli olan tüm esansiyel amino asitlerin vücuda alınımını sağlamaktadır. Fakat Amerikan Diyetetik Derneği (2009)'ne göre; *“bitki proteini, çeşitli bitki besinleri tüketildiğinde ve enerji ihtiyaçları karşılandığında gereksinimleri karşılayabilir. Araştırmalar, bir gün boyunca yenen*

çeşitli bitki besinlerinin tüm gerekli amino asitleri sağlayabildiğini ve sağlıklı yetişkinlerde yeterli nitrojen tutulmasını ve kullanımını sağladığını, dolayısıyla tamamlayıcı proteinlerin aynı öğünde tüketilmesine gerek olmadığını gösteriyor” (Association, 2009). Bu durumda protein ihtiyacı kişilerin günlük yaşam koşulları, vücut yapıları, yaşları ve cinsiyetlerine göre değişkenlik gösterebileceği gibi proteini karşılayabilmek için tüketmesi gereken miktar ve besinler değişebilmektedir. Böylece her bireyin günlük protein alımı değişebileceği gibi ortalama olarak 0.80g/kg olarak söylenebilmektedir (Norris, 2020).

2.3.2.7. VEGAN BESİN PROGRAMI ve PORSİYON TABAĞI

Yapılan araştırmalara göre, beslenmenin gerekli ve yeterli planlaması yapılmış olup, A, C, K ve B mineral ve vitaminler, magnezyum potasyum, demir, çinko vb. gibi takviye edilmesi gerektiği halinde takviye alınabileceği gibi ek olarak tüm bu vitamin ve mineraller beslenmeye alındığında kişi için yeterli olduğu ve bazı olası hastalıklara karşı önlem oluşturduğu ve fayda sağladığı gözlemlenmiştir. Diyetisyen İlkur Çimen ile hazırlanan bir günlük vegan beslenme programı tablo 2.3’te gösterilmiştir.

Tablo 2.3. Bir Günlük Vegan Beslenme Programı Örneği (Çimen, 2022)

Bir Günlük Vegan Beslenme Örneği
Kahvaltı 08:30 – 09:00 1 Fincan çay, 90gr vegan peynir, 5 adet zeytin, mevsim yeşillikleri, kırmızı biber, yeşil biber, havuç, mor lahanası (yağsız, limonlu, sumaklı), 2 adet kuru kayısı / kuru erik + 1 adet ceviz, 2 ince dilim tam buğday ekmeği (50gram)
Öğle yemeği 12:30 – 13:00 1 Kâse mercimek / ezogelin çorbası, 1 tabak zeytinyağlı sebze yemeği, mevsim salata, 4 yemek kaşığı mercimekli bulgur pilavı
Ara öğün 16:00 1 Fincan badem / fındık sütü, 150gram taze meyve
Akşam yemeği 18:30 – 19:00 8 Yemek kaşığı nohut yemeği, 1 tabak zeytinyağlı sebze yemeği, mevsim salata (içerisine 60 gram tofu + 1 tatlı kaşığı zeytinyağı eklenmiş), 4 yemek kaşığı vegan yoğurt

Tablo 2.3 deki bir günlük beslenme programına göre ortalama olarak 1922,76 kalori ile vegan bir kadın için daha uygundur. Ayrıca kişinin bir günlük karbonhidrat, protein ve yağ ihtiyacını karşılayabileceği gibi vitamin ve minerallerin kişinin ihtiyacına göre takviye alınması gerekebilmektedir. Ek olarak vegan bireylerin gün içerisinde tüketmesi

gereken tabaklama çeşitleri gösterilmiştir. Buna göre şekil 2.1’de bir öğün tüketilmesi gereken besin tabağı verilmiştir.



Şekil 2.1. Bir Öğün Tüketilmesi Gereken Besin Tabağı (Plant-Based Health Professionals UK, 2019)

- BİTKİ TABANLI SAĞLIKLI BESLENME REHBERİ

Bu Public Health England’a (2016) ait, bitki tabanlı beslenme adaptasyonunu konu alan bir sağlıklı beslenme rehberidir. Size sağlıklı ve sürdürülebilir bir diyetle geçiş yapmanızda yardım etmeyi amaçlar. Proporsiyonlardaki yemek gruplarının diyetle genel olarak sağladığı katkıyı gösteriyor. Şekil 2.2. ve 2.3’te şekil 2.1.’de verilmiş olan bir öğün tüketilmesi gereken besin tabağının İngilizceden Türkçeye açıklamalı halleri bulunmaktadır.

• PAKETLİ YİYECEKLERDEKİ ETİKETLERİ KONTROL EDİN.

- Her porsiyon (150gr) bir yetişkinin alması gereken oranı içerir

- Yağ, şeker ve tuz bakımından düşük olan yiyecekleri tercih edin



- Güvenilir bir b12 kaynağı seçin.



- Bitkiler, baharatlar ve fermente gıdalar lezzet katarlar, antioksidan ve probiyotik özellikleri vardır ve iltihap önleyicilerdir

- Yeşil sebzelerin bulunduğu alan içerisinde her gün en az 5 porsiyon kadar çeşitli sebze ve meyve tüketin bilgisi yer almaktadır



- Pembe kısımda bezelye fasulye ve mercimek tüketilmesi gerektiği veya omega 3 yağları için bir yemek kaşığı keten tohumu ya da chia tohumu tüketilip, daha az et tüketilmesi şeklinde bilgi yer almaktadır.

- Mavi kısımda ise kalsiyum ve D vitamini ile zenginleştirilmiş, şeker eklenmemiş veya tatlandırılmamış seçenekleri tercih edilen şekilde bilgi verilmiştir.

- Sarı kısımda daha az yağ, tuz ve şeker eklenmiş tam tahıllı veya yüksek lifli gıdaları tercih edin bilgisi yer almaktadır.

- Mor kısımda ise sıvı yağlar ve yağlar bulunmaktadır. Doymamış yağları tercih edin ve küçük porsiyonlar halinde tüketin.



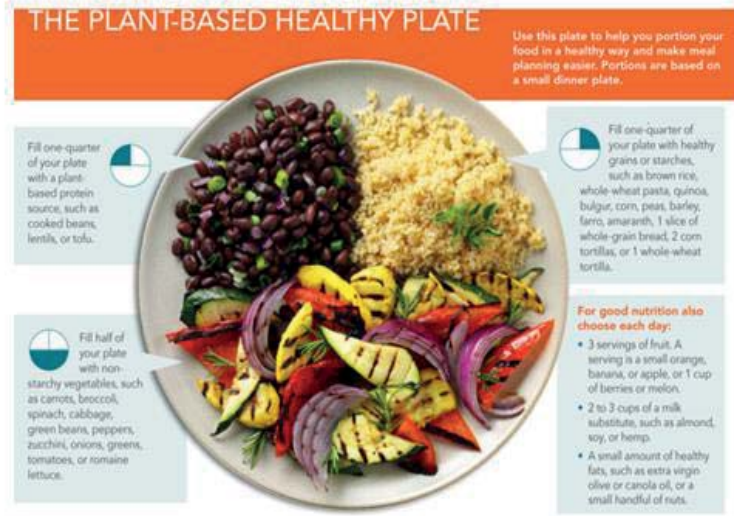
- Su, bitkisel sütler, çay ve kahve gibi şekerli içeceklerin hepsi sayılır. Meyve suları ve smoothiler günde 150ml sınırlandırılmalıdır



- Sağlıksız ürünler olarak tuz, şeker ve yağ çok daha az ve küçük porsiyonlar halinde tüketilmelidir

Şekil 2.2. İngilizceden Türkçeye Çevrilen Görseller

Şekil 2.1'deki görsel ve yapılan araştırmalar sonucunda sağlıklı ve sürdürülebilir bir beslenme için günde en az 5 porsiyon sebze ve meyve, bir miktar karbonhidrat, çeşitli yağlar, bitkisel süt ürünleri, tahıllar vb. gibi tüketilmesi gerektiği görülmektedir (*Plant-Based Health Professionals UK, 2019*). Şekil 2.3' de yapılan araştırmalarla bir öğün için tüketilen bitkisel sağlıklı besin tabağının görseli verilmiştir.



- Tabagınızın bir çeyreğini; pişmiş fasulye, mercimek veya tofu gibi bitkisel tabanlı protein kaynakları ile doldurun.
- Tabagın yarısını; havuç, brokoli, ıspanak, lahanas, yeşil fasulye, biber, kabak veya marul gibi nişasta içermeyen sebzelerle doldurun.
- Tabagınızın bir diğer çeyreğini; esmer pirinç, tam buğday makarna, kinoa, bulgur, mısır, bezelye, arpa, kavrulmuş buğday, amarant, 1 dilim tam tahıl ekmeği, 2 mısır tortillası veya 1 tam buğday tortilla gibi sağlıklı tahıllar ve nişastalar ile doldurun.
- Ayrıca, iyi beslenmek için her gün; 3 porsiyon meyve, bir küçük adet portakal, muz, elma veya 1 kupa kadar orman meyveleri ya da kavun,
- 2-3 kupa kadar badem, soya veya kenevir tohumu sütü gibi süt alternatifleri,
- Natürel sızma zeytinyağı, kanola yağı veya küçük bir avuç dolusu çerez gibi az miktarda sağlıklı yağlar tüketilmelidir.

Şekil 2.3. Bir Öğün İçin Tüketilen Bitkisel Sağlıklı Besin Tabagı (Kaiser Permanente, 2011)

Şekil 2.3'te bir öğün için tüketilen bitkisel sağlıklı besin tabağı verilmiştir. Yapılan bir diğer araştırmaya göre, bitkisel beslenmeye örnek olarak verilen bir tabak yukarıda verilmiştir. Buna göre bir tabağın 3'te 1'ini baklagillerin oluşturması gerektiği, bir diğer kısmı tahılların oluşturması gerektiğini ve tabağın 50%'lik kısmını ise sebze ve meyvelerin oluşturması gerektiği görülmektedir. Ek olarak beslenme içerisinde bitkisel olan yağların tüketilmesi, bitkisel süt ve süt ürünlerinin kullanılması belirtilmiştir (Kaiser Permanente, 2011).

Yukarıdaki gibi benzeri veya farklı alternatifleri ile düzenlenmiş bir vegan beslenme ile kardiyovasküler rahatsızlıklar, diyabet, kanser vb. gibi hastalıkların oranlarında vegan bireyler, hayvansal gıda tüketmekte olan kişilerle ve vejetaryenlerle kıyaslandığında daha düşük oranda rahatsızlanma olasılığı bulunmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda “yumurta tüketiminin de kardiyovasküler rahatsızlıkların artmasına, diyabet vb. gibi rahatsızlıkların artmasına olanak sağlamaktadır” (Bin Zhao, 2022). Bitkisel ürünlerin ve yumurta alternatifi gıdaların tüketimi, pişirilme biçimine göre daha sağlıklı olabileceği

gibi bu gıdaların tüketimi çeşitli rahatsızlıkların da oluşmasını önlemektedirler. Çünkü beslenmenin içerisine alınan sağlıklı yağlar, kuruyemişler, baklagiller, sebzeler ve meyveler ile diyabet riski azaltılabilmektedir (Pauly, Karlsen, Kelly, & Agarwa, 2022). Ek olarak yapılan araştırmalarda da kırmızı et gibi hayvansal gıdaların tüketimi kandaki glukoz oranını arttırdığı gözlemlenmiş olup, diyabet riskini arttırmaktadır. Ayrıca hayvansal gıdalar, yüksek früktozlu veya glikozlu vb. gibi beslenmeler de kalp rahatsızlıklarını yükselteceği gibi vücutta geri dönülmesi zor hasarlar verebilmektedir. Bunlardan bir tanesi olan koroner arter hastalığı kalbin damarlarından arterlerin daralması veya tıkanması vb. gibi rahatsızlıkların oluşması söz konusu olduğunda kolesterol gibi özellikle tüketime ve hareketliliğe dayalıdır. Ek olarak yapılan bir araştırma neticesinde bu hastalığa yakalanmış birinin, bitkisel beslenme uygulaması sonucu damarlarının tekrar normale döndüğü gözlemlenmiştir (Caldwell B. Esselstyn, Esselstyn, Gendy, & Doyle, 2014). Şekil 2.4'te ise bitkisel beslenme ile koroner arter hastalığının tersine çevrildiğini göstermektedir.



- Koroner anjiyografi distal sol ön inen arteri gösteriyor. (A). Kolesterol düşürücü ilaç kullanılmadan 32 ay bitki bazlı bir beslenme müdahalesinin ardından, arter normal konfigürasyonuna kavuştu. (B)

Şekil 2.4. Bitkisel Beslenme ile Koroner Arter Hastalığının Tersine Çevrilmesi

2.3.2.8. HAYVANSAL TÜKETİM VE GLOBAL HASTALIK

Hayvansal gıdaların tüketimi, birçok çeşitli hastalıkların ortaya çıkmasında etken nedenlerden bir tanesidir. Bireylerin bedenlerinde ortaya çıkan birçok kalıtsal hastalıkların nedenleri arasında gösterebilen ve bunun nedeninin ise tüketilmek için yetiştirilen hayvanların yaşam koşullarının kötü olmasına ve bu sebeple birçok çeşitli antibiyotiklerin verilmesine vb. gibi unsurların neticesinde de global etkili virüs benzeri bulaşıcı hastalıkların açığa çıkması örnek gösterilebilmektedir. Bu duruma ek olarak diyabet, kalp, obezite vb. gibi hastalıklar bahsedilebileceği gibi çeşitli geçmişte insanlığın yüzleştiği ve hâlâ yüzleşmekte olduğu domuz gribi, ıspanyol gribi, kuş gribi, covid vb. gibi virüsler söylenebilmektedir.

Bu hastalıkların ortaya çıkmasında büyük etkenlerden bir tanesi kötü şartlar altında yaşayan hayvanların, hastalıklara karşı dirençli olabilmesi için yoğun antibiyotik alması ve bu durumun hayvanların sistemini bozmasıdır. Kalkandelen (2021) diyor ki: *“İdrar, dışkı, irin ve kana bulanarak istiflenen hayvanlara, korkunç koşullara dayansın ve aynı zamanda da irileşsinler diye sürekli antibiyotik verildi”* (Kalkandelen, 2021). Bu durum hayvanların biyolojik yapısıyla oynamaktadır. Böylece hastalanmaması için sık sık antibiyotik alan hayvanların tüketilmesiyle hayvanın daha önce tükettiği gıdalar, antibiyotikler vb. gibi unsurlar hayvanın bedenine girmekte olup, bu hayvanı tüketen kişinin ise vücuduna girmektedir. Böylece kişi birçok hastalığa açık olabileceği gibi yaşamımızın içinde olan covid veya domuz gribi gibi endemik ve pandemik olarak global virüslere yol açmaktadır.

2.3.3. HAYVANSAL GIDA TÜKETİMİ VE EKOLOJİ

Dünya üzerinde gıdanın üretilmesi için birçok farklı kaynak kullanılmaktadır. Bu gıda bitkilerin ve tahılların yaşaması gereken doğal kaynaklar olabileceği gibi hayvanların doğumdan tüketilmek üzere yetiştirilirken ve kesilinceye kadar ki olan süreçte de birçok doğal kaynak kullanılmaktadır. Bu kaynaklar su, hava, toprak vb. gibi doğal kaynaklardır. Bu kaynaklar dünyanın geçmişten günümüze kadar olan sürecinde var olup, tükenmeye başladığı araştırmalar sonucu ortaya çıkmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2018).

Hayvansal ürün tüketimi ve bu tüketimin getirdiği talebin sonucunda ortaya çıkan hayvanların suni üreme yaptırılması, doğurtulması, beslenmesi ve kesimi ve ek olarak yumurta ve benzeri ürünlerinin de toplatılması gibi çeşitli hızlı bir zincir ağı bulunmaktadır. Bu süreçte hayvanların beslenmesi olarak çeşitli soya, tahıl vb. gibi bitkisel gıdalar kullanılmaktadır. Ayrıca bu hayvanların beslenebilmesi için yetiştirilmekte olan tarımsal oran çok fazladır. Bu yüzden hayvansal ete olan talebin karşılanması için yetiştirilmesi gereken hayvanların besleneceği bitkisel gıdaların üretimi ormansızlaşmaya, heyelan gibi doğal afetlere, tür kaybına neden olmaktadır. Yapılan araştırmaya göre; *“Yalnızca Brezilya’da, Avrupa’daki hayvanlar için soya fasulyesi yetiştirilmesi 5,6 milyon dönüme eşdeğer arazi kullanılıyor”* (David Carfi, 2017). Bu derece büyük arazi kullanımının getirisi olarak tür kaybı, ekonomik daralma vb. gibi sonuçlara neden olmaktadır. Sadece hayvan talebini karşılamak için olan yetiştiricilik için kullanılan kaynaklar nedeniyle buna benzer durumlar yaşanabiliyorken, vegan olan bir bireyin, hayvansal gıda tüketen bir kişiye göre daha az kaynak kullandığı anlaşılabilmektedir. Böylece çevreye verilen zarar daha az indirgenmiş olmaktadır.

2.3.3.1. HAYVANSAL GIDA TÜKETİMİ

Hayvansal gıda tüketimi *“EPA’nın ılımlı tahminleri tavuk, domuz ve sığır dışkısının şimdiden yirmi iki eyaletteki 56.000 kilometrelik nehri kirlettiğini gösteriyor (karşılaştırma açısından, dünyanın çevresinin yaklaşık 40.000 kilometre olduğunu belirtmeli)* (Foer J. S., 2021). Bu durum hem hastalıkların çoğalmasına ve insanların rahatsızlanmasına hem de ekolojik tahribata yol açmaktadır. Çünkü yapılan araştırmalara göre domuz gibi çeşitli hayvanların dışkılarında *“amonyak, metan, hidrojen sülfid, karbonmonoksit, siyanür, fosfor, nitrat ve ağır metaller”* bulunduğu gibi *“ayrıca dışkı, insanları hasta edebilecek salmonella, kristosporidium, streptokok ve giardia dahil yüzden fazla mikrobik patojene yataklık ediyor”* (Foer J. S., 2021). Bu nedenle birçok bakterilerin çevreye saçılması ile çiftliklerin ve fabrikaların çevresinde yaşamını sürdüren bireylerin hastalanma oranları artmaktadır. Ek olarak bu hastalıklar yalnızca yakın çevreyle kalmayıp, dünyayı etkileyen bir hal almaktadır.

2.3.3.2. SERA GAZI

Hayvansal tüketimin ekolojik olarak büyük ölçüde etkilediği bir diğer unsurlardan bir tanesi ise sera gazı, metan gazı vb. gibi unsurlardır. *“BM’ye göre çiftlik hayvanlığı sektörü, sera gazı emisyonunun yüzde 18’inden sorumlu; bu, tüm ulaşım sektörünün - araba, kamyon, uçak, tren ve gemiler- birleşiminden aşağı yukarı yüzde 40 daha fazladır. Hayvan yetiştiriciliği, insan kaynaklı metan gazının yüzde 37’sinden sorumludur”* (Foer J. S., 2021). Bu durum hayvancılığın çevreye olduğu gibi insanlara ve hayvanlara da uzun ve kısa vadede zarar vermektedir. Oxford Üniversitesi tarafından yapılmış olan bir başka araştırmaya göre; *“bir bardak hayvansal süt üretmek, herhangi bir bitkisel süt üretmeye oranla neredeyse 3 katı sera gazının ortaya çıkmasına neden olurken, 9 katı arazi kullanımına yol açıyor”* (Kalkandelen, 2021). Sadece hayvansal bir gıda olan sütün üretilmesi ile ortaya çıkmakta olan sera gazı dünya üzerinde yaşayan canlılar ve iklim için önemli olan kritik bir faktördür. Ek olarak sera gazlarının karbondioksit olarak tanımlanmasına karbon ayak izi denilmektedir. Kişilerin, ülkelerin ve birçok sektörün karbon ayak izine dikkat edilmesi ve karbon ayak izinin fazla olması karşılığında dünyaya karışmakta olan karbondioksit gazı tehlikeli olabilmektedir.

2.3.3.3. İKLİM DEĞİŞİKLİĞİ

İklim değişikliği ve çevresel bozulmanın en büyük unsurlarından bir tanesi olan hayvansal gıdaya olan talep ve bu talebi karşılamaya yönelik üretim *“Worldwatch Enstitüsü tarafından yayımlanan Besi Hayvanları ve İklim Değişikliği başlıklı raporda, endüstrinin tüm yaşam döngüsü ve tedarik döngüsü göz önünde bulundurulduğunda, hayvancılığın, yıllık toplam sera gazı emisyonlarının yüzde 51’inden sorumlu olduğu açıklanmıştır”* (Hawthorne, 2019). Bu yüzden iklim değişikliğini etkilemekte olan hayvansal gıdaya talep önem taşımaktadır. Çünkü Kalkandelen’e göre; *“Bir inek, yılda 70 ile 120kg arasında metan gazı ürettiyor. Metan gazı, karbondioksit gazı gibi bir sera gazı ve iklim üzerindeki etkisi karbondiokstten 23 kat daha fazla. Dünyada yaklaşık 1,5 milyar geniş getiren hayvan var ve bunlar yılda yaklaşık 2 milyar metrik ton*

karbondioksit eř değer salıma neden oluyor” (Kalkandelen, 2021). Bu oranların yalnızca bir inek için olduğu ve diğer hayvanların da dūřınılduęunda, hayvansal gıdaya olan talebin karşılanması için yetiştirilmekte olan hayvanların da yaymakta olduğu sera gazları önemli boyutlarda olduğu anlaşılmaktadır.

2.3.3.4. KURAKLIK

Tüm bu unsurlara ek olarak doğal kaynaklardan bir tanesi olan suyun fazla kullanımı, hava sıcaklığı ile oluşan kuraklık önem teşkil etmektedir. Çünkü sanılanın aksine hayvansal gıdaların üretimi ve çiftlikler gibi fabrikalar, yoğun miktarda su tüketmektedir. Kalkandelen (2021) diyor ki: *“Tek bir hamburgeri üretmek için ne kadar su harcanıyor dersiniz? 2500 litre. Bu, iki ay boyunca duş almaya yetecek kadar su anlamına geliyor. Et ve süt endüstrileri, dünyadaki temiz suların 1/3’ünü kullanıyor. Amerika’da evlerde kullanılan su %5 oranında iken, hayvancılık %55’ini kullanıyor”* (Kalkandelen, 2021). Bu oranın yüksek olması içerisinde insanların, hayvanların vb. gibi canlıların yaşadığı gezegen için doğal kaynak olan suyun tükenmesine ve böylece kuraklığın ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Tablo 2.4’te hayvansal gıda üretiminin ve tüketiminin ekolojik nedenlerini gösteren tablo hazırlanmıştır.

Tablo 2.4. Hayvansal Gıda Üretiminin ve Tüketiminin Ekolojik Nedenleri (Foer, 2021; Hawthorne, 2019; Kalkandelen, 2021)

Hayvansal Gıda Üretiminin ve Tüketiminin Ekolojik Nedenleri
Ormansızlaşma
Kuraklık
İklim değişikliği
Tür kaybı
Kaynak azalması
Karbon ayak izi
Gıda eşitsizliği

2.4. LİTERATÜR TARAMASI

Yöktez üzerinden arama kısmına “veganlık” yazılıp, aranacak alanın tümü seçildiğinde 71 adet tez çıkmaktadır. Bu tezler genellikle beslenme, sağlık, gıda mühendisliği, sosyoloji, biyoteknik, antropoloji, turizm, halk sağlığı, iletişim bilgileri, güzel sanatlar, halkla ilişkiler ve reklamcılık, felsefe, din, işletme, aile hekimliği, vb. gibi alanların dahil olduğu çalışmaları ele almaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda vegan restoranların sunumları bağlamı alınarak incelendiğinde kaynaklar yetersiz kalmaktadır.

Vejetaryenliğin motivasyon, değer ve inanışları ve bunların mekânlara yansımaları: İstanbul’da nitel bir çalışma adlı tez incelenmiştir. Tezin amacı Kurt (2019)’a göre, *“katılımcıların vejetaryenliği tercih etmelerinde etkili olan motivasyonlara ulaşarak, bu motivasyonlar ve vejetaryenlikle ilişkili değerler ile bunların mekânlara yansımaları arasındaki ilişkiyi tartışmaktır”* (Kurt, 2019). Tez araştırması sırasında kişilerin algıları, bakış açıları vb. gibi unsurlar hakkında bilgi edinilebilmek için nitel araştırmada etnografik yöntem kullanılmıştır. Tez’de *“örneklem olarak 8 vejetaryen/vegan mekân sahibi, 9 vejetaryen/vegan tüketici ve fiziksel olarak toplamda 12 mekân oluşturulduğu gözlemlenmiştir”* (Kurt, 2019). Toplanan verilerin katılımlı gözlem, yarı-yapılandırılmış görüşmeler, alan notları ve fotoğraflar aracılığıyla toplandığı belirtilmiştir. Veri analizi için temel sınıflandırma analizi olarak kodlama uygulandığı belirtilmiştir. Analiz için kolaylık sağlaması bakımından *“Doctools ExtraData”* kullanıldığı belirtilmiştir. Bu çalışmaların sonucunda varılan sonuçlar arasında; sağlık motivasyonlarının mekânlarda *“menü içerikleri”, “fiyatlar” ve “uygulamalar”* bağlamında farklılık yarattığı gözlemlenmiştir. Etik motivasyon ve değerler mekânlarda *“hayvanlar için alan sağlama”* ve *“hayvanlar için maddi destek”* olduğu görülmüştür. Kurt’a göre, katılımcıların ise *“ifade özgürlüğü”, “homofobi karşıtlığı”, “türcülük karşıtlığı”, “çevresel riskler” ve “hoşgörü”* gibi temaların bağlamında ifade ettikleri demokratik ve evrensel değerlerin mekânların çeşitli uygulama ve dekorasyonlarıyla görüldüğü belirtilmiştir (Kurt, 2019). Kurt’un ulaştığı sonuca göre, *“bireysel açıdan ulaşılan vejetaryenliğin motivasyon ve değerlerin, kullanıcı – mekân ilişkisi bağlamında mekânlara yansıdığı bulunmuştur”* (Kurt, 2019).

Restoran çalışanlarının vegan – vejetaryen beslenmeyle ilgili bilgi düzeyleri ve tutumlarının ölçülmesi adlı tez çalışması incelenmiştir. Tezin amacı Yılmaz’a göre, *“Türkiye’deki yiyecek-içecek sektöründe çalışanların vegan/vejetaryen beslenme tarzına yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır”* (Yılmaz, 2021). Buna ek olarak *“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 çıkılarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından arz etmektedir”* (Yılmaz, 2021). Bu araştırma için veri toplama tekniği olarak anket kullanıldığı belirtilmiştir. Elde edilmiş olan veriler de bağımsız örneklem t-testi, ANOVA ve Açımlayıcı faktör analizi (AFA) ile analiz edildiği, Yılmaz tarafından belirtilmiştir. Çalışmanın araştırma evrenini, Türkiye’de yiyecek/içecek sektöründe hizmet veren işletmelerin personellerinin oluşturduğu belirtilmiştir (Yılmaz, 2021). Ek olarak araştırma evreni İstanbul olarak belirtilmiştir. Örneklem için İstanbul’daki yiyecek/içecek sektöründe çalışan sayısı tam olarak bilinemeyeceğinden yapılan araştırmalar gereği örneklem büyüklüğü 284 olarak belirtilmiş, örneklem seçiminde kasti örneklem kullanılarak on-line anket uygulanmıştır (Yılmaz, 2021). Bu araştırmaların sonucunda Yılmaz tarafından ulaşılan sonuca göre, *“yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personellerin vegan/vejetaryen beslenmeye yönelik temel bilgi düzeylerinin kısmen yeterli olduğunu göstermektedir”* (Yılmaz, 2021).

BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ ve METODOLOJİ

3.1. MATERİYAL ve METOD

Tezin araştırma konusu olarak İstanbul’daki vegan restoranların sunum şekillerinin incelenmesi üzerine araştırma yapılmıştır. Buna göre evren Türkiye’nin bir ili olan İstanbul seçilirken, örneklem İstanbul’daki vegan restoranlar üzerine oluşturulmuştur. Böylece örnekleme olarak öncelikle Türkiye’deki ve İstanbul’daki vegan restoranların

sayıları HappyCow.net adlı web sitesi üzerinden araştırılmıştır. Buna göre Türkiye’de 2023 yılında 64 adet vegan işletme, İstanbul’a ise 29 adet vegan işletme bulunmaktadır (HappyCow, tarih yok). Bu 29 işletme arasında bazı işletmelerin ikinci şubelerinin de bulunması sebebiyle 26 vegan işletme denilebilmektedir.

Örneklem belirlenirken olasılığa dayalı örneklem seçilmiş olup, örneklem seçiminde amaçlı rastgele örneklem belirlenmiştir. Çünkü rastgele örneklemeye göre; *“bu yeni örneklem, rastgele örneklem ile belirlenen durumlardan daha zengin verilere ulaşabilmek ve araştırmanın inanılabilirliğini arttırabilmek için yapılmaktadır* (Baltacı, 2018).

3.1.1. ARAŞTIRMANIN EVRENİ ve KISITLILIĞI

Örneklem seçiminde İstanbul’da bulunan 26 vegan işletme arasından falafelciler hariç tutulmak istenmiştir. Bunun sonucunda 23 adet vegan işletme ortaya çıkmıştır. Fakat araştırma sırasında bazı restoranlar araştırmaya katılmak istemediklerini, etik koşullar gereği rıza alınması gerektiğinden oluşturulan imza belgesinin imzalanmak istememesi veya nazik olmayan tavırlarla olumsuz karşılandığı için yalnızca 11 restoran araştırmaya katılmış ve imza onayı alınmıştır. Araştırmada vegan işletmecilerle nitel araştırma yöntemlerinden biri olan yüz yüze (Yarı yapılandırılmış görüşme) görüşme yapılacaktır. Böylece hem açık uçlu hem de önceden belirlenmiş sorularla derinlemesine bilgi alınarak gerekli sonuca ulaşmak amaçlanmıştır. Yapılan görüşmeler sonrasında içerik analizi yapılarak cevaplar taranmış olup araştırma soruların cevap olabilecek bir sonuca varılmıştır. Araştırmaya 23 vegan işletme dahil edilmek istenmiştir fakat yukarıdaki sebeplerden ötürü yalnızca 11 işletme araştırmaya katılmıştır. Bunlar tablo 3.1’de yarı yapılandırılmış görüşme yapılan işletmeler olarak gösterilmiştir.

Tablo 3.1. Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yapılan İşletmeler

Yarı Yapılandırılmış Görüşme Yapılan İşletmeler
MAHATMA CAFE (KADIKÖY) 26.05.2023
VEGANARSİST (KADIKÖY) 26.05.2023
LİMONİTA VEGAN KASAP (KOZYATAĞI) 27.05.2023
ETHIQUE PLANT BASED (GÖZTEPE) 28.05.2023
VATKA COFFEE & VEGAN GOODS (KADIKÖY) 28.05.2023
ASIAN VEGAN KITCHEN (BEYOĞLU) 29.05.2023
Bİ NEVİ DELİ (ETİLER) 30.05.2023
VEGAN MASA (BEŞİKTAŞ) 30.05.2023
VEGAN DÜKKAN LOKANTA (BEYOĞLU) 30.05.2023
KAFENASANAT (BEŞİKTAŞ) 31.05.2023
VEGAN ISTANBUL (BEYOĞLU) 30.05.2023

Tablo 3.1’de görülmekte olan işletmelerin her birine gidilerek yarı yapılandırılmış görüşme tekniğine göre sorular sorulmuştur. Yapılan literatür araştırmalarında tezlerde işletmelerin adları verilmiş olduğu için bu tezde de işletmelerin adları verilmiştir (Kurt, 2019).

3.2. İŞLETMECİLERE SORULAN SORULAR

1. Adınız ve soyadınız nedir?
2. Yaşınız nedir?
3. Nerelisiniz?
4. Neden vegan oldunuz?
5. Neden vegan işletme açmayı tercih ettiniz?
6. İşletmenin konumu olarak neden burayı seçtiniz?
7. İşletmenizde sadece vegan ürünler mi sunuyorsunuz yoksa vejetaryenlere yönelik ürünleriniz de mevcut mu?
8. İşletmeniz menüsünün kalem sayısı sizce yeterli midir? Daha fazla arttırmayı düşünüyor musunuz?
9. İşletmenize gelen misafirler menüyü detaylı bir şekilde inceleyip, size menü hakkında detaylı soru soranlar oluyor mu?

10. İşletmenize gelen misafirler ürünlerinizden memnun mu?
11. İşletmenize vegan olmayan (navegan) müşteriler geliyor mu? Ek olarak ürünleri denedikten sonra ürünlerin vegan olup olmadığını anlayabiliyorlar mı?
12. İşletmenizde sunduğunuz tabakların görselliği sizin için yeterli midir?
13. Bu sunumlar bağlamında müşterilerinizden geri dönütler oldu mu? Örnek verir misiniz?
14. Hayvansal gıda satan restoranlara kıyasla kendi işletmenizi kıyasladığınızda ürünlerinizin sunum biçimleri hakkında yorumlarınız nedir?
15. İşletmenizin sunumlarını değiştirmeyi düşünüyor musunuz? Fine dining sunumlar oluşturmayı düşündünüz mü?
16. Sizce sunduğunuz ürünlerin besin değerlerini bir birey için uygun buluyor musunuz?
17. İşletmenize gelen misafir kitlesini nasıl tanımlarsınız?

İşletmecilere 17 adet soru sorulmuş olup, alınan cevaplar ses kaydı yöntemiyle kaydedilerek daha sonra tekrar tekrar dinlenip, gerekli inceleme yapıldıktan sonra bir sonuca varılmıştır. Sorular yapılan araştırmalar gereği ortaya çıkmıştır. (Kurt, 2019) Ek olarak işletmecilerin ve işletmelerin adları ve harfler kullanarak ayırt edilmesi kolaylaştırılarak tablo 3.2’de gösterilmektedir.

Tablo 3.2. İşletmeciler ve işletmelerinin adlarının harf halinde kısaltılması

İşletmeciler ve İşletmelerinin Adları	Harfler
Asian Vegan Kitchen / Şeyma Arslan	A
Bi Nevi Deli / Mine Güleler	B
Ethique Plant Based / Gizem Merve Demir	C
Kafenasanat / Funda Demirtaş	Ç
Limonita Vegan Kasap / Deniz Yoldaç	D
Mahatma Cafe / Sait Biliz	E
Vatka Coffee and Vegan Goods / Yunus Emre Gök	F
Vegan Dükkân Lokanta / Tarkan Aparı	G
Vegan İstanbul / Havva Süzgün	Ğ
Veganarsist / Emre Aydoğan	H
Vegan Masa / Funda Gülözdem Potur	I

BÖLÜM 4. BULGULAR ve SONUÇLAR

4.1. YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME SIRASINDA SORULAN SORULARIN İŞLETMECİLER TARAFINDAN CEVAPLARI

Sorulan sorular materyal ve metod kısmında olup, aynı sıralamayla işletmecilerin cevapları yazılmıştır.

4.1.1. Adınız ve soyadınız?

- A) Şeyma Arslan
- B) Mine Gülenner
- C) Gizem Merve Demir
- Ç) Funda Demirtaş
- D) Deniz Yoldaç
- E) Sait Biliz
- F) Yunus Emre Gök
- G) Tarkan Aparı
- Ğ) Havva Süzgün
- H) Emre Aydoğan
- I) Funda Gül Özdem Potur

4.1.2. Yaşınız nedir?

- A) -
- B) 34
- C) 19
- Ç) -
- D) -
- E) 50
- F) 32
- G) 54
- Ğ) 58
- H) 41
- I) 33

4.1.3. Nerelisiniz?

- A) -
- B) Mersin
- C) Karadeniz
- Ç) -
- D) -
- E) Bingöl
- F) Adana
- G) İstanbul
- Ğ) İstanbul
- H) İstanbul
- I) Gaziantep

4.1.4. Neden vegan oldunuz?

- A) Gıda tüketiminde ve diğer unsurlarda hayvanların katledilmesine ve ekolojik olarak fosillerden kaynaklı küresel ısınmayı etkileyip, ozon tabakasının da delinmesine neden olabileceği gibi birçok nedenden ötürü vegan oldum. 1 sene önce vegan oldum.
- B) Vegan değilim fakat veganlığa çok yakınım. 6-7 senedir bu işle ilgileniyorum bu yüzden artık seçimlerime ister istemez dikkat ediyorum. Çok asgari oranda hayvansal gıda tüketiyorum. Fakat hala kullanılan temizlik malzemeleri gibi ürünler maalesef vegan değil.
- C) 2 yıldır veganım. Çevrem gereği veganlığın içerisindeydim. Kedi, köpek gibi hayvanların canları ve duyguları varken tükettiği hayvanlarında duygularının olduğunun farkına varmasıyla beraber vegan oldum. Bir noktada aktivizm yapabilmek için kendimi geliştirdim. İşin daha çok hayvan kısmıyla ilgiliyim.
- Ç) Vegan değilim.
- D) Vegan besleniyorum. Hayatım boyunca da vejetaryen beslendim.
- E) Ekolojist ve aktivistim. Hayvansal gıdalar olmadan da yaşanılabilirliğinin bilimsel gerçekliğini öğrendikten sonra “neden hayvan yiyoruz?” gibi bir sorgulama geçirdim. Köyden geldiği için zamanında hayvan tüketmek zorundayım şeklinde bir algım vardı. Daha sonra bilimsel olarak desteklenince ilk olarak vejetaryen oldum. Fakat internetin yayılması ve araştırmalarımın bilimsel gerçekleri öğrendiğimde vegan oldum.
- F) Eninde sonunda her şeyin buna evrileceğini düşünüyorum.
- G) 16 yıldır veganım. Hayvanların yaşam haklarını savunuyorum ve hayvanlarında birer hissedebilen canlı olduklarının bilincindeyim. Başta vejetaryen olup sonra vegan oldum.
- Ğ) Veganım. Etik sebeplerden ve sağlık nedenlerinden dolayı 20 yıldır vegan olarak yaşıyorum.

- H) Vegan işlemeye başlamadan evvel vejetaryendim. Sonra vegan beslenmeye döndüm. Yaşamımda kendime vegan diyemem sadece veganlık felsefesine uygun besleniyorum.
- I) 7 yıldır veganım. Sokaktaki hayvanları beslemeye başladıkça ve sokak hayvanları beslerken, tükettiği hayvanların da canı olduğunu farkına varmamla vegan oldum. Ayrıca sütün, yumurtanın da hayvanların yaşamlarına bir müdahale olduğunu anlamamla vegan olmam pekişti.

4.1.5. Neden vegan işletme açmayı tercih ettiniz?

- A) Hali hazırda iş arıyordum. Böyle bir işletmenin ihtiyaç olması ve evime yakın olması gibi hususları da göz önünde bulundurduğumda bu işletmeyi açtım. Ayrıca burası Türkiye'nin ilk Asya temalı vegan restoranıdır.
- B) 8 yıldır vegan olan iki ortak vegan patronun, vegan restoranların sınırlı olduğunu farkına varması ve insanlara alternatif sunmak üzere tasarlanan bir fikir oluşturdular. Başta Karaköy'de olan mekân sonrasında Etiler'e taşınıyor. Karaköy'deyken vejetaryen olan mekân, Etiler'e geçtiğinde tamamen vegan oluyor. Personel yemeklerini de bizler yapıyoruz ve tamamen bitkisel bazlı ürünler kullanılıyor.
- C) Ethique, temmuz ayında açıldı. Aslı hanım Özyeğin Üniversitesi'nden mezun ve pastacı. Ethique Plant Based 3,5 yıllık bir çalışma sonucu açıldı.
- Ç) İşletme ilk açıldığında vegan mekândan ziyade sanat merkezi olarak açıldı. Çünkü çok fazla şiddetin olduğu yerde sanata dokunmak istedim. Fakat maddi kaygılar nedeniyle cafe ve restoran kısmını ekledik. Pandemiyle de odağımız bu yönde ilerledi. Önce vegan, vejetaryen bir mutfakken 3-4 yıl önce de %100 vegan mutfığa dönüştürüldü.
- D) Vejetaryen olduğum için kendimde yemek yiyebileceğim ve benim gibi insanların da rahatça tüketebileceği ve vakit geçirebileceği bir yer olsun istedim. Zaman içerisinde vegan market açıldı ve ilerledi. Başta %80 vegan, %20 vejetaryen iken, gelen müşterilerden veganlığı öğrenip, 3-4 ay sonra da vegan işletme olduk.

- E) Türkiye'nin ilk vegan cafe/restoranıyız. 9 yıl önce haziran ayında açıldık. Bunun asıl sebebinin ise o yıllarda vegan insanların "ne yiyeceğiz?" sorusuna cevap olmak istediğim için açtım.
- F) Veganken mevcut işletmeleri yeterli bulmadım ve işsiz kalınca da burayı açtım.
- G) Vegan market 19 yıldır açık. Vegan Dükkân Lokanta ise 1 sene oldu.
- Ğ) Aklıma geldi. Vegan yaşamın ne kadar sağlıklı ve ucuz olabildiğini göstermek için ve küçük bir yer açmak istemem üzerine açıldı.
- H) Eski bankacıydım. İşten ayrılıp bir firmadan franchising aldım. O zamanlar hayvansal gıda tüketiyordum. Fakat 1 yıl sonra arkadaşımın dürtmesiyle önce vegan burger yaptım sonra da diğer ürünler de gelmeye başladı. Et restoranında önce vegan yemekler yaparken sonra kendim vejetaryen oldum. Bu süreçte de yiyemediğim, tutamadığım bir şeyi satmak etik gelmedi. Sonra da %100 tamamen vegan restoranı açtım.
- I) Tüm ailem restoran işletmesine sahip. Bu yüzden tüm ailem yemek etrafında dönüyor. Sürekli yemek hakkında konuşuyoruz. Önceden İngilizce öğretmeniymen mesleği bırakıp, 2 yıldır bu işletmeyi yönetiyoruz. Kendi evimizde bitki bazlı üretimler yapıyorduk ve arkadaşlarımızın da desteği ile bunu işletmeye döktük.

4.1.6. İşletmenin konumu olarak neden burayı tercih ettiniz?

- A) Konumu kendi evime yakın olması nedeniyle seçtim.
- B) Etiler'de paket servisi göreceli olarak daha kolay ve işimizin büyük bir kısmı paket servis üzerine ilerliyor. İşletmenin de ana caddeden bir tık uzak olması işletmeye ayrı bir hava katıyor.
- C) İlk olarak imalathane açılırken sonrasında ilk şubenin de imalathaneye yakın olması düşünülmüş bunun üzerine yan dükkân seçildi.
- Ç) Bir nedenim yok zaten bu bölgede yaşıyorum.
- D) Açılan restoranlarda da palmye olması beni çok cezbetti ve bu yüzden böyle karar kıldım. Kozyatağı şubesi benim için duygusal bir süreç oldu.

- E) Mekânı açmadan evvel burası boştu ve bu bölgede yaşıyordum. Şimdilerde de merkezi olması cabası oldu. Başta mekânı iki arkadaş açmaya karar verdi fakat anlaşmazlıklar yaşamaya başladıklarında mekânı bana devretmeyi teklif ettiler. O zamanlar vegan bir restoran değilken ben vegan restorana çevirdim.
- F) Kadıköy merkezi olduğundan ve büyüyeceğini düşündüğümünden dolayı Kadıköy'ü seçtim.
- G) Şansa olduğunu ve birazda merkezi konum olmasından dolayı seçtim.
- Ğ) Kendi semtim ve tanıdığım çevrem burada olduğu için ve kolayca ulaşılabilecek bir yer olduğundan dolayı burada açtım.
- H) İlk açılan Veganarsist Nişantaşı'ndaydı. Sonra ikinci şubeyi Kadıköy'de ve üçüncü şubeyi franchising vererek Balat'ta açtık. İlk franchising veren vegan restoran olarak geçiyoruz. Zamanla binadaki problemler nedeniyle Nişantaşı'ndaki restoranı kapattık. Şu an yeni şube için yer bakıyoruz. Bu lokasyonları seçmemim nedeni ise merkezi, turist ve insanların yoğun olduğu yerler olmasından dolayı. Navegan insanlar dahi geliyor ve %20 oranla bir kitle oluşturuyorlar.
- I) Beşiktaş, Çarşı merkezi bir konum olması gereği ve genellikle açılan tüm vegan restoranların hep Kadıköy'de olup burada bulunmaması üzerine bir tercih yaparak burada açmak istedik. Açtığımız ilk cumartesi kapımızda sıra vardı.

4.1.7. İşletmenize sadece vegan ürünler mi sunuyorsunuz yoksa vejetaryenlere yönelik ürünleriniz de mevcut mu?

- A) Sadece vegan ürünleri kullanıyoruz. Süt ve süt ürünleri dahi kullanmayıp, vejetaryenleri de kapsayan hayvansal gıda içerikli bir ürün kullanmıyoruz. Her şey bitki bazlı.
- B) Sadece vegan ürünler bulunuyor. İnsanların tercih etmesinin asıl sebebi de bu. Çünkü gelen müşteriler akıllarında soruların olmayacağı tamamen vegan, bitkisel ürünlerin kullanıldığını biliyorlar.
- C) Tüm ürünler vegandır.

- Ç) Eskiden vejetaryen ürünler de söz konusu iken 3-4 yıl önce tamamiyle vegan menüye geçtik.
- D) İlk 3-4 ay vejetaryen olarak ilerledik fakat sonra tamamen vegan olduk. Eskiden menüde vegan yoğurtlu falafel varken, hayvansal yoğurtlu falafel de bulunuyordu ama artık yoklar.
- E) Sadece vegan ürünler bulunmaktadır. Başlarda sadece vegan ürünler olmaz batarsın şeklinde yorumlar alıyordum ve ön yargı vardı.
- F) Sadece vegan ürünler sunuyorum.
- G) Sadece vegan ürünlerimiz mevcut.
- Ğ) Sadece vegan ürünlerimiz mevcut.
- H) Ürünlerimiz %100 vegandır. Vejetaryen bir ürün bulunmamaktadır. Aksi taktirde mantığa uymuyor.
- I) Tamamen vegan bir işletmeyiz. Ekibimiz 14 kişi ama 5 kişi vegan besleniyor. Yenilen personel yemeği dahi bitki bazlı hazırlanıyor. Asla hayvansal gıda sokmuyoruz.

4.1.8. İşletmenizin menü içeriği sizce yeterli mi? Daha fazla arttırmayı düşünüyor musunuz?

- A) İşletmenin kalem sayısı geliştirilebilir. Son zamanlar da tatlı seçeneği de sunmaya başladık fakat şu anlık ürün sayısını yeterli buluyorum. Menüü oluştururken Nepal gibi mutfaklardan esinlendik. Bunun sebebi hayvansal gıdaların az ama bitkisel gıdaların daha çok olmasıdır.
- B) Daha fazla arttırmayı düşünmüyoruz. Menüü hazırlarken “her yemeğin bir alternatifi var mı?” şeklinde soruyla yola çıktık. Glutensiz beslenen birey için glutensiz ürünler, paleo beslenen birey için ona uygun ürünler gibi ürünlerimiz mevcut. Bu yüzden kalem sayısını yeterli buluyorum. Aynı zamanda müşterilerin bizim için geri dönütleri çok önemli.
- C) Başlarda sıcak mutfak seçeneği yoktu. Sadece tatlılar, kruvasanlar, makaron, çikolata ve ekmek çeşitleri bulunuyordu. Zamanla menü gelişip, kalem sayısı arttı.

- Ç) Fazla bile buluyorum. Doğulu bir insanım ve ailem hayvancılıkla ilgileniyorum ve böyle bir gelenekten geldim. Fakat evrene değer katmaya çalışıyorum. Bu durumu sanattan ele almaya çalışıyorum. Fakat restoran olarak gelen dönütlerle de menü şu anki güncel halini aldı.
- D) Menümüz tamamen geniş buluyorum. Tantuni eti üretip sadece tantuni de kullanıyoruz. Diğer ürünlerle karıştırmıyoruz. Bazı ürünleri de dönemsel olarak yapıyoruz. 2-3 ay menüye alıp sonra dönemi bitince çıkarıyoruz.
- E) İlk açıldığımız zaman kalem sayısı 30'dan fazlaydı. Tüm kaynaklar ve ham maddeler doğal yerlerinden geliyordu. Bu işletmeyi laboratuvar olarak kullandım. Sürekli yeni şeyler denedim. Vegan pasta, vegan baklava gibi. Fakat zamanla insanlar daha hızlı tüketim yapmak istedikleri için yavaş yavaş menüyü azalttım.
- F) Sadece vegan ürünler sunuyorum.
- G) Yeterli buluyorum ve zaman zaman 1-2 kalem ekleyip, çıkardığım oluyor.
- Ğ) Türk mutfağı çalışıyorum ve mevsimsel olarak menü değişiklik gösteriyor.
- H) Ürünler içerisinde iki yüze yakın çeşit bulunmaktadır. Bunlara örnek vermek gerekirse vegan baklava, vegan yoğurt denilebilir.
- I) Her iki veya üç ayda bir var olan menüye, mal tedarikine, ekipçe de karar verilerek 2-3 kalem ekleniyor. Açılalı 1,5 yıl geçti ve bakıldığında menü 4-5 katına çıktı.

4.1.9. İşletmenize gelen misafirler menüyü detaylı bir şekilde inceleyip, size menü hakkında detaylı sorular soruyorlar mı?

- A) Çok sorular soruyorlar. Hatta bazen bazı yemeklerin tarifleri dahi sordukları oluyor.
- B) Çok sık soru soruyorlar. Çünkü müşterilerin dahi bilmediği ürünler veya pişirme teknikleri kullanabiliyoruz.
- C) Gelen misafirler sorular sorup merak ettiklerinden bahsediyorlar. Özellikle gıdaların bu kıvamı nasıl verebildikleri soruluyor.
- Ç) Gelen müşterilerin geri dönütleri sayesinde menü şu anki halini aldı.

- D) Evet. Özellikle ilk geldiklerinde neyden yapıldığını ve içeriğini soruyorlar. Bu tip sorularla da işletmecinin misafirin neyi sevip sevmediğini anlayabiliyor. Böylelikle doğru ürünü önerebiliyoruz. Katkı maddesi olup olmadığını soruyorlar. Ayrıca fiyat bakımından diğer vegan restoranlara kıyaslandığımızda iyiyiz.
- E) Başlarda tereddütle yaklaşıyorlardı.
- F) Yeterli sirkülasyon olduğu takdirde arttırmayı düşünüyorum ama şu anki durum için yeterli buluyorum.
- G) Evet, soruyorlar. Öncelikle vegan olup olmadığını ve bazı kişilerinde alerjiler üzerine sorular soruyorlar. Yabancı müşteriler ise ürünü tanımadıkları için sorular soruyor.
- Ğ) Evet, soruyorlar. Müşterilerin %80'i yabancı olduğundan dolayı bilgi veriyorum.
- H) Evet, sordukları oluyor.
- I) Çok sık karşılaşıyoruz. Özellikle “bize ne önerirsiniz?” şeklinde soru yöneltiyorlar. Bu yüzden masada menüyü anlatmaya yoğun vakit harcadığımız için mekânda 13 masa olup maksimum 40 kişi kapasiteli bir alanda 4 garsonla çalışması zor denilebilecek kadar vakit alıyor.

4.1.10. İşletmenize gelen müşteriler ürünlerinizden memnun mu?

- A) Evet, oldukça memnunarlar.
- B) Memnunarlar. Paketli ürünler de yapıyoruz. Örnek olarak yoğurt veya peynir alternatiflerimiz bulunuyor.
- C) Gelen müşterilerden olumlu yorumlar alınıyor. Veganlar bir noktada hürmal barlar yemekten bıktı. Ethique Plant Based ilk Fransız temalı vegan pastane.
- Ç) Çok memnun olduklarını dile getiriyorlar.
- D) Evet, oldukça memnunarlar.
- E) İnsanlar genel olarak memnun kalıyorlar. Fakat insan profilleri çok farklı. Başlarda tereddütlü yaklaşıyorlardı. Müşterilerin yaş kriteri dahi etkiliyor.
- F) Olumlu sık sık geri dönütler alıyorum.

- G) Genellikle memnunlar. Neredeyse tamamı beğeniyor.
- Ğ) Geneli memnun olduğunu ve Google yorumlara da bakabilirsiniz. Fakat 10 kişi arasından 1 kişi kötü yorum yapıyor ama herkesi memnun edemem.
- H) Ürünlerden memnunlar ve bir marka yarattığımızın farkındayız.
- I) Google'a baktığımızda aldığımız puanın 500+ puanda bile 4.9 şeklinde bir oranımız bulunuyor. Müşteriler çok memnun. Her şeyi her gün taze şekilde üretiyoruz bu da yemeğin lezzetini çok etkiliyor. Öyle ki akşam 20:00, 21:00 gibi menünün yarısı bitmiş oluyor. Menü de biten bir ürünü o gün bitmiş olarak sayıyoruz. Müdavim olan birçok misafirimiz mevcut.

4.1.11. İşletmenize vegan olmayan (navegan) müşteriler geliyor mu? Ek olarak ürünleri denedikten sonra ürünlerin vegan olup olmadıklarını anlayabiliyorlar mı?

- A) Evet. Asya mutfacı üzerine olduğumuz için Asyalı insanlar çok sıklıkla geliyorlar. Bu yüzden yabancı müşteriler daha fazla. Ek olarak çoğu insanın ise Google Maps, Instagram ve diğer sosyal medya platformlarından görüp gelenler oluyor.
- B) Çok sık navegan kişiler geldiğini görüyoruz. Çok fazla anne-çocuk müşteriler geliyor. Bu kişilerin tercih etme sebeplerinden bir tanesi ise tamamen doğal ürünler kullanıp, ürettiğimizden dolayı.
- C) Plant based denmesinin amaçlarımızdan bir tanesi. Vegan kelimesini direkt kullanmak istemiyoruz. Kimi insan vegan olduğunu bilerek ya da bilmeden geliyor. Fakat büyük bir çoğunluğu navegan.
- Ç) Evet, geliyorlar. Fakat çoğunlukla bitki bazlı beslenen insanlar yani veganlar sık sık geliyor ve çevresini getiriyor. Ek olarak yabancı müşteriler çoğunlukla geliyor. Gelen yabancı müşterilerde buranın veganize mutfacığını merak ediyorlar.
- D) Gelen müşteriler özellikle naveganlar oluyor. Kendim olarakta naveganlara karşı bir ispat içerisindiyim. Beyti, fajita, İskender gibi ürünleri gördüklerinde ve yoğurtlarıyla denediklerinde şaşırdıklarını ve dünya mutfacından ürünlerin dahi

olup hepsinin veganize edilebildiğini görmeleri ve öğrenmeleri benim hoşuma gidiyor. Navegan müşteriler çoğunlukta diyebilirim.

- E) Vegan olmayan yani navegan dediğimiz kişilerin geldiği oluyor.
- F) Evet, geliyorlar. Ayrıca vegan olan insanlar navegan arkadaşlarını kandırıp, getiriyorlar ve ürünleri denettiriyorlar.
- G) Navegan çok fazla müşterim var. Bir kısmı hayvansal olan üründen bir fark olmadığı ve daha lezzetli olduklarını belirtiyor.
- Ğ) Naveganlar insanla çok sık geliyor. Buranın vegan olduğunu bilerek gelen olduğu kadar bilmeden gelenlerde oluyor. Türk mutfağı sunduğum için çok ilgi görüyor.
- H) İşletmeye gelen %20 kitle navegan. Müşteriler şaşırdıklarını ve inanmadıklarından bahsediyor. Hatta müşterilerin bunun içerisinde et olmalı şeklinde cümleler kuruyorlar. Etin kokusunu, dokusunu çok sevdiklerini onsuz yapamayacaklarını söylüyorlar ama bizim ürünlerimizden sonra şok olduklarından bahsediyorlar. İşletmemizin ürünleri sayesinde bu hazzı alıyorlar. Ek olarak festivallerde stant kuran ilk vegan işletmeyiz ve standı gelen çoğu insan navegan oluyor. Naveganların ön yargılarının kırıldığından bahsediyorlar.
- I) Navegan olan misafirler %70 oranlarda olduğunu söyleyebilirim. Veganlar zaten müdavimler. Fakat naveganlar daha sık geliyorlar. Vegan olduğunu düşünmeden gelip yediğinde anlayamayacakları kadar bir lezzet olduğuna dair yorumlar alıyoruz.

4.1.12. İşletmenizde sunduğunuz tabakların görseli sizce yeterli midir?

- A) Tabakların görsellerinin geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorum ve yeterli bulmuyorum. İlerleyen zamanlarda da daha farklı tabaklamalar yapacağız.
- B) Bu durum hiç bitmeyen bir devinim. Fakat işletmede çok fazla kuver bulunuyor. Küçük mutfağımız var ve bir yandan da birkaç farklı yere paket servisi çalıştığımız için şu anlık yeterli buluyorum.
- C) Restoranın tasarımı dahi tamamen tasarlanan bir süreçti. Mermer masa fotoğraf çekimi yaptığımız yer. Şeflerin görüşleri önemli.

- Ç) Genellikle geliyor. Birinci sınıf ürünler kullanıyoruz. Ek olarak %50 sunumlara ayırırken, %50 lezzete ayırıyoruz.
- D) Sunumları değiştirmek istiyorum. Fakat kebabı kebab gibi, beytiyi beyti gibi sunup, ayrıca saç tavaşı olan bazı ürünlerimiz mevcut. Olabildiğince hepsinde görsel hazzı da yaşatmaya önem veriyoruz.
- E) Hayır yeterli değil fakat koşullar gereği maddi olarak artık kaldıramıyorum.
- F) Yeterli bulmuyorum. Geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmayı düşünüyorum.
- G) Yeterli buluyorum ama geliştirmeye açık biriyim. Menü üzerinde uzun bir süre detaylı bir şekilde çalışıldı. Bazen ufak tefek değişiklikler de yapıyoruz.
- Ğ) Aşçı tabağı, günlük bir anne yemeği gibi sunuyorum. Yabancılar Türk yaşantısının nasıl yaşadığını göstermek istiyorum.
- H) Sunumları yeterli bulmuyorum. Fakat her şey para. Eğer ki Balat şubesine gidilirse oranın bu şubeden daha farklı bir tasarıma sahip olduğunu görürsünüz. Franchising olduğu için yemekler dışında çoğu her şeyin farklı olduğunu görürsünüz.
- I) Yeterli buluyorum. Bildiğimiz usul lahmacun salonu gibi bir sunum tarzı yakalamaya çalışıyoruz. Modern bir kafe gibi gözükmeye çalışmıyoruz. Geleneksel yaklaşıyoruz.

4.1.13. Bu sunumlar bağlamında müşterilerinizden geri dönütler oldu mu? Örnek verir misiniz?

- A) Yaklaşık %97'lik bir kısmı olumlu ve güzel karşılıyor. Fakat beğenmeyenler de çıkabiliyor. Bence bunun sebebi farklı kültür mutfağına ait bir vegan mutfağı olmasından dolayı olduğunu düşünüyorum.
- B) Sunumlar konusunda fikir veren olmuyor. Sadece sosyal medyada reklam olarak yaptığımız bazı şeyleri müşteriler gerçek algılayıp, aynısını bekledikleri oluyor.
- C) Sunum olarak değil ama lezzet açısından müşterilerden geri dönüt alıyoruz.
- Ç) Geri dönütlerle menü değişiyor.
- D) -

- E) Genellikle bir önyargı ile karşılaştım ama sunumlar olarak yaş aralığı önem taşıyor.
- F) Sık sık geri dönüşler alıyorum.
- G) Olumlu olarak geri dönütler oluyor.
- Ğ) Yabancı müşteriler beğendiğini belirtiyor ama Türk müşterilerin beklentilerini karşılayamıyoruz. Ucuz ama yüksek görsek beklentisi içerisinde.
- H) Vegan camiasında bilinen bir markayım. Sürekli yeni ürünler çıkartıp gelişmeye çalışıyoruz.
- I) Sunumlar bağlamında negatif bir yorumla karşılaşmadık. Geleneksel yaklaşıkları için sunumlara dair olumlu ya da olumsuz bir yorum almadık.

4.1.14. Hayvansal gıda satan restoranlara kıyasla kendi işletmenizi kıyasladığınızda ürünlerinizin sunum biçimleri hakkında yorumlarınız nedir?

- A) Bizim tamamımız farklı olduğu için olabildiğince bu temaya uygun ilerlemeye çalışıyoruz.
- B) Tabaklar daha özenli geliyor. Tabaklar, el yapımı ve seramikler. Yağlı kâğıdın üzerine bir şeyler koyup göndermiyoruz. Bu işi yaparken küçük, niş işletmeleri desteklemeye çalışıyoruz. Makarna servisi için dahi gidip bilindik markalardan tabak alıp, klasik sunum hazırlamıyoruz.
- C) Onlarla bir kıyas yapmıyoruz. Şeflerimiz zamanında eğitimlerden geçtiler. Ve dolayısıyla kendi tarzlarını yansıtıyorlar.
- Ç) -
- D) Sunumlar olarak geri dönütleri olmuyor fakat lezzet konusunda olduğunu biliyorum.
- E) -
- F) Diğer restoranlara kıyasla geride kaldığımı düşünmüyorum. Evet diğer vegan restoranlar mükemmel şekilde sunum hazırlayabiliyorlar bu yüzden vegan restoranların sunumları yetersiz şeklinde bir söylemde bulunamam.
- G) Vegan yemeklerinde lezzetli olabileceğini göstermek istiyorum. Bu yüzden menüde yer alan bazı yemekler orijinali etli hazırlanırken ben bitki bazlı halini

yapıp, sunuyorum. Lezzete çok önem veriyorum. Bunun için defalarca denemeler yaptım.

- Ğ) Esnaf lokantası gibi yapıyorum. Belirli bir statüye sahip restoranlar daha farklı sunumlara sahip. Ek olarak medyatik müşterilerimde var ve çok güzel yorumlar yapıyorlar.
- H) Ürünler kinoalı, avokadolu gibi gıdalar yerine Türk damak tadına uygun şekilde sürdürülebilir olabilecek Türk mutfağını veganize halini sunuyoruz. Türk vegan kebab mutfağını oluşturduk. İstim kebabı, içli köfte, Laz böreği tatlısı ve daha nicesi veganize halini sunuyoruz.
- I) Daha özenliyiz. Üretim hanede büyük oranda yapıp sonra ne kadar ihtiyacımız varsa o kadarını yukarıya taşıyoruz. Hijyene çok dikkat ediyoruz.

4.1.15. İşletmenizin sunumlarını değiştirmeyi düşünüyor musunuz? Fine dining sunumlar oluşturmayı düşündünüz mü?

- A) Sunumlarda soslar dahi tabaklar üzerinde gönderiyoruz. Şu anlık sunumlarda bir değişiklik yapmak istemiyoruz ama ilerideki gidişata göre değiştirebiliriz.
- B) Yoğunluk olarak paket servisi yaptığımız bir yer de bu durum zor. Çünkü fine dining için restoranın ortamı, atmosferi gibi birçok özellik içine alıyor.
- C) Şu anlık böyle bir düşüncemiz yok.
- Ç) Şu anda fine dining gibiyiz. Sunumlar ve yemekler gelişip, değişebiliyor.
- D) Limonita Kozyatağı olarak olmayacağız fakat ben Türkiye'nin ilk slow food vegan restoranıyım. Üretimde slow food ürünleri kullanıyorum. Tabaklama da fine dining yapmak istiyorum ama Limonita Kozyatağı değişmeyecek. Şu an bunun için konumu belirleyemiyorum ve bu uzun vadeli bir süreç.
- E) Daha fazla büyümek için çaba sarf ettim fakat insanların ön yargısından dolayı hevesim kırıldı. Fine dining bir vegan restoran mantıklı am para kriteri önem arz ediyor ve bunu kaldıramam.
- F) Sirkülasyon ve geri dönüş olursa en büyük hayalim.
- G) Bazı tabaklarda özellikle böyle bir dokunuşumuz mevcut.

- Ğ) Sunum deęiřtirmeyi dūřünmüyorum. Herkesin her řeyi denemesini istiyorum. Bir tabaęa minimum 3 ürün koyuyoruz. Genellikle 18 çeřit ürün çıkıyor.
- H) Birçok farklı konsepte sahibiz. Restoran, cafe, taş fırın, şarküteri ve meze konsepti, paket servis gibi çeşitli konseptlerimiz mevcut. Fakat fine dining için henüz bir çalışma yapmadık. Fakat neden olmasın. O alanda da başarılı olmak istiyoruz.
- I) Hiç düşünmedik. Misafirler genellikle öğrenci, işçi gibi misafirlerimiz var. Ucuza satıp, çok satma gibi bir ticaret aklımız var. Restoranın içerisinde yenilikler olabilir ama sunumlar değişmeyecek.

4.1.16. Sizce sunduğunuz ürünlerin besin değerlerini bir birey için uygun buluyor musunuz?

- A) Besin değerlerini uygun buluyorum. Birçok ürünün içerisinde tofu, brokoli ve benzeri sebze çeşitleri bulunuyor. Ete göre daha besin değerine sahip ürünler var ve tabaklamada üründen kısmıyoruz. Doyucu şekilde servis ediyoruz.
- B) Kalori hesabı yapmıyoruz ve yapmamayı tercih ediyoruz. Herkesin besinden alması gereken maksimum değeri aldırmaya çalışıyoruz.
- C) Kesinlikle evet. Fakat işletmemiz için kendimize %100 sağlıklı diyemeyiz. Çünkü biz şeker, un kullanıyoruz. Vegan insanların özlemiş olduğu normalde içerisinde %60 oranda yumurta olan makaronun veganize hallini sunuyoruz.
- Ç) Besin değerine dair bir araştırma gerçekleştirmedik.
- D) -
- E) Ham, olabildiğince işlenmemiş gıdalar temin etmeye çalışıyorum. Çikolatayı, ketçabı kendim yapıyorum. Soya dahi kullanmıyorum ve her ürünü kendim üretiyorum.
- F) Evet.
- G) Planlı olarak yapıldığı için uygun buluyorum.
- Ğ) Yönlendiriyorum. Sporcuysa eğer protein ağırlıklı tabaklar yapıyoruz.
- H) Besin değerleri için kesin bir analiz yaptırmadık. Navegan beslenmeye göre daha güzel ve daha besleyici bir mutfağımız mevcut. Fakat sağlıklı diyemem

Çünkü biz Türk mutfağı tatlılarını da sunuyoruz. Türk hamur işi ürünlerini de sunuyoruz.

- I) İçeriğine çok dikkat ediyoruz. Öyle ki ayranımız sporcu ayranı olarak geçiyor. Kullanılan tüm ürünler ham maddelerinin yerlerinden getirtiyoruz. Sebzeleri halden gidip alıyoruz. Besin değerleri çok taze, toprağından gidip alınıyor. Yerel üreticiyi destekliyoruz. Sağlık açısından tamamız ama kalori olarak hesaplamıyoruz.

4.1.17. İşletmenize gelen misafir kitesini nasıl tanımlarsınız?

- A) Genellikle turist insanlar geliyor. Avrupalı, Asyalı gibi dünyanın her yerinden insanlar geliyor. 25-45 yaşı aralığında insanları sık sık ağırıyoruz.
- B) Bilinçli bir kitemiz mevcut. Hayat tarzı, fikir, beslenme, sağlık gibi konularda kendilerini geliştirmekte olan, kendi evlerinde dahi yoğurt mayalayan bir kitemiz mevcut. Bu yüzden kitemiz biraz memnun etmesi zor ama bizim için birer sınav gibi oluyor.
- C) Gelen kitle sosyal medyadan görüp gelenler oluyor. Ek olarak paket servis üzerinden çalışıyoruz. Çevremizdeki insanları, niversite öğrencilerini, vegan kulüpleri, gastronomi topluluklarını sık sık görüyoruz. Navegan insanları da sık sık görüyoruz.
- ) Genellikle geçen insanlar geliyor. Okullar açıkken 20’li yaşılarında insanların çoğunlukta olduğu ama kapanınca 30’lu yaşılarında insanlar geliyor. Beyaz yakalı insanlar da sık sık geliyorlar.
- D) Farkındalığı çok yüksek. Moda şubemizde çoğunlukla daha geçen (14-30) kişiler gelirken Kozyatağı şubemize 25-40 yaşı aralığında müşterilerimiz geliyor. Daha beyaz yakalı, sorgulayan, açık fikirli ve yardımsever bir kitemiz mevcut. Ek olarak genellikle %50 oranda yabancı müşterilerimiz var ve navegan müşteriler çoğunluğu oluşturuyor.
- E) Yaşı faktörü önem arz ediyor. Yaşı geçen olan kitle genellikle hamburger gibi ürünler isterken yetişkin kitle lahmacun, pide gibi ürünleri tüketmek istiyor. Orta segmentten insanlar sık geliyor.

- F) Ekonomik sebeplerden ötürü daha çok yabancı kesim geliyor. Gelen müşteriler kendisini başkalarının yerine koymayı bilen insanlar.
- G) Her yaştan insanlar geliyor ve bu kişilerin beslenme şekilleri farklı olabiliyor. Veganlar ağırlıklı olarak geliyorlar ama %90 oranda yabancı müşterilerim bulunuyor.
- Ğ) Belirli bir kültüre sahipler. Yabancılar daha bilinçli. Türk öğrencilerde geliyorlar.
- H) %20 oranla bir navegan kitle mevcut.
- I) Çok nazik insanlar. Güler yüzlü, sabırlılar ve %70 navegan ve %30 u vegan olan misafirlerimiz var. Yoğun saatlerde dahi masadan kalkmayıp bekledikleri oluyor. Eğitim düzeyi, konumunun da etkisi olduğunu düşünüyorum.

4.2. KATILIMCILARIN SOSYO DEMOGRAFİK YAPILARI

Tez araştırmasına katılım göstermiş olan katılımcıların çoğunluğu İstanbullu (4 katılımcı) olduğu geriye kalan katılımcıların ise Mersinli, Karadenizli, Bingöllü, Adanalı ve Gaziantep'li olduğu öğrenilmiştir. 3 katılımcı nereli olduğunu belirtmek istememiştir. Katılımcılar arasında 7 kişinin kadın olduğu 4 kişinin ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların İstanbul'da işletmeleri gereği merkezi konumlarda yaşadıkları, genellikle yaş oranına göre yetişkin-yaşlı kesime girdikleri gözlemlenmiştir. Çoğunlukla Türk mutfağını veganize etmeyi ve bunu insanlara tanıtmayı amaçlamaktadırlar. Fark edildiği üzere topluma, hayvanlara karşı sağ duyuludurlar.



Grafik 4.1. İşletmecilerin Cinsiyet Dağılımı

4.3. VEGAN İŞLETMELERİN MENÜ, SUNUM VE TASARIMLARI

4.3.1. ASIAN VEGAN KITCHEN

Şekil 4.1, 4.2 ve 4.3'te Asian Vegan Kitchen'a ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.1. Asian Vegan Kitchen



Şekil 4.2. Asian Vegan Kitchen



Şekil 4.3. Asian Vegan Kitchen

4.3.2. Bİ NEVİ DELİ

Şekil 4.4, 4.5 ve 4.6’da Bi Nevi Deli adlı restorana ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.4. Bi Nevi Deli



Şekil 4.5. Bi Nevi Deli



Şekil 4.6. Bi Nevi Deli

4.3.3. ETHIQUE PLANT BASED

Şekil 4.7, 4.8, 4.9 ve 4.10’da Ethique Plant Based’e ait görseller verilmiştir.



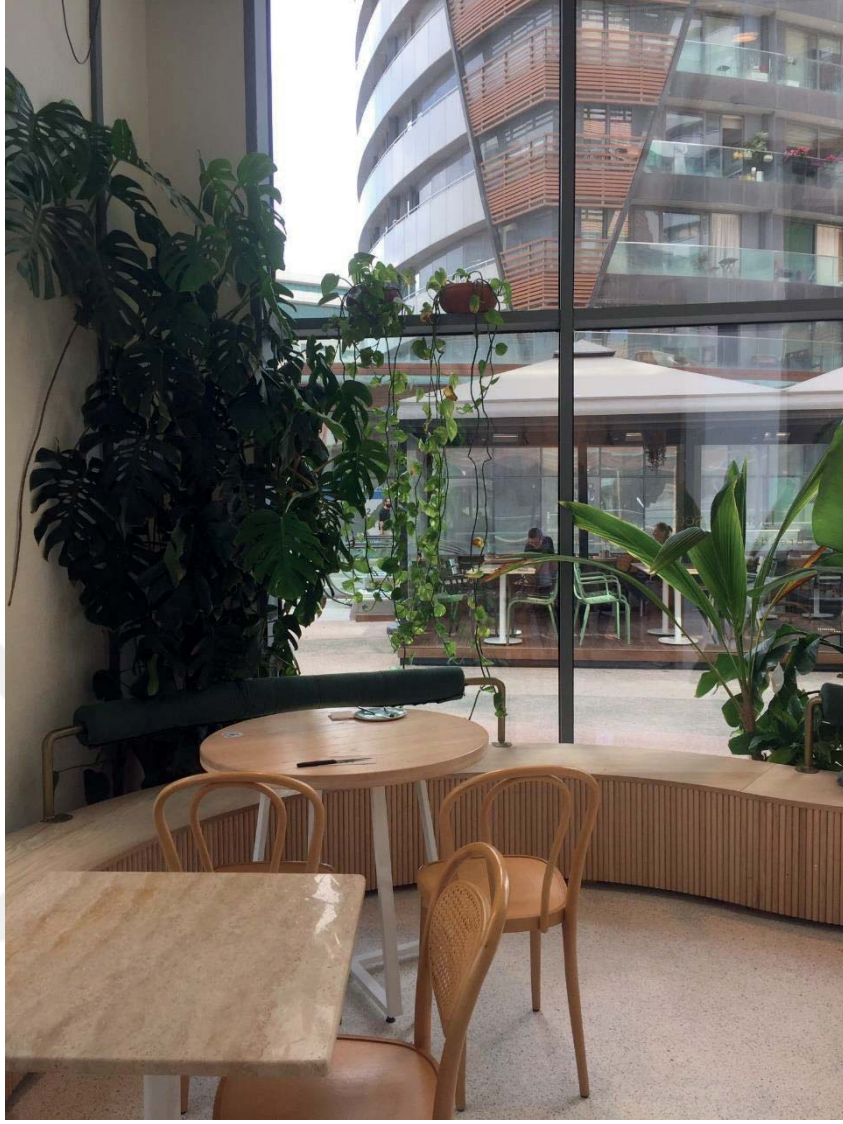
Şekil 4.7. Ethique Plant Based



Şekil 4.8. Ethique Plant Based



Şekil 4.9. Ethique Plant Based



Şekil 4.10. Ethique Plant Based

4.3.4. KAFENASANAT

Şekil 4.11, 4.12 ve 4.13'te Kafenasanat'a ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.11. Kafenasanat



Şekil 4.12. Kafenasanat



Şekil 4.13. Kafenasanat

4.3.5. LİMONİTA VEGAN KASAP

Şekil 4.14 ve 4.15’te Limonita Vegan Kasap’a ait görseller verilmiştir.



4.14. Limonita Vegan Kasap



Şekil 4.15. Limonita Vegan Kasap

4.3.6. MAHATMA CAFE

Şekil 4.16, 4.17 ve 4.18’de Mahatma Cafe’ye ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.16. Mahatma Cafe



Şekil 4.17. Mahatma Cafe



Şekil 4.18. Mahatma Cafe

4.3.7. VATKA COFFEE AND VEGAN GOODS

Şekil 4.19, 4.20, 4.21 ve 4.22’de Vatka Coffee And Vegan Goods adlı işletmenin görselleri verilmiştir.



Şekil 4.19. Vatka Coffee And Vegan Goods



Şekil 4.20. Vatka Coffee And Vegan Goods



Şekil 4.21. Vatka Coffee And Vegan Goods



Şekil 4.22. Vatka Coffee And Vegan Goods

4.3.8. VEGAN DÜKKAN LOKANTA

Şekil 4.23 ve 4.24’te Vegan Dükkan Lokanta’ya ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.23. Vegan Dükkan Lokanta



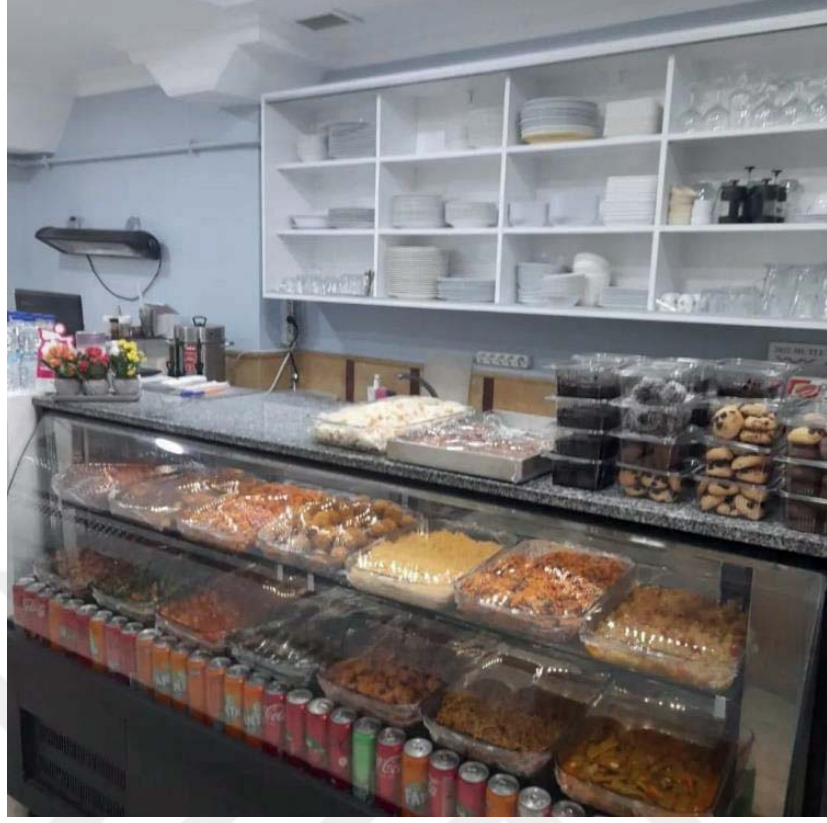
Şekil 4.24. Vegan Dükkan Lokanta

4.3.9. VEGAN ISTANBUL

Şekil 4.25 ve 4.26’da Vegan İstanbul’a ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.25. Vegan İstanbul



Şekil 4.26. Vegan Istanbul

4.3.10. VEGAN MASA

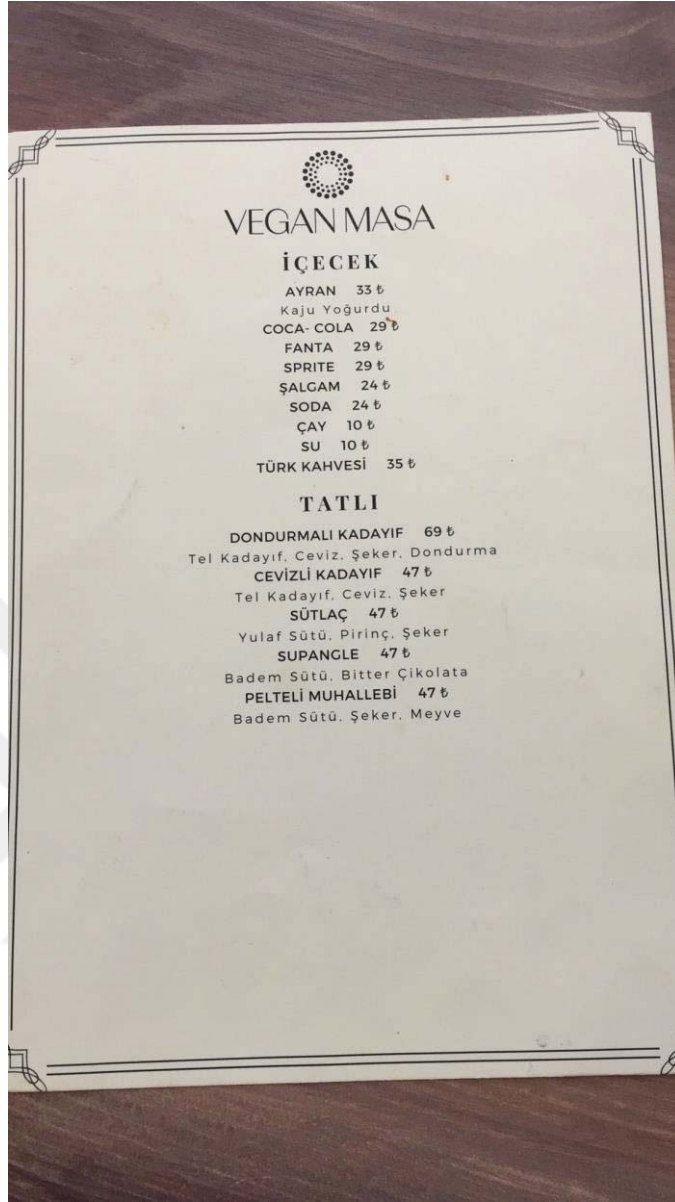
Şekil 4.27, 4.28, 4.29, 4.30 ve 4.31’de Vegan Masa’ya ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.27. Vegan Masa



Şekil 4.28. Vegan Masa



Şekil 4.29. Vegan Masa



Şekil 4.30. Vegan Masa



Şekil 4.31. Vegan Masa

4.3.11. VEGANARSİST

Şekil 4.32, 4.33 ve 4.34’te veganarsist’e ait görseller verilmiştir.



Şekil 4.32. Veganarsist



Şekil 4.33. Veganarsist



Şekil 4.34. Veganarsist

Yukarıda verilen 11 işletmenin işletmecilerinin cevapları ve aynı zamanda işletmelerin içerisinden görseller bulunmaktadır. Tüm bu faktörler ışığında detaylı inceleme yapılmıştır.

4.4. ARAŞTIRMA SORULARI ve BULGULAR

Yapılan araştırmalar ve görüşmeler sonucunda bu bölümde araştırma bulguları verilmiştir.

4.4.1. Vegan işletmecilere göre menü yeterli midir?

- Yapılan incelemeler doğrultusunda birbirine yakın oranlarla (6 işletme yeterli buluyorken 5 işletme yetersiz buluyor) işletmecilerin menüsünün yeterli olabileceği gözlemlenmiştir.

4.4.2. İşletmelerin sunumları yeterli midir?

- Bir önceki cevap gibi ortalama olarak 6 işletmenin sunumlarını yeterli bulduğunu fakat 5 işletmenin ise yetersiz bulduğu gözlemlenmiştir.

4.4.3. İşletmeciler fine dining sunumlara hazır mıdır?

- Genel olarak işletmeciler tarafından sunumların yeterli olduğu ama bazı işletmecilerin gelişmeye açık olup, ileride gerekli maddi koşulları sağlayabildiklerinde veya sirkülasyonu oluşturdıklarında geliştirebilecekleri yönünde yorumlar yaptığı görülmüştür.

4.4.4. İşletmede verilen tabakların besleyiciliği işletmeciler tarafından araştırılmış mıdır?

- Genellikle işletmeciler besin değerlerini bir tabak için yeterli olduğunu fakat çoğunluğun bunun üzerine bir araştırma yapmadığı ve besini tabağa koyarken göze dolu gelecek şekilde koyduklarını iddia ettiği gözlemlenmiştir. Bu nedenle araştırılmadığı görülmüştür.

4.4.5. İşletmecilere göre sunumlar misafirlerin beklentilerini karşılıyor mu?

- Yemek sunumları misafirlerin beklentisini karşıladığı fakat işletmecilerin beklentisini yeteri kadar karşılamadığı anlaşılmıştır. Genellikle sunumları göze bol ve doyurucu geleceği faktörünü düşünerek hareket ettikleri fakat aynı zamanda genellikle çoğu hayvansal gıda bazlı ürünleri veganize etmeye çalıştıkları için buna göre yol çizdikleri gözlemlenmiştir.

4.4.6. İşletmeciler sunumları değiştirmesi halinde misafirler buna hazır mıdır?

- Genellikle 7 işletmenin düşünmediği fakat geriye kalan 4 işletmenin düşünebileceğini veya buna benzer bazı tabaklarının bulunduğunu iddia ettikleri gözlemlenmiştir. Buna göre vegan işletmelerin henüz fine dining tarzı sunum, ambiyans gibi faktörlere hazır olmadığı gözlemlenmiştir.

Vegan restoranların işletmecileri ile yapılan araştırma, görüşmeler ve incelemeler neticesinde genellikle Türk mutfağında bulunan hayvansal gıdalarla yapılan yemeklerin veganize hallerini ortaya koymayı amaçladıklarını ve bununla beraber genellikle müşterilerin yabancı olması nedeniyle bu kişilere mutfağımızı tanıtmayı amaçladıkları gözlemlenmiştir. Buna ek olarak navegan insanların et yeme isteği ile vegan insanların et yeme dürtüsünü unutmak istememeleri sebebiyle Türk mutfağının öğelerinden olan kebab çeşitleri, yoğurt ve peynirler gibi çeşitli gıdaların veganize hallerini işletmecilerin ortaya koymak istemesinin nedenin altında mutfak milliyetçiliği olabileceği gibi ekonomik faktörlerinde bulunduğu fark edilmiştir. Koşullar gereği genellikle veganlık ve mutfak milliyetçiliği gibi bağlamların dışında maddi durumlar söz konusu olmasından dolayı işletmelerini düşünen işletmecilerin yüksek oranda olduğu fark edilmiştir.

Vegan işletmeci sayısı navegan olan işletmeci sayısına oranla daha az olup, yaptıkları işi ekonomik neden düşünmeden yapan çok az sayıda vegan işletmeci olduğu fark edilmiştir. Bu unsurlar dikkate alındığında işletmecilerin sunumlarını, restoran tasarımını ve daha birçok unsuru etkilediği gözlemlenmiştir. Bu yüzden birçok işletmeci sunumların geliştirilmesinde ekonomik nedenler, müşteri düşünceleri gibi kaygılardan dolayı geri adım atması ve bununla beraber bazı işletmecilerin Türk mutfağını ortaya koymak istemeleri ve bunu yaparken sunumları geleneksellik adı altında yol izledikleri görülmüştür. Bazı işletmecilerin ise sunumları sadece değiştirmeyi istek ile kalmasından ötürü girişimlerde bulunmadıkları fark edilmiştir. Bunun nedeninin maddi olduğu fark edilmiştir.

Vegan işletmeciler genellikle menülerinde besin değerlerini uygun bulduklarını ama buna yönelik bir araştırma yapmadıkları gözlemlenmiştir. Ek olarak işletmeleri gereği

olabildiğince sağlıklı ürünler hazırladıklarını düşündükleri gözlemlenmiştir. Fakat genellikle bunun üzerine bir araştırma yürütmedikleri görülmüştür.

Restoranların tasarımlarının değişkenlik gösterdiği ama genellikle salaş, rahat ve sanatsal bazlı olabilecek unsurlara sahip olduğu ama buna ek olarak modern restoranlarında ortaya çıkmaya başladığı ve ilgi gördüğü görülmüştür. Böylelikle her kültürel kesime hitap edebilecek çeşitli vegan işletmelerin ortaya çıkmaya başladığı fark edilmiştir.

Restoranların konumu gereği genellikle Anadolu yakasında yoğunlukta olup, Kadıköy bölgesinin tercih edildiği ama bunun yanı sıra Avrupa yakasının da veganlar ve vegan işletmeler için giderek artan bir piyasa oluştuğu gözlemlenmiştir.

Tüm bunların genelinde vegan restoranların çoğunluğunun hali hazırda sunumlarındaki gelenekselcilik, ekonomik kaygılar, vegan insanlar ile navegan insanların beklentileri, yabancı insanların vegan işletmelerden beklentisi ve Türk mutfağının veganize edilmiş ürünlerini denemek istemeleri gibi unsurların bir fine dining vegan restoran için henüz erken olduğu fark edilmiştir.

Bunlara ek olarak İstanbul'daki vegan işletmeler bazı hususlarda ilk olduklarından bahsettikleri gözlemlenmiştir. Mahatma Cafe'nin açılan ilk vegan cafe olduğunu, Veganarsist'in ilk franchaising restoran olduğunu belirtmesi bu cümleye örnek verilebilir.

Müşterilerin ise vegan restoranlardan çoğunlukla keyif aldığı, hatta navegan insanların daha sıklıkla gittiği ve arkadaşlarını da getirdikleri gözlemlenmiştir. Sunumlarında geleneksel sunum ile normal sunum yapanlara kıyaslandığında müşterilerin geleneksel sunumları daha çok sevdikleri de gözlemlenmiştir.

Vegan işletmecilerin çoğunluğunun maddi koşulları gözettileri ama bir kısmının ise etik değerler altında işletmelerini sürdürdükleri gözlemlenmiştir.

4.5. SONUÇLARIN LİTERATÜR ÇALIŞMALARIYLA KARŞILAŞTIRILMASI ve TARTIŞMA

Literatür araştırmasıyla sonuçlar karşılaştırıldığında genellikle restoranların bölgelere göre etik, sağlık açısından iç dizaynlarını oluşturdukları görülmüştür. Buna göre Kurt diyor ki *“bazı vejetaryen/vegan mekânlar bulunduğu bölgelerin sosyo kültürel özelliklerine paralel bir vejetaryen yaşam tarzını yansıtmalarıdır. Yeldeğirmeni’ndeki mekânların tasarımlarında etik motivasyonların ön planda olduğu görülmektedir. Biri Etiler diğeri Türkali’de bulunan iki mekândan Etiler’de bulunan restoranda sağlık motivasyonu öne çıkarken Türkali’de bulunanda ise etik motivasyonların ön planda olduğu gözlemlenmektedir. Ancak incelenen mekânların tümü ele alındığında bölge ve mekân tarzı açısından böyle bir genelleme yapılmamalıdır.”* (Kurt, 2019). Yapılan çalışma karşılaştırıldığında mekân sahiplerinin etik, sağlık gibi faktörlere dikkat ettiği fakat aynı zamanda maddi kaygılarında içine girdiği ek olarak söylenebilir. Ek olarak bu faktörlerin menü içeriğine, ambiyansa etkisi olduğu belirtildiği ve her iki tez karşılaştırıldığında örtüştüğü fark edilmiştir. Ayrıca yapılan araştırmaya göre gelen kitlenin işletme sahiplerinin de bahsettiği şekilde örtüştüğü görülmüştür. Çünkü araştırmada çoğunluğun yabancı kitle oluşturduğu fark edilmiştir.

Yapılan bir diğer araştırma tezinin bulguları (Yılmaz, 2021) karşılaştırıldığında navegan işletmelerin genellikle menülerinin vegan/vejetaryen ürün kalem sayısını az sayıda bulduğu, personelin bu konuda bilgi yetersizliğine sahip olduğu ve bunun yanı sıra işletme sahiplerinin de gıdaların işlem sırasında tekniklere göz ardı ettiği gibi durumlar söz konusu olduğu fark edilirken vegan işletmeler üzerine yapılan araştırma da gün geçtikçe daha fazla artan menü kalem sayısı olduğu, müşterilerin bilinçli bir şekilde işletmeye geldiği ve aynı şekilde işletmecilerinde bu konu da fikir sahibi olduğu hatta bir çoğunun da vegan veya vejetaryen olduğu gözlemlenmiştir.

Yapılan bir diğer araştırma incelendiğinde (Sibel Ayyıldız, 2021) ek olarak vegan/vejetaryen bireylerin genellikle karşılaştıkları en büyük sorunlardan bir tanesinin

menünün yetersizliği ve etik kaygılar olduğu görülmüştür. Buna göre yapılan araştırma karşılaştırıldığında gündelik yaşamımızda artık vegan ürünlerin ve vegan işletme sayısının arttığı ek olarak bu restoranların etik, sağlık, ekolojik gibi unsurlara dikkat ettiği fark edilmiştir.

BÖLÜM 5. ÖNERİLER

Yapılmak istenilen araştırma sırasında özellikle evren belirlenirken çok sınırlı kalındı. 23 vegan işletmeye görüşülmek istenmiş fakat iletişime geçilmeye çalışıldığı sırada bazı işletmecilerin tavırlarının olumsuz yaklaşımları veya direkt görüşmeyi kabul etmedikleri, görüşmeyi kabul edip, etik koşullar gereği alınmak istenilen imzanın verilmek istenmemesi gibi nedenlerden ötürü 11 işletme ile sınırlı kalmıştır. Elde edilen sonuçlar ışığında savunulan önerilere aşağıda yer verilmiştir:

- Bireysel görüşme talebi veya e posta yoluyla ulaşmaya çalışmak yerine bölüm başkanı aracılığıyla iletişim kurulması işletmelere karşı güvenilirlik oluşturabilir ve böylece katılım göstermek istemeyen işletme sayısı arttırılabilir.
- Vegan beslenmenin yaygınlaşması ile restoran sayısının artacağı öngörülmektedir. Açılacak restoranlarda çalışan personelin bilgi seviyesinin artması ve yeni inovatif reçetelerin eklenmesi müşteri memnuniyetini arttıracaktır.
- Araştırma sonuçlarından faydalanılarak Türkiye’de veya yurtdışındaki vegan restoranları ile kıyas çalışması yapılabilir. Böylece araştırma konusu genişletilmiş olup gelecekte veganlık, vegan işletmeler ve işletmeciler hakkında daha fazla bilgi sahibi olup farkındalık artabileceği gibi vegan restoranların kendilerini de piyasada sürdürmeye devam etmeleri sağlanabilir.
- Araştırma soruları genişletilerek tez içeriği genişletilebilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda işletmeciler yerine tüketiciler ile görüşme yapılabilir veya anket çalışması yapılabilir böylece ortaya çıkacak sonuçlar karşılaştırılabilir. Böylelikle ileride araştırmada kullanılan işletmeler genişletilerek birçok farklı tez, makale,

araştırma konusu gibi birçok faktörlerle veganlığa katkı sağlayabilecek çalışmalar ortaya konulabilir.



KAYNAKÇA

- Association, A. D. (2009, Temmuz). Position Of The American Dietetic Association: Vegetarian Diets. Journal Of The American Dietetic Association, s. 1267-1268. Vegan Health Web Sitesi. adresinden alındı
- Baltacı, A. (2018, Nisan 30). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Muş, Muş, Türkiye.
- Bin Zhao, L. G. (2022). Associations Of Dietary Cholesterol, Serum Cholesterol, And Egg Consumption With Overall And Cause - Specific Mortality, And Systematic Review And Updated Meta - Analysis. Circulation , 23-24.
- Caldwell B. Esselstyn, G. G., Esselstyn, C. B., Gendy, G., & Doyle, J. (2014). A Way To Reserve Cad? The Journal Of Family Practice, 357.
- Charvatova, V. (2021, Mayıs 28). Plant Based News . Plant Based News Web Sitesi: <https://plantbasednews.org/lifestyle/health-and-fitness/heres-what-you-need-for-healthy-bones-and-what-to-avoid/> adresinden alındı
- Craig, W. J. (2009, Mart 11). Health Effects Of Vegan Diets. Amerika Birleşik Devletleri.
- Çimen, D. İ. (2022, Mayıs 26). Bir Günlük Vegan Beslenme Programı Örneği. (E. D. Acar, Röportaj Yapan)
- David Carfi, D. P. (2017, Haziran). A Game Theory Coopetitive Perspective For Sustainability Of Global Feeding: Agreements Among Vegan And Non-Vegan Food Firms. Riverside , California, Amerika Birleşik Devletleri.
- Foer, J. S. (2021). Boktan Parçalar. J. S. Foer içinde, Hayvan Yemek (s. 198). İstanbul: 2021.
- Foer, J. S. (2021). Boktan Parçalar. J. S. Foer içinde, Hayvan Yemek (s. 193). İstanbul: Siren Yayınları.
- Foer, J. S. (2021). Çevrecilik. J. S. Foer içinde, Hayvan Yemek (s. 61). İstanbul: Siren Yayınları.
- Foer, J. S. (2021). Dostlar Ve Düşmanlar. J. S. Foer içinde, Hayvan Yemek (s. 38). İstanbul: Siren Yayınları.
- Foer, J. S. (2021). Hayvan Yemek. İstanbul: Siren Yayınları.
- Foer, J. S. (2021). Küresel Sofra. J. S. Foer içinde, Hayvan Yemek (s. 286). İstanbul: Siren Yayınları.

- Francione, G., & Charlton, A. (2021). Giriş. A. C. Gary L. Francione içinde, İnsan Neden Vegan Olur? (s. 15). İstanbul: Metropolis.
- Francione, G., & Charlton, A. (2021). İyi Ama... Et Yemezsem Yeterince Demir Alabilir Miyim? A. C. Gary L. Francione içinde, İnsan Neden Vegan Olur? Hayvan Kullanımı Tartışmasına Bir Giriş (s. 38). İstanbul: Metropolis Yayıncılık.
- Francione, G., & Charlton, A. (2021). İyi Ama... Hayvansal Ürün Tüketmeyi Bıraktıktan Sonra Hasta Olan İnsanlar Varmış. A. C. Gary L. Francione içinde, İnsan Neden Vegan Olur? (s. 44). İstanbul: Metropolis Yayıncılık.
- Greger, M. (2014, Şubat 27). Trans Fat In Animal Fat. Amerika Birleşik Devletleri.
- Greger, M. (2016, Eylül 30). Nutrition Facts . Nutrition Facts Web Sitesi: <https://nutritionfacts.org/video/should-vegans-take-dha-to-preserve-brain-function/> adresinden alındı
- HappyCow. (tarih yok). HappyCow Web Sitesi : <https://www.happycow.net/asia/turkey/?filters=vegan> adresinden alındı
- Hawthorne, M. (2019). Ahlaki Çelişkilerimiz. M. Hawthorne içinde, Vegan Etik Herkes İçin Şevkatli Bir Yaşama Kucak Açmak (s. 18). İstanbul: Pales Yayınları.
- Hawthorne, M. (2019). Giriş. M. Hawthorne içinde, Vegan Etik Herkes İçin Şevkatli Bir Yaşama Kucak Açmak (s. 9). İstanbul: Pales Yayınları.
- Hawthorne, M. (2019). Giriş. M. Hawthorne içinde, Vegan Etik Herkes İçin Şevkatli Bir Yaşama Kucak Açmak (s. 13). İstanbul: Pales Yayınları.
- Hawthorne, M. (2019). Hayvan Ürünleri Ve İklim Değişikliği. M. Hawthorne içinde, Vegan Etik Herkes İçin Şevkatli Bir Yaşama Kucak Açmak (s. 107). İstanbul: Pales Yayınları.
- Hawthorne, M. (2019). Vegan Etik. İstanbul: Pales Yayınları.
- Haytap. (2021). Haytap. Haytap Web Sitesi: <https://www.haytap.org/index.php/200908242127/vegetaryen-dunyasi/vegetaryen-olmak-isteyenler-icin-bilgiler> adresinden alındı
- Heather Fields, M., Denise Millstine, M., & Neera Agrwal, L. M. (2015, Haziran 18). Is Meat Killing Us? Scottsdale, Arizona, Amerika Birleşik Devletleri.
- Jocelyne R. Benatar, R. A. (2018, Aralık 20). Cardiometabolic Risk Factors In Vegans; A Meta-Analysis Of Observational Studies. United States, Massachusetts, United States.
- Josh P. Cullimore, A. R.-Q. (2023, Mart 23). The Nutritional Content Of Animal And Plant Milk And Their Health Impliations.
- Kaiser Permanente. (2011). Kaiser Permanente. Kaiser Permanente: <https://thrive.kaiserpermanente.org/care-near-you/northern->

california/sanfrancisco/wp-content/uploads/sites/11/2021/04/PBD_healthy_plate.pdf adresinden alındı

- Kalınma Bakanlığı. (2018). Çevre Ve Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Yönetimi. Ankara: T.C. Kalkınma Bakanlığı.
- Kalkandelen, Z. (2021). Doğaya Zarar Veren Politikalarda Israr. Z. Kalkandelen içinde, Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü (s. 65). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kalkandelen, Z. (2021). Geleceğe Dair Öngörüler. Z. Kalkandelen içinde, Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü Türkiye'den Ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle (s. 154). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kalkandelen, Z. (2021). Sahte Çevreciler. Z. Kalkandelen içinde, Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü Türkiye'den Ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle (s. 61). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kalkandelen, Z. (2021). Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü. İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kalkandelen, Z. (2021). Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü Türkiye'den Ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle. Z. Kalkandelen içinde, Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü Türkiye'den Ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle (s. 41). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kalkandelen, Z. (2021). Veganizm. Z. Kalkandelen içinde, Vegan Devrimi Ve Hayvan Özgürlüğü Türkiye'den Ve Dünyadan Mücadele Örnekleriyle (s. 80). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Kurt, E. G. (2019). Vejetaryenliğin Motivasyon, Değer Ve İnanışları Ve Bunların Mekânlara Yansıması: İstanbul'da Nitel Bir Çalışma. İstanbul, İstanbul, Türkiye.
- Kurumu, T. S. (2016). Beslenme Rehberi 2015 . Ankara, Ankara, Türkiye.
- Library, N. A. (tarih yok). USDA National Agricultural Library. National Agricultural Library : https://nal.usda.gov/sites/default/files/fnic_uploads//422-541.pdf adresinden alındı
- Norris, J. (2020). Vegan Health . Vegan Health Web Sitesi: <https://veganhealth.org/protein-part-2/> adresinden alındı
- Norris, J. (tarih yok). Vegan Health. Vegan Health Web Sitesi : <https://veganhealth.org/research/bone-fractures-among-u-k-vegans-implications-and-recommendations/> adresinden alındı
- Pauly, K., Karlsen, M. C., Kelly, J., & Agarwa, M. (2022). Dietary Interventions To Treat Type 2 Diabetes In Adults With A Goal Of Remission: An Expert Consensus Statement From The American Collage Of Lifestyle Medicine. American Journal Of Lifestyle Medicine, 17.

- Plant-Based Health Professionals UK. (2019, Temmuz). Plant Based Health Professionals UK. Plant Based Health Professionals UK Web Sitesi: <https://plantbasedhealthprofessionals.com/wp-content/uploads/Plant-Basted-Eatwell-Guide-A4.pdf> adresinden alındı
- Prof. Dr. A. Gülden Pekcan, P. D. (2016). Vejetaryen Beslenmesi. Türkiye Beslenme Rehberi 2015. Ankara, Ankara, Türkiye: T. C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Halk Sağlığı Kurumu, Obezite, Diyabet Ve Metabolik Hastalıklar Daire Başkanlığı.
- Sağlık Bakanlığı. (2016). T.C. Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Dairesi. T.C. Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü: <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenmehareket-haberler/vejetaryen-beslenmesi.html> adresinden alındı
- Service, N. H. (tarih yok). National Health Service. National Health Service Web Sitesi: <https://www.nhs.uk/live-well/eat-well/how-to-eat-a-balanced-diet/the-vegan-diet/> adresinden alındı
- Sibel Ayyıldız, A. C. (2021). Vejetaryen/vegan Bireylerin Yiyecek İçecek İşletmeleri Tercihleri Ve Sorunları. Journal Of Tourism Research Institute, 13.
- Tural, K. S. (2018, Temmuz 9). Veganlar Ne İster? Veganların Seyahat Deneyimlerinden Hareketle Seyahat Acentaları Ve Turist Rehberleri İçin Bir Yol Haritası Önerisi. Mersin, Mersin, Türkiye.
- Üzeltüzenci, P. (2018, Ocak 1). Emergence Of The Vegan Identity In Istanbul. İstanbul, İstanbul, Türkiye .
- Veganlik. (2019). Veganlik. Veganlik Web Sitesi: <https://veganlik.org/nedir/> adresinden alındı
- Yılmaz, Y. (2021). Restoran Çalışanlarının Vegan - Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri Ve Tutumlarının Ölçülmesi. İstanbul, İstanbul, Türkiye.

EKLER

EK 1) ETİK ONAY FORMU

26/05/2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

Istanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu 'İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: Sait BİLİZ/MAHATMA
TARİH: 26.05.2023 CAFE
İMZA:

28/05/2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlanmak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI:

TARİH: 28.05.2023

İMZA:

Asian Vegan Kitchen
Seyma Arslan

26/05/2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak beneklen seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlanmak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: *Veganerisi.H (Kedihöy) - Emre AYDOĞAN*
TARİH: *06-05-2023*
İMZA:

29/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: **VEGAN DÜKKAN LOKANTA**
TARİH: **25.05.2023**
İMZA:

29/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: BİREYİ DER
TARİH: 29.05.2023
İMZA:

29/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: Funda Gül ÖZDEMİR POTUR
TARİH: 29.05.2023
İMZA: Vegan Masa

26/05/2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI:

Funda Demirtaş

/ KAFENASANAT

TARİH: 26.05.2023.

İMZA:

27/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI:
TARİH: 27.09.23
İMZA:

Vatika Vegan
Yunus Emre Çelebi

29/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: *Vegan İstanbul*
TARİH: *29.05.2023*
İMZA: *Yasın Sürçün*

27/05/2023

**T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ**

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yarı yapılandırılmış görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: Gizem Merve Demir
TARİH: 27.05.2023
İMZA:

Ethique
Plant-Based

20/05/2023

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ

KONU: TEZ ÇALIŞMASI

İstanbul Okan Üniversitesi'nde Gastronomi Yüksek Lisans öğrencisi olarak devam etmekte olan EREN DERDA ACAR tarafından tez konusu İstanbul'daki Vegan Restoranlarının İşletmecileri Bağlamında Restoranların İncelenmesi Üzerine Araştırma olarak örneklem seçimi gereği sizinle yurt yapılandırılması görüşme sağlamak ve gerektiğinde fotoğraf çekilmesine izin talep edilmektedir.

ONAY VEREN VE İŞLETME ADI: *Limona Club*

TARİH: 26.05.2023

İMZA:

Devir Yıldız