



# Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

## Veganların Anadolu turlarındaki beslenme sorunları: turistler üzerine bir araştırma

### *Nutrition problems of vegans on Anatolian tours: a study on tourists*

Tuba Aldemir<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Otel Lokanta ve İkram Hizmetleri, tubaaldemir@yahoo.com, 0000-0001-7419-3640

#### MAKALE BİLGİSİ ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Vegan, Beslenme, Anadolu Turları, Mutfak Kültürü

Key Words:

Vegan, Nutrition, Anatolian Tours, Culinary Culture

Gönderme Tarihi / Received Date:

25.09.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

18.05.2024

Yayımlanma Tarihi / Published Online:

30.06.2024

DOI:

[10.53601/tourismandrecreation.1365974](https://doi.org/10.53601/tourismandrecreation.1365974)

#### ÖZET

Beslenme alışkanlıkları değişen yaşam şekillerine paralel olarak gün geçtikçe daha da farklılaşmaktadır. Sağlık sorunları, sağlıklı yaşam isteği ve sağlıklı beslenme kaygısı kişilerin beslenme alışkanlıklarında görülen farklılaşmanın en önemli nedenlerindedir. Hayvansal gıdalardan uzak durarak bitkisel kaynaklı gıdaları tüketmeyi ve temelde sağlıklı beslenmeyi hedefleyen vegan beslenme eğilimi, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de oldukça popüler hale gelmiştir. Anadolu’nun coğrafi konumu, iklim özellikleri ve yüzyıllarca ev sahipliği yaptığı çok çeşitli medeniyetlerin ve toplulukların bir yansıması olan sahip olduğu zengin mutfak kültürü gastro turistlerin oldukça ilgisini çekmektedir. Ancak Anadolu mutfak kültürünün hayvansal gıdalarda zengin olması, bölgeye düzenlenen turlara katılan vegan turistlerin beslenme konusunda birtakım sorunlarla karşılaşmasına neden olabilmektedir. Bu çalışmada yıl boyunca çok fazla turist çeken Anadolu coğrafyasını ziyaret eden vegan turistlerin beslenme konusunda karşılaştıkları güçlüklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmanın deseni oluşturulurken durum çalışması tercih edilmiş, kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak daha önce Anadolu turlarına katılmış olan 9 vegan kişiye ulaşılmış ve bu kişilerden mülakat yoluyla toplanan veriler analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; vegan kavramının birçok işletme ve bölge halkı tarafından hala tam olarak bilinmiyor olması ve yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde veganlara hitap eden yemeklere yer vermemesi, Anadolu’nun çeşitli bölgelerine seyahat eden vegan turistlerin yaşadığı en önemli sorunlardır.

#### ABSTRACT

Nutrition habits are becoming more differentiated daily in parallel with changing lifestyles. Health problems, healthy life desire, and healthy nutrition concerns are among the most important reasons for the differentiation seen in people’s nutrition habits. The vegan nutrition trend, which aims to consume plant-based foods by avoiding animal foods and healthy nutrition, has become very popular in Turkey as well as all over the world. Anatolia’s geographical location, climate characteristics, and rich culinary culture, which is a reflection of the various civilizations and communities it has hosted for centuries, attract the attention of gastro tourists. However, the fact that Anatolian cuisine culture is rich in animal foods may cause vegan tourists participating in tours organized for these regions to encounter some problems in terms of nutrition. This study aimed to determine the nutritional difficulties faced by vegan tourists visiting Anatolian geography, which attracts many tourists throughout the year. A qualitative research method was used and a case study was preferred as the study’s design. 9 vegans who had previously participated in Anatolian tours were reached using the snowball sampling method and the data collected from these people through interviews were analyzed. According to the results obtained, the fact that the concept of veganism is still not fully known by many businesses and local people and that food and beverage establishments do not include dishes that appeal to vegans in their menus are the most important problems experienced by vegan tourists traveling to various regions of Anatolia.

## 1. Giriş

Küreselleşen dünya ve Sanayi Devrimi’nin etkisiyle hayatın kolaylaşması ve gelişen teknoloji refah seviyesinin yükselmesinde etkili olmuştur. Teknolojinin gelişmesiyle kolaylaşan hayat şartları ve her şeyden anında haberdar olabilme imkânı, yaşam kalitesinin artmasındaki en önemli etkenlerdir. Sanayi Devrimi’nin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olduğu yadsınamaz Hızla artan nüfus ile orantılı olarak ihtiyaç ve talebin giderek artması, kaynakların hızla tüketilmesi ve çevre kirliliği gibi bazı

olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda vejetaryen ve veganlar bu konuya en hassas bakan topluluklardandır. Vejetaryenlik, bir diyet çeşidi veya beslenme şekli olarak yorumlanabilmekte iken; veganlık kavramı daha çok felsefi bir konu ve hayat tarzı olarak nitelendirilmektedir. Dünyada giderek yaygınlaşan veganlık yalnızca bir beslenme biçimi olmayıp, politik bir duruş ve coğrafyasız bir kültürdür.

Anadolu coğrafyası, yüzyıllardır topraklarında barındırdığı pek çok medeniyetin etkilerini taşıyan çok renkli bir kültürel yapıya sahiptir. Bölgenin sahip olduğu kültürel değerlerin

\* Sorumlu yazar /Corresponding author.

içinde en önemli unsurlardan biri de dünya mutfakları arasında kendine yer edinmiş olan mutfak kültürüdür. Anadolu mutfak kültürü; tarihi geçmişi, iklimi ve coğrafi koşulları, gelenek ve görenekleri, diğer kültürlerle etkileşimi sayesinde zengin bir çeşitliliğe sahip olmuştur (Sürücüoğlu & Özçelik, 2008). Orta Asya'nın göçebe yaşam kültüründen köken alan et ve süt ürünleri temelli beslenme, Anadolu mutfak kültürünün zeminini oluşturmaktadır. Genel bir perspektiften bakmak gerekirse Anadolu mutfak kültürünün temel yapısını aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Solmaz & Dülger Altınır, 2018; Sürücüoğlu & Özçelik, 2018):

- Ekmek, Türk kültüründe kutsal kabul edilen ve hemen her yemeğin yanında tüketilen temel yiyecek maddesidir.
- Sulu et yemekleri, yahniler ve kebablar sıklıkla tüketilir.
- Sebze yemekleri etle birlikte salça kullanılarak pişirilmektedir.
- Kırmızıbiber ve tuz başta olmak üzere yemeklerde baharat kullanımı oldukça yaygındır.
- Batı Anadolu'da yemekler genellikle zeytinyağı ile doğu bölgelerinde ise daha çok hayvansal yağlar kullanılarak pişirilir.
- Anadolu'ya özgü bir tahıl olan bulgur; sebze yemekleri, çorbalar ve köftelerde çok sık kullanılır.
- Yoğurt, başta çorbalar olmak üzere yemeklerde veya yemeklerin yanında yine sıklıkla tüketilen bir süt ürünüdür.

Anadolu'nun çok çeşitli ve zengin yöresel lezzetleri, birçok turist tarafından çekicilik unsuru olarak her geçen gün daha da değer kazanmaktadır. Ancak vegan turistler için bu beslenme tarzı, Anadolu turlarında bir çekicilik unsuru olmaktan çok bir engel olarak görülebilmektedir. Yapılan araştırmalar günümüzde oldukça geniş bir kitle tarafından benimsenen vegan beslenme tarzının popülaritesini giderek artırdığını ve gelecek yıllarda daha da geniş bir kitleye yayılacağını işaret etmektedir (Bayrakdaroğlu vd., 2016; Brown, 2022; Erdoğan & Gürbüz, 2023; Kessler vd., 2016; Sutter & Bender, 2021; Tekten Aksürmeli & Beşirli, 2019). Buradan hareketle Anadolu'yu ziyaret etmek isteyen vegan turist sayısında artış görüleceği ve veganların bölgeye gerçekleştirecekleri seyahatlerinde beslenmeyle ilgili birtakım zorluklarla karşılaşacakları düşünülmüştür. Literatür incelendiğinde veganlar üzerine yapılan çalışmaların daha çok beslenme kültürü, yemek çeşitleri ya da tercih ve tutumlar üzerine olduğu görülmüştür. Veganların turizm hareketliliklerinde (Barrero Toral, 2016; Fuste-Forne, 2021; Dilek & Dilek, 2020; Kansanen, 2013; Kara & Bilim, 2022; Ottenbacher vd., 2023; Tural, 2018) ve yiyecek içecek işletmelerinde (Ayyıldız & Ceyhun Sezgin, 2021; Kara & Bilim, 2022; Sünnetçioğlu vd., 2017; Yılmaz & Albayrak, 2023) beslenmeleri ile ilgili yaşadıkları sorunlar üzerine az sayıda çalışmaya ulaşılmış, Anadolu'da ise bu konunun ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada, veganların hayvansal gıda temelli beslenme ve mutfak kültürüne sahip Anadolu'nun çeşitli bölgelerine gerçekleştirdikleri seyahatlerde ve katıldıkları turlarda beslenmeyle ilgili karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca bu sorunların giderilmesi amacıyla ne gibi uygulamalar yapılması gerektiği ortaya konularak veganların

memnuniyet düzeyinin artırılması ve bölge işletmelerinin veganlığa bakışına ışık tutarak bölge turizmüne katkı sağlanması amaçlanmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

Veganlık; hayvanların insanlar tarafından zulüm görmesine, sömürülmesine ve kullanılmasına karşı çıkan bir felsefe ve yaşam biçimi olarak tanımlanmaktadır (Gelderloos, 2011; Tunçay Son & Bulut, 2016; Tekten Aksürmeli & Beşirli, 2019). Veganizm olarak da bilinen veganlık felsefesi; hayvan refahı ve çevrenin yararı için hayvansız alternatiflerin geliştirilmesini ve kullanılmasını teşvik eden bir yaklaşımdır (The Vegan Society, 2023) Et elde etmek için hayvanların acı çekerek öldürülmesi düşüncesiyle ahlaki kaygılar, et tüketiminin doğal kaynakları tüketmesiyle ilgili sürdürülebilirlik kaygıları, dini inanışlar, feminist düşünce, et tüketiminin bazı hastalıklara yol açtığı düşüncesiyle sağlık kaygıları, eti hastalık bulaştırıcı ve tiksindirici olarak görme gibi birçok nedenle vegan felsefesi benimsenebilmektedir (Beardsworth & Keil, 2011:378-384; Kansanen, 2013:9). Tüm veganların ortak noktası et ve et ürünleri (balık, kabuklu deniz ürünleri ve böcekler dahil), süt ve süt ürünleri, yumurta ve bal gibi hayvanlardan elde edilen tüm gıda ürünlerini tüketmekten kaçınan, bitki temelli bir diyetle beslenmenin yanı sıra; hayvanlardan elde edilen malzemelerden (kozmetik, ilaç, temizlik ve tekstil malzemeleri vb.), hayvanlar üzerinde test edilen ürünlerden ve hayvanları eğlence amaçlı kullanan mekanlardan ve etkinliklerden uzak durmaktır (Tural, 2018; The Vegan Society, 2023). The Vegan Society'nin kurucularından olan Donald Watson tarafından veganlık; *"hayvanlar alemine dair sömürü ve zulmün tüm biçimlerini dışlamanın ve yaşamı gözetmenin yoludur. Et, balık, kümes hayvanı, yumurta, bal, hayvansal süt ve türevlerini dışlayıp, bitkiler aleminin ürünleriyle yaşamayı ve tamamen ya da kısmen hayvanlardan üretilen tüm ticari malların alternatiflerini kullanmak şeklinde pratiğe dökülür"* olarak tanımlanmıştır (Tunçay Son & Bulut, 2016). Watson'ın bu tanımı, vejetaryenler ile veganları net bir şekilde birbirinden ayırmaktadır (Seçim vd., 2022).

Vejetaryen ve vegan kelimeleri; sağlıklı, hayat dolu ve canlı anlamına gelen Latince "vegetus" kelimesinden türemiştir 1944 yılında Watson tarafından ortaya atılan veganlık kavramının çıkış noktası; vejetaryen topluluğunun içinde yumurta ve süt ürünleri de dahil olmak üzere hiçbir şekilde hayvansal ürün tüketmeyi ve kullanmayı kabul etmeyen bir grubun ayrılarak, kendilerine vegan topluluğu adını verdikleri yeni bir grup oluşturmalarıdır (Vegetarian Society, 2023). Vegan kelimesi 1944 yılında ilk defa Donald Watson tarafından kullanılmış olmasına karşın bu kültürün insanlar tarafından benimsenmesi çok daha eskilere dayanmaktadır (Malek, 2016; Dilek, 2018). Örneğin, vejetaryenlikle ilgili en eski bilgiler milattan önce 400'lü yıllarda yaşamış olan ünlü Antik Yunan matematikçisi Pisagor'un eserlerinde rastlanmaktadır. Bilinen ilk vejetaryenlerden olan Pisagor, bitki bazlı beslenme şeklinin sağlıklı olduğundan, insan vücuduna ve ruhuna faydalı olduğundan bahsetmiştir. Hinduizm ve Budizm gibi dinlerde ise hayvanların eziyet görmediği ve insanlar tarafından kullanılmadığı bir hayat düzeninin iyileştirici olduğu öğütlenmektedir. Bu anlayışa tamamen zıt bir görüşü benimseyen "Türcülük" terimi,

insanların kendini diğer canlılardan üstün görerek bunun doğanın dengesi olduğunu savunmalarını ve hayvanlardan faydalanma hakkına sahip olduklarını düşünmelerini ifade etmektedir (Gök, 2019). Bu durum, insanlar tarafından hayvanlar arasında adaletsiz bir şekilde tercih yapılarak kurban edilmelerinin ve her türlü amaç için sömürülmesinin normalleştirilmesi olarak açıklanmaktadır. Vegan düşünce türçülüğe, ırkçılığa ve cinsiyet ayrımcılığına karşı durmakta; her ne gerekçeyle olursa olsun hayvanların insanlar tarafından kullanılmasını reddetmektedir (Tunçay Son, 2016). Beslenme açısından ise hayvanlardan elde edilen tüm ürünlerden vazgeçmeyi ve uzak durmayı benimsemektedir (The Vegan Society, 2023). Hayvansal kaynaklı gıdalar yerine yalnızca tahıllar, baklagiller, kabuklu yemişler, sebze ve meyvelerin tüketilmesini kabul eden vegan beslenme anlayışı (Melina vd., 2016); kendi içinde 3 gruba ayrılmaktadır (Karabudak, 2012; Seçim vd., 2022; Öztürk, 2023):

*Frutivaryanlar (Meyveciler)*; yalnızca meyve ve meyve olarak kabul edilen sebzelerle (domates, biber, salatalık vb.) beslenen gruptur. Kendiliğinden yere düşen meyveleri tüketirler. Tükettikleri gıdaların tekrar toprağa dönerek yaşam döngüsünün devam etmesi gerektiği inancındadırlar.

*Ravistler (Çiğ beslenenler)*; gıdaların çiğ olarak tüketilmesini ve 45 dereceden daha yüksek sıcaklıkta pişirilmemesi gerektiğini savunurlar. Filizlenmiş tahıllar, suda bekletilmiş çekirdek, pirinç ve fıstık gibi gıdalarla beslenirler.

*Zenmakrobiyotikler*; yalnızca meyve, sebze, baklagiller ve tahıl tüketirler.

Yapılan çalışmalarda bitki temelli beslenmenin hayvansal ürünler bakımından zengin diyetlerle karşılaştırıldığında, daha sağlıklı olduğu ve daha az doğal kaynak kullanarak çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunduğu belirlenmiştir (Sabate, 2003). Shipman (2021)'e göre, iyi bir planlama yapılırsa bazı hastalıkların önlenmesi ve tedavi edilmesinde vegan beslenme faydalı olmaktadır. Ayrıca veganların kalp, tansiyon, şeker gibi hastalıklara, obezite ve bazı kanser türlerine karşı daha düşük risk altında olduğu (Sabate, 2003; Melina vd., 2016) ve bitkisel temelli beslenmenin hastalıkların önlenmesinde olumlu etkilere sahip olduğu bildirilmiştir (Leitzmann, 2014; Seçim vd., 2022). Vegan beslenme, bitkilerde bulunan antioksidan vitaminler ve fito kimyasallar yönünden zengindir. Ancak hayvansal ürünlerde yüksek miktarda bulunan demir, kalsiyum, çinko, D vitamini ve B12 vitamininden yoksun kalınması veganların en önemli sağlık kaygılarından (Craig vd., 2021; Seçim vd., 2022).

Sağlık, sürdürülebilirlik, hayvan refahı ve etik konularında bilinç düzeyinin ve farkındalığının artması, vegan felsefesinin yayılmasında büyük rol oynamıştır (Malek, 2016). Her ne kadar net bir sayı vermek mümkün olmasa da yapılan araştırmalar, dünya üzerindeki vegan sayısının 79 milyon olduğunu ve giderek arttığını göstermektedir. İngiltere'de yapılan bir araştırma, 2006 ile 2018 yılları arasında vegan sayısının ülkede 4 kat artış gösterdiğini ortaya koymuştur (Brown, 2022). Avrupa'da yapılan ve Türkiye'nin de dâhil olduğu bir araştırmanın sonuçlarına göre ise, Türkiye'deki vegan sayısı ülke nüfusunun %3'ü kadardır. Görülen bu artışla orantılı olarak, 2025 yılında vegan ürün pazarı büyüklüğünün 25 milyar dolara ulaşacağı öngörülmektedir (Para Dergi,

2022). Ayrıca Google verileri; veganizm terimi aramasının 2014'ten 2019'a kadar %580 artış gösterdiğini, 2019 yılı sonunda veganizm aramasının vejetaryen ve cruelty-free (hayvanlar üzerinde test edilmeden üretilen ürünler) aramaları toplamının yaklaşık 5 kat fazlasına ulaştığını göstermektedir (K2 Haber, 2020). 2022 yılında yapılan bir pazar araştırması Türkiye'de her bin kişiden otuzunun vegan olduğunu, 2023 yılında yapılan çalışmalar ise dünyadaki vegan tüketici sayısının 88 milyon civarına ulaştığını ortaya koymaktadır (Demirkılıç, 2024).

Veganlığın dünya üzerinde giderek yaygınlaşmasıyla özellikle büyükşehirlerde vegan restoranların açıldığı, menülerinde vegan yiyecek ve içecekler yer veren işletme sayısının giderek fazlaştığı görülmektedir. Otellerden fast-food restoranlarına kadar birçok yiyecek içecek işletmesi, menülerinde vejetaryen ve vegan seçenekler sunmaktadır. Ancak bu gelişmelere rağmen farklı kültürlerle sahip destinasyonlara seyahatlerinde veganların kendilerine uygun yiyecek bulmakta zorlandıkları da dikkat çekmektedir (Fusté-Forné, 2021; Yılmaz & Albayrak, 2023). Öyle ki beslenme kaygısının vejetaryen bireylerin seyahat motivasyonlarını negatif yönde etkilediği (Huang vd., 2020), vegan turistlerin seyahatlerinde yiyeceklerini yanlarında götürdüğü bilinmektedir (Barrero Toral, 2016). Ayrıca bazı vegan turistler, menülerinde vegan ürünlere yer veren restoranların bu ürünlerin hazırlık ve pişirme aşamalarında kullandıkları ekipmanların diğer ürünlerle ortak kullanıldığından şüphe duyduklarını ifade etmektedir (Sünnetçioğlu vd., 2017). Bu bağlamda veganların özellikle hayvansal gıda temelli bir beslenme ve mutfak kültürüne sahip olan Anadolu'nun çeşitli bölgelerine gerçekleştirdikleri seyahatlerde ve katıldıkları turlarda beslenmeyle ilgili sorunlar yaşaması mümkündür.-

Anadolu; sahip olduğu coğrafi konumu, yüzyıllar boyunca birçok medeniyeti topraklarında barındırması, baharat ve ipek yolunu kullanarak ticaret yapanların uğrak noktası olması sebebiyle gastro rotalar için oldukça elverişlidir (Aksoy & Sezgi, 2015). Zira insanlar sadece yemek yemek için günübirlik düzenlenen turlara katılmakta; gastronomi turizmi, turizm hareketliliği içinde Türkiye için gün geçtikçe önem kazanan bir kavram haline gelmektedir. Anadolu coğrafyası; iklimsel yapısı, coğrafi konumu ve bereketli topraklarıyla tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmıştır. Bu durumun bir yansıması olarak, zaman içinde yaşanan kültürel etkileşim zengin bir mutfak kültürünün oluşmasına zemin hazırlamıştır (Aksoy & Sezgi, 2015). Yöresel mutfak, bir yörenin sahip olduğu kültürel kimliği ve değerlerini eşsiz kılan ve diğerlerinden ayıran en önemli unsurlardan biridir (Göker, 2011).

Anadolu mutfak kültürüne bakıldığında, beslenmenin hayvansal gıda ağırlıklı olduğu görülmektedir (Ertaş & Gezmen Karadağ, 2013). Bu durumun ortaya çıkmasında üretim yapısı ve halkın geçim kaynakları gibi faktörlerin belirleyici olduğu bilinmektedir. Bölgede hayvancılık önemli bir geçim kaynağı olarak öne çıkmakta ve Anadolu mutfacı hayvansal gıda ağırlıklı bir görünüm kazanmaktadır. Yörede küçükbaş hayvan yetiştiriciliğinin bölge halkının geçim kaynaklarından biri olması, mutfakta koyun eti kullanımının ilk sırada olmasıyla kendini göstermektedir. Süt ürünleri de Anadolu mutfak kültüründe önemli bir yere sahip diğer bir

hayvansal kaynaklı üründür. Yemeklerde yağ olarak hayvansal katı yağların (tereyağı, sade yağ, kuyruk yağı gibi) kullanımının oldukça fazla olduğu da görülmektedir (Akman, 1998; Denizer, 2008). Mardin’de hemen her yemek et ve süt ürünlerini içermekte, Gaziantep’te et ve sebze yemekleri yoğurt eklenerek pişirilmekte, Şanlıurfa’nın en bilinen yemeklerinden olan kebab ve lahmacun yöre halkı tarafından her gün tüketilmekte, Diyarbakır’da ise etli sebze yemekleri en çok pişirilen yemekler arasında yer almaktadır (Altınel, 2009; Aksoy & Sezgi, 2015). Anadolu mutfağında hayvansal kaynaklı ürünlerin oldukça fazla kullanılmasının, vegan beslenme anlayışını benimseyen turistlerin bölgeye seyahat etme motivasyonları üzerinde olumsuz etki gösterebileceği düşünülmüştür.

### 3. Yöntem

Bu çalışma, vegan beslenme anlayışını benimseyen bireylerin Anadolu seyahatlerinde yaşadıkları düşünülen beslenme sorunlarından hareket edilerek planlanmıştır. Anadolu’ya seyahat etmiş ve grup turlarına katılmış olan vegan turistlerin karşılaştıkları beslenme güçlüklerine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmanın deseni; belirli bir sistemin çalışması ve işleyişi hakkında bilgi edinmek amacıyla çoklu veri toplanarak sistemin derinlemesine analiz edilmesini hedefleyen durum çalışmasıdır (Chmiliar, 2010; Subaşı & Okumuş, 2017). Çalışmanın evrenini ise Anadolu turlarına katılmış olan vegan turistler oluşturmaktadır. Bölgeye seyahat eden turistler içerisinde vegan olanların sayısının tespit edilmesi ve hepsine ulaşılması mümkün değildir. Örneklemin belirlenmesinde evrenin kısıtlılığına bağlı olarak olasılık dışı örnekleme yöntemlerinden kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kartopu örnekleme; nadir karşılaşılan durumlar araştırılırken öncelikle bu özelliğe sahip bir kişiyle iletişime geçilerek, sonrasında bu kişinin yardımıyla diğer kişilerle görüşülerek zincirleme olarak örnekleme oluşturma şeklinde bir rastlantısal olmayan örnekleme yöntemidir (Kılıç, 2013). Çalışmada kartopu örneklemenin doğrusal kartopu örnekleme çeşidi kullanılmış; bu amaçla öncelikle Anadolu turlarına katılmış olan üç vegan kişiye ulaşılmış, sonrasında bu kişilerin tanıdıkları ile iletişime geçilerek toplam 9 kişiden veri toplanmıştır. Veriler 2023 yılı ağustos ve eylül ayları arasında, daha önce Anadolu’nun çeşitli bölgelerine düzenlenen turlara katılmış olan kişilerden elde edilmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Doküman analizi, gözlem, mülakat gibi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı nitel araştırma; sosyal gerçekliğin ve davranışların arkasında yatan sebeplerin araştırılmasını amaçlayan bir araştırma çeşididir (Yıldırım & Şimşek, 2008). Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış mülakat yönteminden faydalanılmış olup, veriler çeşitlendirilerek çalışma konusuyla ilgili derinlemesine bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. Literatür taraması ve uzman görüşü neticesinde hazırlanan 5 sorudan oluşan bir soru formu ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir:

S.1. Kendinizi kısaca tanıtır mısınız? (Demografik karakteristikler; adı-soyadı, yaş, cinsiyet, meslek, doğum yeri, eğitim durumu, beslenme ve yaşam tarzı)

S.2. Beslenme kültürünüz hakkında bilgi verir misiniz?

S.3. Katıldığınız Anadolu turlarında vegan beslenme tercihinizle ilgili herhangi bir zorlukla karşılaştığınız oldu mu?

S.4. Katıldığınız Anadolu turlarında beslenmeniz ile ilgili ne gibi sorunlarla karşı karşıya kaldığınızı açıklar mısınız?

S.5. Vegan bir birey olarak beslenme ile ilgili Anadolu turlarında yaşanan sorunların giderilmesi için ne tür çözüm önerileri sunarsınız?

Katılımcıların verdiği cevaplar numaralandırılarak bulgular bölümünde bu cevaplardan örnekler (K.1, K.2, K.3 vb.) verilmiştir. Bu sorularla Anadolu’nun çeşitli bölgelerine düzenlenen turlara katılmış olan turistlerin yaşamış olduğu tecrübeler ile vegan beslenme konusundaki farkındalıkları, karşılaştıkları beslenme güçlükleri ve kişisel çözüm önerileri hakkında bilgi sahibi olunması amaçlanmıştır. Elde edilen verilerin analizinde içerik analizi yönteminden yararlanılmış olup, analiz sürecinde MAXQDA programı kullanılmıştır. Katılımcıların cevapları ses kayıt cihazı ile kaydedilmiş, sonrasında programa aktarılmıştır. Elde edilen veriler, yöneltilen sorular kapsamında belirlenen temalara aktararak kodlar oluşturulmuştur. Veri toplama araç ve yöntemleri ile ilgili çalışmanın yürütülebilmesi için İstanbul Esenyurt Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı’ndan 27/07/2023 tarihli ve 2023/07-15 no’lu etik kurul onayı alınmıştır.

### 4. Bulgular

Çalışmada nitel veri analizinde yararlanılan üç yöntem de kullanılmıştır. Katılımcıların cevaplarından alıntı yapılarak veriler betimsel olarak sunulmuş, temalar ve kodlar belirlenerek bu tema ve kodların birbirleriyle olan ilişkisi gösterilmiş ve son olarak veriler yorumlanarak analiz edilmiştir. Mülakat sonucu katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili elde edilen verilere göre 9 katılımcıdan 6’sı kadın, 3’ü erkek olup tamamının 28 yaşından büyük ve lisans mezunu olduğu görülmüştür.

Katılımcılardan elde edilen veriler, belirlenen tema ve kodlar yardımıyla 4 aşamada incelenmiştir. Öncelikle literatür bilgisi ve uzman görüşleri alınarak “vegan, ürün, tur, vejetaryen, restoran, beslenme ve bölge” den oluşan 7 ana tema belirlenmiştir. Mülakat verileri cümleler halinde bu temalara yerleştirilerek toplam 284 adet kod üretilmiştir. Vegan kelimesi 62 kez, beslenme kelimesi 55 kez, tur kelimesi 52 kez, ürün kelimesi 40 kez, bölge kelimesi 32 kez, vejetaryen kelimesi 23 kez ve restoran kelimesi 20 kez katılımcılar tarafından tekrar edilmiştir. Betimsel bulguların ortaya konulması amacıyla kelime bulutu kullanılmıştır. Sonrasında aynı verilerin kodlar içinde geçme durumunu gösteren ilişki haritası oluşturulmuş, haritadaki çizgilerin niteliğinden yola çıkarak kodlar arasındaki ilişkiler ve nedenleri değerlendirilmiştir. Son olarak temaların ve temalara bağlı alt kodların birbirleriyle olan ilişkisini gösteren modeller oluşturularak sonuçlar yorumlanmıştır.

Şekil 1’de katılımcıların Anadolu turlarında karşılaştıkları sorunları ifade ederken kullandıkları kelimelerin sıklığını belirten ve MAXQDA programının ürettiği bir içerik analizi

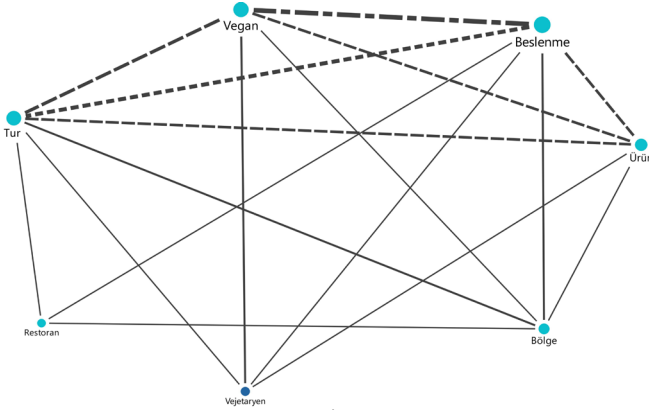
türü olan kelime bulutu gösterilmiştir. Kelime bulutunda kelimeler, tekrar edilme frekansı ile doğru orantılı olacak şekilde verilmiş olup, kelimelerin büyüklüğü katılımcılar tarafından daha sık tekrar edildiğini ifade etmektedir. Vegan,



**Şekil 1.** Kelime Bulutu

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur

yemek, beslenme, sorun, hayvansal, bölge, tur ve turist kelimeleri katılımcılar tarafından en çok tekrar edilen kelimeler olmuştur. Vegan kelimesi ise çalışmanın ana teması olması nedeniyle en çok tekrar edilen kelimedir. Katılımcılar tarafından vegan yemekler ve vegan beslenmeye ilişkin bölgede karşılaşılan sorunlarla ilgili yorumlar yapılmıştır. Katılımcılar, yemeklerin çoğunda hayvansal kaynaklı ürünlerin kullanıldığını ve bu nedenle beslenmeleri ile ilgili sorunlar yaşadıklarını ifade etmiştir. Vegan beslenme kültürüne sahip olan kişiler Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yeterli seçenek ve servisin bulunmaması sebebiyle zorluk yaşadıklarını; ancak turdan önce gidilecek otel, konaklama ve yeme-içme yerlerine önceden haber verilerek hazırlık yaptırılması halinde sorun yaşamadıklarını aktarmışlardır. Damak, turizm, genel, bilgi, yaşam, Anadolu ve Türkiye kelimeleri ise katılımcılar tarafından nispeten daha az tekrarlanan kelimeler olmuştur.



**Şekil 2.** Kod İlişki Haritası

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur

Kodların birbirleriyle olan ilişkisi ise Şekil 2'deki kod ilişki haritası ile gösterilmiştir. Kodlar birbirlerine çizgilerle bağlanmış olup, bu çizgilerin kalınlığı kodlar arasındaki etki şiddetini ifade etmektedir. 1 ile 7 arasında değerlendirilen bu etki şiddetine göre; veganların Anadolu turlarında karşılaştıkları sorunları değerlendirirken en çok vegan ve beslenme kelimelerini bir arada kullandığı görülmektedir. Katılımcılar, turlarda yaşadıkları beslenme sorunlarından

bahsetmişler ve özellikle vegan olmalarından kaynaklı olarak karşılaştıkları beslenme zorluklarına değinmişlerdir. Ayrıca restoranlarda vegan ürünlere sahip menülerin bulunmamasını vurgulamışlardır. Katılımcıların bazıları Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde kendilerine uygun ürün bulabilme fırsatlarının olduğunu ve sorun yaşamadıklarını savunurken; bazıları ise bu konuda bölgede büyük bir bilgi eksikliği olduğunu, kısa zamanda bir yenilik ve gelişme olamayacağını düşündüklerini aktarmışlardır. Vegan ve tur kelimeleri ile tur ve beslenme kelimeleri arasındaki ilişki düzeyi 6 şiddetinde ölçülmüş, tur ve ürün, vegan ve ürün, beslenme ve ürün kelimeleri arasındaki ilişki düzeyi ise 5 olarak belirlenmiştir.

Kod Sistemi	Ürün	Tur	Vejeta..	Resto..	Vegan	Besle..	Bölge
Ürün		26	16	9	26	29	16
Tur	26		12	14	32	36	22
Vejetaryen	16	12		5	20	16	6
Restoran	9	14	5		10	12	13
Vegan	26	32	20	10		42	17
Beslenme	29	36	16	12	42		20
Bölge	16	22	6	13	17	20	

**Şekil 3.** Kodlar Arası İlişki Tarayıcısı

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur

Şekil 3'te kodlar arası ilişki tarayıcısı gösterilmiş olup; kodların çapraz bağlantılarında bulunan sayılar, bu kodların birlikte tekrar edilme sayısını ifade etmektedir. Kodlar arasındaki ilişki düzeyini gösteren kodlar arası ilişki tarayıcısına göre; bu sayılar ne kadar fazla ise kodlar arasındaki ilişki düzeyi o derece güçlü, ne kadar az ise ilişki o derece zayıftır. Bu bağlamda en kuvvetli ilişki, katılımcılar tarafından aynı anda 42 kez tekrar edilen vegan ve beslenme kelimeleri arasındadır. Bu iki kod arasındaki ilişkinin kuvveti, kod ilişki haritasında aynı şekilde gösterilmiştir. Tur ve beslenme arasında da benzer şekilde kuvvetli bir ilişki vardır. Bu ilişkileri vegan ve tur, beslenme ve ürün, bölge ve tur ile vejetaryen ve vegan arasındaki ilişkiler takip etmektedir. Vegan ve restoran, ürün ve restoran, vejetaryen ve bölge ile vejetaryen ve restoran arasındaki ilişkilerin ise nispeten daha zayıf olduğu görülmüştür.

Katılımcıların tamamı Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgesine düzenlenmiş turlara katılmış olup, sorulara verilen cevapların bu iki bölge üzerinde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Katılımcılar tarafından en çok vurgulanan sorunlar; bu bölgelere özgü yemeklerin çoğunda hayvansal ürünler kullanılması, bu nedenle yanlarında vegan yiyecekler götürmek zorunda kaldıkları, veganlık kavramının bölgede bilinmiyor olması, yiyecek içecek işletmelerinin çoğunun menülerinde vegan yemekler bulunmaması, alternatif olarak önerilen ürünlerin ise aynı yerde ve aynı ekipmanlar kullanılarak pişirilmesi olmuştur. Katılımcılardan Anadolu turlarında araştırma konusuyla ilgili zorluk yaşayıp yaşamadıkları, yaşadılarsa bu zorluklardan bahsetmeleri istenmesi üzerine katılımcılardan bazılarının verdiği cevaplar şu şekildedir:

*K.1: "Katıldığım turlarda beslenme ile ilgili bazen sorunlarla karşılaşıyorum. Yöreye özgü yemeklerin çoğunda hayvansal ürünlerin kullanılması, yemeklerde et olmasa bile tereyağı gibi hayvansal yağların kullanılması benim için en önemli sıkıntılar. Ayrıca kullanılan baharatların ana yemeğe olan etkisi, özellikle Güneydoğu Anadolu'da acı ve baharatın yoğun kullanılması, pişirme yöntemlerinin sağlıklı olmama*

*durumu, gluten içeren yiyeceklerin yoğun olması gibi... Çünkü aynı zamanda glütensiz beslenmeye çalışıyorum”*

*K.4: “Şu ana kadar hiç yaşamadım. Raw vegan olduğum için gittiğim her yerde kendime uygun yiyecek bir şeyler bulabiliyorum. Genelde salatalık ve domatesle besleniyorum, her yerde bulunabilen ürünler”*

*K.6: “Vegan yaşam tarzını tercih etmiş olan kişilere saygı duyulmakla beraber ne kadar büyük bir külfeti de beraberinde getirdiği çok iyi bilinmiyor. Ben Diyarbakır’a gittiğimde kendi yemeğimi yanımda götürmüştüm. Sanırım tam olarak bilmiyorlar. Çünkü restoranlarda ben veganım, hayvansal ürün tüketmiyorum dediğimde, bana alternatif olarak etlerin yanında servis edilen bulgur pilavı gibi yan ürünleri önerdiler. Aynı yerde piştiği için ve nasıl bir yağ kullandıklarını bilmediğim için yemek istemedim. Menüüzde vegan ürünleriniz var mı diye sorunca garson maalesef diye cevap vermişti. Doğuda içerisinde hayvansal ürün barındırmayan besin bulabilmek neredeyse imkânsız denilebilir. Fakat ülkemizde bilindiği üzere bütün bölgelerde bu tarz servis sunan yerler bulmak da çok kolay sayılmaz”*

*K.7: “Ben bundan 15 yıl kadar önce GAP turuna katılmıştım. Geçen sene de Mardin turuna katıldım. Aslında bana uygun yiyecek bulma konusunda zor bir bölge olsa da yıllar içinde insanlar da işletmeler de gayet iyi öğrenmişler. Zaten Mardin’de asla sorun değil. Mardin’de vegan restoran bile var.”*

Katılımcıların beslenme sorununun giderilmesi ve çözüm önerileri ile ilgili öne çıkan ifadeleri ise şu şekildedir:

*K.2: “Aslında birçok bölgede bu sorunun üstesinden gelebiliyorum. Ama bu noktada restoran açısından kısır olan bölgelerde veganların sayısının nispeten daha düşük olmasından ötürü yerel işletmelerin ticari kaygılarla genele hitap etme eğilimi dolayısıyla bu sorunun tamamen düzeltilebileceğini düşünmüyorum”*

*K.3: “Türkiye coğrafyası çok büyük alana yayılmış bir coğrafya ve bu büyük alanın her yerinde vegan ya da vejetaryen yoğunluğu eşit derecede değil. Dolayısıyla büyük şehirlerde gördüğümüz veganlara uygun yeme içme servisi yapan işletmelere daha küçük şehirlerde maalesef ki karşılaşılmıyor. Bu konuda işletmenin devamlılığı açısından ekonomik kaygıların da önemli olduğunu unutmamak gerekir. Bu tarz beslenme konusunda daha bilinçli bir toplum oluşturarak bu sorunun giderilmesi açısından ileride büyük adımlar atılacaktır diye düşünüyorum. Antep seyahatimde aç kalmadığımı da büyük bir mutlulukla belirtmek isterim.”*

*K.5: “Bu konunun çözümü Türkiye’de çok zor. Türkiye aslında vegan cenneti olabilecek bir ülke. Kötü şeyler yaşamadan anlamayan bir milletiz. Dibe vurunca hayvan zulmünü, her türlü sıkıntının nereden kaynaklandığını anlayacak ve kendileri çözecekler ve ben inanıyorum ki bir gün tüm dünya mecburen vegan olacak. Ben vegan olarak kendi özel yaşamımda yalnızca vegan bir dükkândan alışveriş yapıyorum. Anadolu’ya seyahat ettiğimde de herhangi bir sıkıntı yaşamadım. Ama çok fazla yemek derdim olmadığı için. Her zaman kendime göre bir şeyler buluyorum. İşletmeler de uyum sağlamaya çalışıyor. Ben aslında her şeyin et ağırlıklı olmasını iğrenç buluyorum açık söyleyeyim. En et seven insan*

*bile bir süre sonra yeter diyor ve yiyemiyor. Mardin’de vegan restoranlar olduğunu duydum ama hiç gitmedim”*

*K.8: “Ana yemek yerine et yanında servis edilen pilav vb. yemeklerin porsiyon miktarını artırmak sureti ile çözüm sunmaya çalışıyorlar. Ancak bu ürünler de genelde hayvansal yağ içeriyor. Bence eğer turla gidiliyorsa önceden vegan olduğunuzu söylemeniz gerek. Mesela yurt dışı uçuşlarda uçaklarda böyle bir imkân var. Önceden söylenirse turlarla gidilen restoranlarda ve kalınacak otelde veganlar için ayrıcalıklı menü çıkarmaları istenebilir. Günümüzde hayvansal gıdalara yönelik hem damak tadı hem sağlık hem de kimi politik sebeplerle karşı duruş artmaktadır. Dolayısıyla ziyaret edilen bölgenin mutfağına yönelik kapsamlı bir araştırma yapılmalı, vegan restoran varsa internetten araştırılarak bulunabilir”*

## 5. Sonuç ve Tartışma

Seyahat edilen destinasyonlarda ve gidilen mekanlarda yemek olgusu insanlar için yaşanan deneyimin önemli bir parçasını oluşturmakta, özellikle gastronomi turizminde turlara katılan bireyler beslenmelerini merkeze alan bir düşünceyle hareket etmektedir. Veganlar da diğer turistler kadar yeni deneyimler ve yeni tatlar keşfetme motivasyonu ile seyahat edebilmekte iken (Barrero Toral, 2016), bazen bu durum onlar için engel teşkil edebilmektedir (Huang vd., 2020). Dolayısıyla Anadolu’nun çeşitli bölgelerini ziyaret eden genel turist potansiyeli baz alındığında her ne kadar vegan sayısı tura katılanların içinde az sayıda olsa da müşteri memnuniyeti açısından işletmeler mutlaka veganlar gibi farklı beslenme anlayışını benimsemiş kişilere de hitap etmelidir. İşletmelerin hem müşterilerinin memnuniyet seviyesini artırmak hem de onlara unutulmaz bir deneyim yaşatabilmek için yemeğin ne kadar önemli bir kavram olduğunu göz önünde bulundurması gerekir. Ayrıca veganların seyahat edecekleri destinasyonda beslenmeleri ile ilgili sorun yaşamayacaklarını önceden bilerek hareket etmesi onları hem rahatlatacak hem de memnuniyet seviyelerini yükseltecektir.

Dünya üzerine pek çok kişinin benimsediği bu kültür ve kolektif hareketin turistik çekiciliği yüksek olan Anadolu Bölgesinde de anlaşılabilir şekilde benimsenmesi ve bu doğrultuda hareket edilmesi bölgenin turizm hareketliliği açısından oldukça önemlidir. Vegan beslenme tarzının günümüzde büyükşehirlerde giderek daha da popüler hale geldiği, yalnızca vegan menülerin sunulduğu restoranların sayısının giderek artış gösterdiği, restoran ve kafelerin menülerini yenileyerek veganlara özel ürünler eklediği görülmektedir (Tekten Aksürmeli & Beşirli, 2019; Yılmaz & Albayrak, 2023). Ancak Anadolu gibi hayvansal ürün temelli beslenme kültürüne sahip destinasyonlarda, özellikle de küçük şehirlerde bu durumla karşılaşmak çok da mümkün olmamaktadır. Turistler için yemek; bazen seyahat deneyimlerinin bir parçası olabilmekte iken, bazen de gastronomi turizminde olduğu gibi esas amacı olabilmektedir (Hall & Sharples, 2008). Bu perspektiften bakıldığında Anadolu turlarına katılan veganlar için yemeğin ana çekicilik unsuru olması beklenemez.

Anadolu seyahatlerinde beslenme ile ilgili sorun yaşamadığını ifade eden katılımcılar, bunun nedeninin az beslenmeleri ya da yiyeceklerini yanlarında getirmeleri olduğunu ifade etmiştir. Barrero Toral (2016) da kruvaziyer turizmine katılan vegan



turistler üzerine yaptığı çalışmasında; vegan turistlerin büyük bir çoğunluğunun yiyeceklerini yanlarında getirdiklerini, bir kısmının ise kendilerine vegan olarak servis edilen tabakları vegan ürünlerden oluştuğundan emin olmadıkları halde tüketmek zorunda kaldıklarına dikkat çekmiştir. Kansanen (2013) tarafından yapılan çalışmada, veganların menüde vegan ürünler bulunmadığında hayvansal ürünler tüketmek suretiyle vegan yaşam tarzının dışına çıkmak durumunda kaldıkları bildirilmiş, ancak bu çalışmadaki katılımcıların hiçbiri bu yönde fikir beyanında bulunmamıştır. Başka bir çalışmada ise menüde vegan olduğu net olarak belirtilmeyen ürünlerin veganlar tarafından tercih edilmediği belirtilmiştir (Eryücel vd., 2020). Bu bağlamda menüde bulunan vegan ürünlerin ve içeriklerinin anlaşılır bir şekilde gösterilmesi gerekmektedir. Böylece güven sorunu ortadan kaldırılarak vegan turistlerin kendini daha rahat ve mutlu hissetmesi sağlanabilir (Ayyıldız & Ceyhun Sezgin, 2021).

Katılımcıların bazıları menülerinde vegan içerikli ürünlere sahip restoranları tercih ettiklerini ancak buna rağmen vegan olmayan yemeklerle aynı yerde pişirilmesinden rahatsızlık duyduklarını belirtmiştir. Sünnetçioğlu vd. (2017) de veganların restoranlarda yaşadıkları sorunları değerlendirdikleri çalışmalarında benzer sonuçlara ulaşmıştır. Vegan beslenme konusunda tespit edilen bu sorunlara işletme özelinde çözüm üretenler de olmasına rağmen, henüz sayıca az oldukları ve Anadolu'nun geneline yayılmış olmadıkları görülmektedir. Bu farkındalık bölgede her ne kadar yavaş seyretden de turizm hareketliliğinin yoğun olduğu Mardin (4 adet), Gaziantep (5 adet), Diyarbakır (2 adet), Şanlıurfa (3 adet) gibi şehirlerde vegan restoranlar açıldığı da bilinmektedir. Bu restoranlarda vegan içli köfte, vegan lahmacun gibi yöresel lezzetlerin vegan yorumlarının yanında vegan burger, vegan sucuk ve vegan peynirler servis edilmektedir (Happy Cow, 2023). Seyahat acenteleri ve tur rehberlerinin bu konudaki rolü de oldukça önemlidir. Zira tura katılacak kişilerin beslenme tercihlerinin önceden belirlenmesi, vegan turistlerin beslenme tarzına uygun mekanların seçilmesi, konaklama tesislerine ve restoranlara önceden haber verilerek uygun menüler hazırlanması kolaylık sağlayacaktır. Vegan turist potansiyelini değerlendirerek, veganların ihtiyaç ve taleplerini karşılayacak şekilde hareket eden yiyecek içecek işletmeleri bu konuda ön plana çıkacaktır. Ayrıca veganlar bölgeye seyahat etmeden önce web sayfalarından, sosyal medya hesaplarından ve seyahat bloglarından faydalanarak, daha önce bölgeye giden veganların yorumlarını inceleyerek yemek yemek için nereleri tercih ettiğini tespit edebilirler.

### 5.1. Pratik Çıkarımlar

Çalışmada elde edilen bulgulara göre Anadolu yemek kültürünün hayvansal kaynaklı ürünlere dayanması; yemeklerin çoğunda özellikle kırmızı et, tavuk, yumurta, süt ve süt ürünleri kullanılması Anadolu turlarına katılan veganların beslenme konusunda yaşadıkları en önemli sorundur. Tespit edilen bir diğer sorun da bölge halkının ve işletme sahiplerinin yeniliklere açık olmamasıdır. Vegan bireylerin ifadelerine göre bölgede çoğu insanın vegan kültürü hakkında bilgi sahibi olmadığı ve yakın zamanda bu yönde hızlı ilerlemeler kaydedilemeyeceği yönündedir. Sorunun temelinde bölgedeki yöresel yiyecek içecek işletmelerinin

çoğunlukla geleneksel bir bakış açısıyla duruma yaklaşması, alışlagelmiş konseptlerinin ve menülerinin dışına çıkmayı reddetmeleri yatmaktadır. İşletmelerin vegan beslenme anlayışına daha ılıman bir bakış açısıyla yaklaşmaları ve menülerini bu yönde genişletmeleri faydalı olacaktır.

Vegan yaşam tarzını tercih etmiş olan kişilere saygı duyulması ve ne kadar büyük bir külfeti de beraberinde getirdiğinin bilinmesi gereklidir. Öyle ki katılımcıların ifadelerinde işletme çalışanlarının yaklaşım tarzıyla ilgili bazı olumsuz düşüncelere de yer verdikleri görülmüştür. Benzer şekilde Huang ve ark. (2020) çalışmalarında, vejetaryen bireyler için yemek olgusunun seyahat niyetleri üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu, yemek bulamamanın yanında kendilerini rahatsız ve yalnız hissettiklerini belirtmiştir. Bu bağlamda işletme çalışanlarına vegan kültürü hakkında eğitim verilmesi de faydalı olacaktır.

### 5.2. Teorik Çıkarımlar

Veganlık kavramı günümüzde popülaritesini artırmış olsa da hala bazı bölgelerde yeterince bilinmemekte (Uçan & Bozok, 2019) ve turizm sektöründe henüz istenilen ölçüde kendine yer edinmiş değil. Vegan tüketicilerin seyahat ve tüketim motivasyonları ile karşılıklarına çıkabilecek engellerin doğru şekilde değerlendirilerek hizmet ve alt yapı standartlarının bu doğrultuda geliştirilmesi, turizm pazarı ve ekonomisine şüphesiz büyük ölçüde katkı sağlayacaktır. Tespit edilen sorunların çözülmesi ve işletmelerin bu konuda bilinçlendirilmesi ile veganlar gibi farklı beslenme anlayışını benimseyen turistlerin bölge turizm pazarına çekilebileceği, daha sorunsuz bir deneyim geçirecekleri hatta tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti üzerinde bile etkili olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, bölgede bu talebe cevap verebilecek yatırımların yapılması ve gerekirse kamu otoriteleri tarafından bu yatırımların desteklenmesi çözüm önerisi olarak düşünülebilir.

### 5.3. Sınırlılıklar ve Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

Bu çalışmanın kısıtlılığı, katılımcıların Anadolu'nun doğu ve güneydoğu bölgelerine düzenlenen turlara katılmış olmasıdır. Türkiye'nin yedi bölgeden oluştuğu göz önünde bulundurulduğunda, ileride diğer bölgelerin de ele alındığı daha kapsamlı ve karşılaştırmalı araştırmaların yapılması önerilmektedir. Turizm açısından konunun önem taşımasından ötürü çalışmanın genişletilerek farklılaştırılmış ürün ve yöntemlerle değerlendirilmesinin hem turizm literatürüne hem de paydaşlarına büyük oranda katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

**Etik Beyan:** Bu çalışmada kullanılan veri toplama araç ve yöntemleri için İstanbul Esenyurt Üniversitesi Etik Kurul Başkanlığı'ndan 27/07/2023 tarihli ve 2023/07-15 no'lu etik kurul onayı alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

### Kaynakça

Akman, M. (1998). *Yabancı Turistlerin Türk Mutfağından Beklentileri, Yararlanma Durumları ve Türk Mutfağının Turizme Katkısı Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ev Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.

- Aksoy, M. & Sezgi, G. (2015). Gastronomi turizmi ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi gastronomik unsurları, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 79-89.
- Altınel, H. (2009). *Gastronomide Menü Yönetimi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ayyıldız, S. & Ceyhan Sezgin, A. (2021). Vejetaryen/vegan bireylerin yiyecek içecek işletmeleri tercihleri ve sorunları. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 1-16.
- Barrero Toral, M. (2016). *Vegan Menu as a Decisive Factor When Booking a Cruise Through The Baltic Sea*, Unpublished Bachelor's Thesis, Tampere University of Applied Sciences Degree Programme in Tourism, Finland.
- Bayrakdaroğlu, F., Marangoz, M., & Fırat, A. (2016). *Tüketim tarzı olarak vejetaryenlik: vegan ve vejetaryen tüketicilerin davranışlarına ilişkin netnografik bir inceleme*, 21. Pazarlama Kongresi, 6-8 Kasım 2016, ss. 293-296, Kütahya.
- Beardsworth, A. & Keil, T. (2011). *Yemek Sosyolojisi: Yemek ve Toplum Çalışmasına Bir Davet* (Çev.: Abdülbaki Dede), Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Brown, J. (2022, Eylül). *Vegan olmak sağlığa yararlı mı? BBC future*. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-60668342>.
- Chmiliar, I. (2010). Multiple-case Designs, İçinde, A.J. Mills, G. Eurepas & E. Wiebe (Ed.), *Encyclopedia of case study research*, ss.582-583, SAGE Yayınları, ABD.
- Craig W.J., Mangels A.R., Fresán U., Marsh K., Miles F.L., Saunders A.V., Haddad E.H., Heskey C.E., Johnston P. & Larson-Meyer, E. (2021). The safe and effective use of plant-based diets with guidelines for health professionals. *Nutrients*, 13, 1-29. <https://doi.org/10.3390/nu13114144>
- Demirkılıç, N. (2024, Mart). *Veganism, Mag Dergi*. <https://www.freanaturalz.com/blogs/kose-yazilari/mag-dergi%CC%87-mart-2024>
- Denizer, D. (2008). *Türk turizminin gelişmesinde Türk mutfağının önemi ve bugün için yapılması gerekenler*, II. Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler Bildirileri, 10-11 Nisan 2008, ss. 17-19, Antalya.
- Dilek, S. E., & Dilek, N. K. (2020). *Understanding veganism within sustainable tourism context*, 11. International Conference on Political Economy, 24-26 Haziran 2020, ss. 150-156, İstanbul.
- Dilek, S. E. (2018). Türkiye'de vejetaryen /vegan oteller mümkün mü? Kavramsal bir tartışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 19(1), 1-18. <https://doi.org/10.24889/ifede.401723>
- Ertay, Y. & Gezmen Karadağ, M. (2013). Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Erdoğan, Z. & Gürbüz, E. (2023). Vegan tüketim uygulamaları üzerinde sürdürülebilirlik yaklaşımı. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 16(3), 697-730.
- Eryücel, Ö., Yalçınkaya, T. & Küçükaltan, D. (2020). Restoran Çalışanlarının Bilgi ve Biliş Düzeylerinin Vegan/Vejetaryenler Tarafından Değerlendirilmesi. İçinde, Ş. Aydın, Y. Karakuş, Ö. Çoban ve N. Çalıskan (Eds.), *Gastronomi Turizmde Güncel Araştırmalar*, ss. 167-180, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Fusté-Forné, F. (2021). Vegan Food Tourism-Experiences and Implications. İçinde, L. Wright (Ed.), *The Routledge Handbook of Vegan Studies*, ss. 369-380, Routledge, Abingdon.
- Gelderloos, P. (2011). *Veganism: Why Not-An Anarchist Perspective*, <https://theanarchistlibrary.org/library/peter-gelderloos-veganism-why-not>, Erişim Tarihi: 11.06.2023
- Gök, Ö. (2019). Türkiye'de vegan sanat. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 43(1), 85-119.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Hall, C.M. & Sharples, L. (2008). Food Events and The Local Food Systems: Marketing, Management and Planning Issues. İçinde, C.M. Hall and L. Sharples (Eds.), *Food and Wine Festivals and Events Around the World: Development, Management and Markets* (1st. Baskı), Butterworth-Heinemann, Amsterdam.
- Happy Cow (2023, Ağustos). *Vegan & Vegetarian Restaurants in Turkey*, <https://www.happycow.net/asia/turkey/>, Erişim Tarihi: 07.08.2023.
- Huang, Y. C., Chen, L. H., Lu, C. W. & Shen, J. L. (2020). Being a vegetarian traveler is not easy. *British Food Journal*, 122(6), 1983-1998. <https://doi.org/10.33083/joghat.2022.148>
- K2 Haber (2020, Ağustos). *Dünyada Vegan Yaşayan İnsan Sayısı Kaçtır?* <https://k2haber.com.tr/2020de-su-anda-dunyadaki-vegan-sayisi-kactir/>, Erişim Tarihi: 06.08.2023.
- Kansanen, I. (2013). *Vegan Travel-The Ways How Vegan Diet Influences Travel Experience*, Unpublished Bachelor's Thesis, Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finland.
- Kara, A. & Bilim, Y. (2022). Erişilebilir turizm kapsamında vegan ve vejetaryen tüketiciler. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(2), 515-528. <https://doi.org/doi:10.33083/joghat.2022.148>
- Karabudak E. (2012). *Vejetaryen Beslenmesi* (2. Baskı), Reklam Kurdu Ajansı, Ankara.
- Kessler, C. S., Holler, S., Joy, S., Dhruva, A., Michalsen, A., Dobos, G. & Cramer, H. (2016). Personality profiles, values and empathy: Differences between lacto-ovo-vegetarians and vegans. *Complementary Medicine Research*, 23(2), 95-102. <https://doi.org/10.1159/000445369>
- Kılıç, S. (2013). Örneklem yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1), 44-6. <https://doi.org/10.5455/jmood.20130325011730>
- Leitzmann C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, future. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 100, 496-502. <https://doi.org/10.3945/ajcn.113.071365>
- Malek, W. (2016). *Big Data Analysis in Social Networks: Extracting Food Preferences of Vegans From Twitter*, Unpublished Master Thesis, Dalarna University, Falun.
- Melina, V., Craig, W. & Levin, S. (2016). Position of the academy of nutrition and dietetics: Vegetarian diets. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(12), 1970-1980. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2016.09.025>
- Ottenbacher, M., Busam, S., Harrington, R. J., & Allhoff, J. (2023). The Factors Impacting on The Travel Experience of A Vegan Lifestyle. *International Hospitality Review. Vol. ahead-of-print* No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IHR-02-2023-0016>
- Öztürk, Ş. (2023). *Üniversite Öğrencilerinin Veganlık ve Vejetaryenlik Eğilimlerinin Sosyolojik Analizi*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Anabilim Dalı, Denizli.
- Para Dergi (2022, Aralık). *Dünyada Vegan Sayısı 79 Milyona Ulaştı*, <https://www.paradergi.com.tr/sectorler/2022/12/28/dunyada-vegan-sayisi-79-milyona-ulasti>, Erişim Tarihi: 02.08.2023.
- Sabate J. (2003). The contribution of vegetarian diets to health and disease: A paradigm shift? *The American Journal of Clinical Nutrition*, 78, 502-507. <https://doi.org/10.1093/ajcn/78.3.502s>
- Seçim, Y., Akyol, N & Kaya, M. (2022). Vejetaryen beslenme türleri. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 66-82.



<https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.921>

- Shipman, Z. D. (2021). Beslenme vejetaryen modeli. *Aydın Gastronomi*, 5(1), 45-62. [https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy\\_v05i1004](https://doi.org/10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v05i1004)
- Solmaz, D.Y. & Dülger Altınar, D. (2018). Türk mutfak kültürü ve beslenme alışkanlıkları üzerine bir değerlendirme. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 108-124.
- Subaşı, M. & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 419-426.
- Sutter, D.O. & Bender, N. (2021). Nutrient status and growth in vegan children. *Nutrition Research*, 91, 13-25. <https://doi.org/10.1016/j.nutres.2021.04.005>
- Sünnetçioğlu, S., Mercan, Ş.O., Yıldırım, H.M. & Türkmen, S. (2017). Veganların restoranlarda karşılaştıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 241-252. <http://dx.doi.org/10.21325/jotags.2017.127>
- Sürücüoğlu, M.S. & Özçelik, A.Ö. (2008). *Türk mutfak ve beslenme kültürünün tarihsel gelişimi*, 38. İcanas Kongresi, 10-15 Eylül 2007, ss.1289-1310, Ankara.
- Tekten Aksürmeli, Z.S. & Beşirli, H. (2019). Vegan kimliğin oluşumu: Vegan olmak ve vegan kalmak. *Akademik Hassasiyetler*, 6(12), 223-249.
- The Vegan Society (2023, Ağustos). *Definition of veganism*, <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>, Erişim Tarihi: 06.08.2023.
- Tunçay Son, G.Y. (2016). Biyoetik yönüyle farklı bakış açıları ile veganlık. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6(1), 51-60.
- Tunçay Son, G.Y. & Bulut, M. (2016). Yaşam tarzı olarak vegan ve vejetaryenlik. *International Journal of Human Science*, 13(1), 830-843. <http://dx.doi.org/10.14687/ijhs.v13i1.3614>
- Tural, K.S. (2018). *Veganlar Ne İster? Veganların Seyahat Deneyimlerinden Hareketle Seyahat Acentaları ve Turist Rehberleri İçin Bir Yol Haritası Önerisi*, Yayınlanmamış, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Rehberliği Anabilim Dalı, Mersin.
- Uçan, B.Z. & Bozok, D. (2019). *Veganizm ve gastronomi*, 4. Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi, 19-21 Eylül 2019, ss. 32-39, Nevşehir.
- Vegetarian Society (2023, Ağustos). *World history of vegetarianism*, <https://vegsoc.org/about-us/world-history-of-vegetarianism/>, Erişim Tarihi: 08.08.2023.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6.Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, Y. & Albayrak, A. (2023). Restoran çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenmeyle ilgili bilgi düzeyleri ve tutumlarının ölçülmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 214-233. <https://doi.org/10.17336/igusbd.995215>

## Extensive Summary

The increasing need and demand in proportion to the rapidly growing population has brought along some negativities such as rapid consumption of resources and environmental pollution. In this context, vegetarians and vegans are among the communities that are most sensitive to this issue. Veganism, which is becoming increasingly widespread in the world, is not only a diet, but also a political stance and a culture without geography. Anatolian geography has a very

colorful cultural structure that bears the effects of many civilizations it has hosted on its lands for centuries. One of the most important elements among the cultural values of the region is the culinary culture, that has taken its place among the world cuisines. The wide variety and rich local flavors of Anatolia are gaining more and more value day by day as an element of attractiveness to many tourists. However, for vegan tourists, this diet may be seen as an obstacle rather than an attraction in Anatolian tours. This study aims to determine the nutritional problems vegans encounter during their travels and tours to various regions of Anatolia, which have an animal food-based nutrition and culinary culture. In addition, it aims to increase the satisfaction level of vegans by revealing what kind of practices should be done to eliminate these problems and contribute to the region's tourism by shedding light on the view of regional businesses on veganism. The universe of the study consists of vegans who have participated in Anatolian tours. The data were obtained by snowball sampling method and a semi-structured interview technique was used as a data collection tool. The content analysis method was used in the analysis of the data and the MAXQDA program was used for this purpose. The data obtained from the participants were analyzed in four stages with the help of the determined themes and codes. Firstly, 7 main themes consisting of "vegan, product, tour, vegetarian, restaurant, nutrition and region" were determined. A total of 284 codes were generated by placing the interview data into these themes in sentences. The word cloud was used to reveal descriptive findings. Afterward, relationship browser analysis was performed to show the occurrence of the same data within the codes. In the next stage, a relationship map was created, and the relationships between the codes and their reasons were evaluated based on the nature of the lines on the map. Finally, models showing the relationship between the themes and sub-codes related to the themes were created and the results were interpreted.

According to the word cloud, which is a type of content analysis produced by the MAXQDA program, the words vegan, food, nutrition, problem, animal, region, tour, and tourist were the most repeated words by the participants. The relationship between the codes is shown with the code relationship map. By the impact severity evaluated between 1 and 7 on the map; it is seen that vegans mostly use the words vegan and nutrition together while evaluating the problems they encounter during their Anatolian tours. The level of relationship between the words vegan and tour and the words tours and nutrition was measured as 6, and the level of relationship between the words tour and product, vegan and product, and nutrition and product were determined as 5. According to the inter-code relationship scanner showing the level of relationship between the codes, the strongest relationship is between the words vegan and nutrition, which were repeated 42 times at the same time by the participants. It was observed that the relationships between vegan and restaurant, product and restaurant, vegetarian and region, and vegetarian and restaurant are relatively weaker. All of the participants have participated in tours organized to Southeastern Anatolia and Eastern Anatolia, and it is noteworthy that the answers to the questions are focused on these two regions. The problems most emphasized by the participants were that animal products are used in most of the

dishes specific to these regions, so they had to take vegan food with them, the concept of veganism is not known in the region, most of the food and beverage companies do not have vegan dishes on their menus, and the products suggested as alternatives are cooked in the same place and using the same equipment.

According to the findings of the study, Anatolian food culture is based on animal-origin products; the use of especially red meat, chicken, eggs, milk, and dairy products in many of the meals is the most important problem experienced by vegans participating in Anatolian tours in terms of nutrition. Participants who stated that they did not have any problems with nutrition during their Anatolian travels, stated that the reason for this was that they ate less or brought their food with them. Similarly, Barrero Toral (2016), in his study on vegan tourists participating in cruise tourism, determined that the majority of vegan tourists brought their food with them, and some of them had to consume the plates served to them as vegan, although they were not sure that they consisted of vegan products. In the study conducted by Kansanen (2013) it was reported that vegans had to deviate from the vegan lifestyle by consuming animal products when vegan products were not available on the menu, but none of the participants in this study expressed an opinion in this direction.

As a result, although the concept of veganism has increased its popularity today, it is still not sufficiently known in some regions (Uçan & Bozok, 2019) and has not yet gained the desired place in the tourism sector. Correctly evaluating the travel and consumption motivations of vegan consumers and the obstacles they may encounter and developing service and infrastructure standards in this direction will undoubtedly contribute greatly to the tourism market and economy. It is thought that by solving the identified problems and raising awareness of the businesses on this issue, tourists who adopt a different dietary approach such as vegans can be attracted to the tourism market of the region, they will have a smoother experience and even have an impact on the intention to visit and recommend again. In this context, making investments that can respond to this demand in the region and, if necessary, supporting these investments by public authorities can be considered as a solution suggestion. The limitation of this study is that the participants participated in tours organized to the eastern and southeastern regions of Anatolia. Considering that Turkey consists of seven regions, it is suggested that more comprehensive and comparative research should be carried out in the future, including other regions. Due to the importance of the subject in terms of tourism, it is foreseen that expanding the study and evaluating it with differentiated products and methods will make a great contribution to both tourism literature and stakeholders.