

Restoran Çalışanlarının Vegan ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi*

Yüksel YILMAZ**, Aslı ALBAYRAK***

Öz

Genellikle sağlık ya da hayvan hakları sebebiyle olmak üzere farklı sebeplerle insanlar vegan ve vejetaryen beslenme şekillerini tercih etmektedir. Geçmişten günümüze vegan ve vejetaryen beslenme tarzını benimseyen kişilerin sayısının artış gösterdiği görülmektedir. Vegan ve vejetaryen beslenme, sadece insanların sağlıklı ve uzun bir ömür sürme arzularından ileri gelen bir ihtiyaca cevap vermemektedir. Bununla birlikte vegan ve vejetaryen beslenenler dışarıda yemek yediklerinde özellikle çalışanların bilgi eksikliği dolayısıyla çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Dolayısıyla bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki yiyecek-içecek sektöründe çalışanların vegan ve vejetaryen beslenme tarzına yönelik tutumlarının ve bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Veri toplama tekniği olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen veriler bağımsız örneklem t- testi, ANOVA ve Açıklayıcı faktör analizi (AFA) yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları yiyecek-içecek işletmelerinde çalışan personellerinin vegan ve vejetaryen beslenmeye yönelik temel bilgi düzeylerinin kısmen yeterli olduğunu göstermektedir. Çalışma sonucunda restoran çalışanlarına vegan ve vejetaryen ihtiyaçlarını karşılama konusunda önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yiyecek-İçecek İşletmeleri, Yiyecek-İçecek İşletmesi Çalışanları, Vegan Beslenme, Vejetaryen Beslenme, Bilgi, Tutum

Measuring Knowledge and Attitudes of Restaurant Staff About Vegan Vegetarian Nutrition

Abstract

People prefer vegan / vegetarian diets for different reasons, usually health or animal rights. It is seen that the number of people who adopt vegan and vegetarian diet from past to present has increased. Vegan and vegetarian diets do not just meet a need



Özgün Araştırma Makalesi (Original Research Article)

Geliş/Received: 13.10.2021

Kabul/Accepted: 28.02.2023

DOI: <https://dx.doi.org/10.17336/igusb.995215>

* Bu çalışma, Prof. Dr. Aslı ALBAYRAK danışmanlığında hazırlanmış olan 'Restoran Çalışanlarının Vegan ve Vejetaryen Beslenmeyle İlgili Bilgi Düzeyleri ve Tutumlarının Ölçülmesi' başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

** Bilim Uzmanı, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Gastronomi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye. E-posta: yilmazz.yuksell@gmail.com **ORCID** <https://orcid.org/0000-0002-8875-4039>

*** Prof. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye. E-posta: aalbayrak@gelisim.edu.tr **ORCID** <https://orcid.org/0000-0003-1002-2476>

arising from the desire of people to live a healthy and long life. However, vegan and vegetarian dieters face various problems, especially when they eat restaurants, especially due to the lack of knowledge of the employees. That's why, the main purpose of this research is to reveal whether the attitudes and knowledge levels of those working in the food and beverage sector in Turkey towards the vegan and vegetarian diet differ in terms of some demographic variables. Questionnaire method was used as data collection technique. The data obtained were analyzed with the help of independent sample t-test, ANOVA and Exploratory factor analysis (EFA). The results of the research show that the basic knowledge level of the personnel working in the food and beverage businesses about vegetarian / vegan nutrition is partially sufficient. As a result of the study, given suggestions to restaurant employees about vegan-vegetarian diets.

Keywords: Food and Beverage Business, Food and Beverage Business Employees, Vegan Nutrition, Vegetarian Nutrition, Knowledge, Attitude

1. Giriş

Dünya genelinde gün geçtikçe artış gösteren vejetaryen/veganlık sadece bir beslenme biçimi değil aynı zamanda yaşam tarzı ve etik tutum haline geldiği görülmektedir (Singer, 2005, s.224-255). Vejetaryen beslenmenin temeli insanların hayvansal ürünleri tüketmeden de ihtiyaç duyduğu besin öğelerini alabileceği görüşüne dayanırken vegan beslenmenin temeli hayvanların da birer canlı olduğu ve onlardan insanlığın fayda sağlayacağı hiçbir ürünün elde edilmemesi gerektiği temeline dayanmaktadır (Kaluzza vd., 2023; Kwiatkowska vd., 2022; The Vegan Society, 2020; Leitzmann, 2014). Vegan kültürünün temeli, hayvanların yetiştirilmesinin uygun şartlarda gerçekleştirilmesi gerektiği ve hayvanlara eziyet edilmesinin doğru olmadığını savunan kişiler tarafından ortaya atılan "Hayvana Saygı" temeline doğduğu ifade edilmektedir. Vegan beslenme hayvansal içerikli olan hiçbir ürünün kullanılmadan, bunların yerine sadece sebze, baklagiller, meyve, tahıl ve kabuklu yemiş gibi gıdaların tüketilmesini ifade etmektedir (Melina, Craig ve Levin, 2016; Snejder ve Molder, 2009, s.622). Vegan beslenmede hayvansal herhangi bir gıda asla bulunmamaktadır. Yalnızca hayvan eti değil, bu hayvanlardan sağlanan süt, yumurta ve bal gibi gıdalarda tüketilmemektedir. Vegan beslenmede sadece sebze, meyve, bakliyat, fındık ve tahıl gibi ürünler benimsenmektedir (Greenebaum, 2012, s.129; The Vegan Society, 2020). Veganlık bir yaşam biçimi olduğundan sadece beslenme değil, bunun yanı sıra kıyafet, kozmetik ve temizlik malzemelerinde hayvansal içerikli ürünler tercih edilmemektedir (Tural, 2018: 7).

Vejetaryen beslenme ise, M.Ö 6.yy'da eski Yunanistan'da gizemli din olarak bilinen Orphic ya da Orphism takipçileri tarafından başlatıldığı ifade edilmektedir. Etik vejetaryenliğin babası olarak ise Yunan filozof olan Pisagor kabul edilmektedir. Pisagor ve sonrasında birçok bilim insanı tarafından vejetaryen beslenmenin kabul edilmesiyle yayılarak Rönesans Dönemi'nde vejetaryen beslenme şeklini benimseyen kişilerin sayısı artmıştır. Böylece zamanla tüm dünya genelinde vejetaryen toplulukları ortaya çıkmaya başlamıştır (Leitzmann, 2014: 496). Vejetaryen beslenmede sadece hayvan etleri beslenme dışında bırakılmaktadır (Mangels, 2014, s.469.). Vejetaryen beslenen kişilerin diyetlerinde meyve, sebze, tahıl, bakliyat ve fındık yer almaktadır. Bu kişilerin yemekleri genellikle C, E, B12 ve magnezyum açısından zengindir. Vejetaryen bireyler beslenmelerinde bu vitaminlere yer vererek vücudun alması gereken vitamin ve mineralleri dengelemektedirler (Key, Appleb ve Rosell, 2006, s. 36). Vegan ve vejetaryen beslenme biçimi uzun zamandır var olmasına rağmen bu şekilde beslenen kişilerin sayısı

20. yy. itibarıyla hayvan hakları, dini ve ekonomik sebeplerle artış göstermiştir (Balcı, 2018, s.5). Günümüze yaklaştıkça daha da artan bu sayı nüfusun %10.0'una denk gelmektedir.

Vegan ve vegetaryen beslenme biçimini için çeşitli tercih sebepleri bulunmaktadır. Vegan ve vegetaryen beslenme öncelikle sağlık açısından tercih edilmektedir. Yapılan çalışmalar (Karabudak, 2008; Lap ve Joan, 2014; Dyett, Rajaram, Haddad ve Sabate; 2014) et yemeyen kişilerin et yiyen kişilere göre daha sağlıklı olduğunu göstermektedir. Vegan ve vegetaryen beslenen bireylerin şeker hastalığı, obezite, kalp-damar hastalıkları, damar sertliği, yüksek tansiyon gibi hastalıkların daha az görüldüğü ve bu kişilerin kolesterol düzeylerinin daha düşük olduğu saptanmıştır. Vegan ve vegetaryen beslenme biçiminin tercih edilme nedenlerinden biri de kültürel nedenlerdir. Çünkü besinlerin hem üretim hem de tüketim sürecinde kültürel farklılıklar etkili olmaktadır (Beşirli ve Kimlik, 2010). Bireylerin doğal çevre ve hayvanlarla olan ilişkisi, hayvansal ürünlerin beslenme listesinde yer alıp almayacağı, onların içinde yaşadıkları toplumun beslenme kültürü sonucunda gelişmektedir. Toplumların kültürel yapılarına göre bazı geleneksel günlere hayvanların tüketimi dahil olmaktadır (Sezgin ve Ayyıldız, 2019).

Ekofeminizm sebebiyle de vegan ve vegetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Ekofeminizm terimi hem feminist hem ekolojist çevrelerin düşünsel yapılarının bileşiminden gelişmiş bir kavramdır. Feminist ve ekolojist çevrelerinin bulunduğu ortak noktaları doğa ve kadın üzerindeki ataerkil baskıcı tutum olarak ifade edilmektedir. Vegan ve vegetaryen beslenme biçimi ekolojik ortama daha az zarar vermektedir. Hayvancılık ve tarım karşılaştırıldığı zaman ikisinin de ekolojiye zarar vermesine rağmen hayvancılığın zararının daha büyük olduğu görülmektedir. Ayrıca hayvancılığın artmasıyla birlikte daha çok hayvan beslemek durumunda kalmaktadır. Beslenmeleri gereken bu hayvanlar ise tarım arazilerinin yok olmasına sebep olmaktadır (Sabatè ve Soret, 2014).

Hayvan haklarının ihlal edilmesi sebebiyle de vegan ve vegetaryen beslenme biçimini tercih edilebilmektedir. Hayvanlar üzerinden ekonomik kazanç elde etmek isteyen insanlar onlara eziyetler yaşatarak kullanmaktadır (Çoban, Hamamcı ve Keleş, 2012). Örneğin domuz ve tavuk gibi çiftlik hayvanları çeşitli işkencelere maruz kalmaktadır. Kafeslere takılmaması için tavukların kanatlarının kesilmesi, kalabalıkta birbirlerini gagalamasınlar diye gagalarının bir bölümünün kesilmesi, yumurta üretiminde kullanılmayan erkek civcivlerin öldürülmesi, tüylerinin kolay yolunması için başları kesilen tavukların canlı canlı kaynar suya atılması gibi birçok örnek sunmak mümkündür (Degrazia, 2002; Demirağ, 2012).

Vegan ve vegetaryen beslenme dünya genelinde bu denli hızlı şekilde artarken bu beslenme biçimini tercih edenlerin arzu ettikleri yemekleri bulma konusunda çeşitli sıkıntılar yaşadıkları varsayılmaktadır ve alan yazın değerlendirildiğinde bu sorunların kaynağı ile ilgili detaylı bilgiye ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu araştırma, Türkiye'deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen paydaşların (mutfak personeli, servis personeli, restoran müdürü, işletme sahibi vb.) vegetaryen/vegan olgusuna ilişkin genel tutumlarından elde edilen bilgilerden yola çıkarak, bu tutumların gelecekte işletme düzeyinde ne türlü davranış değişimlerine yol açabileceğini ön görmek açısından önem arz etmektedir. Alan yazında vegetaryenliğin ve veganlığın, yiyecek/içecek sektörü özelinde bir araştırma konusu olarak büyük ölçüde göz ardı edilmesi (Rivera ve Shani, 2013, s. 1050) ve vegetaryen/vegan müşteri/tüketicilerin isteklerinin karşılanmasında ortaya çıkan engellerin açıkça irdelenmemesi, böylesine önem arz eden bir kavrama dair halen karanlık kalmış noktaların olabileceği sonucunu düşündürmektedir. Dolayısıyla bu araştırma, spesifik anlamda gastronomi alan yazınına yararlı bilgiler sunmasının yanı sıra yiyecek/içecek işletmeleri için de birtakım çıkarımlarda bulunulmasına olanak sağlaması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca çalışmada sonucunda elde edilen verilerin konu

üzerine araştırma yapmak isteyen yerli araştırmacılara katkı sağlayabilmesi açısından çalışma önemli görülmüştür.

Yöntem

Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'deki yiyecek/içecek sektöründe istihdam edilen iş görenlerin vejetaryen/vegan olgusuna yönelik geliştirdikleri tutumlarının ve yine bu olguya yönelik bilgi düzeylerinin bazı demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Araştırmanın alt amacı ise vegan ve vejetaryen beslenme tarzını benimsemiş olan tüketicilerin ilgili sektördeki işletmelerden ne türlü taleplerinin olduğu, vejetaryen ve vegan müşteri/tüketicilerin işletmeye ne tür şikâyetlerinde bulduklarını yiyecek içecek endüstrisinde çalışanların bakış açısından yola çıkarak yordanmaya çalışılmasıdır.

Çalışmanın evrenini, Türkiye'de yiyecek/içecek sektöründe hizmet veren işletmelerin personelleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise İstanbul ili sınırları içerisindeki yiyecek/içecek işletmelerinde çalışan mutfak ve servis personelleri oluşturmaktadır ancak Türkiye'deki yiyecek içecek işletmelerinde çalışan personelin tamamına ulaşmak mümkün olmadığından çalışmada örneklem belirleme yöntemine gidilmiştir. Kayıtlı verilere göre İstanbul'da çalışan yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının net sayısına ulaşamamıştır. Dolayısıyla örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004: 49-50) tarafından $d = \pm .05$ örneklem hatası ve $p = .05$, $q = .05$ güven aralığında evrenin 1 milyon ile 100 milyon olması durumunda örneklem büyüklüğünün 384 olması gerektiğinin belirtilmiş olduğu Örneklem Büyüklüğü Tablosundan yararlanılmıştır. Bu verilerden hareketle örneklem büyüklüğü 384 olarak belirlenmiş ve örnekleme alınacak bireyler kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir.

Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm, katılımcıların çeşitli demografik özelliklerine ilişkin bilgi ve verileri içeren bölümdür. Anket formunun ikinci kısmında ise restoranlarda gerek iş gören (mutfak personeli, servis elemanı) gerekse karar verici (restoran müdürü, restoran sahibi) pozisyonlarında görevli olan bireylerin vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutumlarını incelemeyi amaçlayan, Rivera ve Shani (2013) tarafından geliştirilen "Vejetaryen Beslenmeye Yönelik Genel Tutumlar" ölçeği yer almaktadır. Anket formunun son kısmı ise Kuz (2018) tarafından geliştirilen "Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri" ölçeğinden oluşmaktadır. Toplam 31 ifadeden oluşan ölçeğin 24 ifadesi doğrudan Kuz (2018)'un araştırmasında edinilirken, araştırma amacına katkı vereceği düşünülen 7 ifade ise Rivera ve Shani'nin çalışmasından yola çıkarak geliştirilmiştir. Çalışmada test edilmek istenen hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

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

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

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

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

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

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

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

2. Bulgular

Çalışma verilerinin analizinde ölçeğin ilk kısmında yer alan ve katılımcıların demografik durumunu vurgulayan ifadeler betimleyici analizler yardımıyla ifade edilmiştir. Çalışma kapsamında 389 katılımcıya ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Bu katılımcıların %57,0'ı erkek, %43,0'ü kadındır. Katılımcılar yaşları açısından değerlendirildiğinde yaklaşık %70,0'ini 21-30 yaş arası görece genç bireyler oluşturmaktadır. İşyerindeki görevleri bakımından %73,0 ile mutfak personeli, yaklaşık %15,0 ile de servis personeli olarak hizmet veren katılımcı oranları görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %85,0'inin ön lisans ve ön lisans üzeri örgün eğitim süreçlerini tamamladığı gözlenmektedir. Eğitimi alınan uzmanlık alanı açısından ise yoğunluk gastronomi eğitimi (%30,1), aşçılık eğitimi (%28,5) ve turizm meslek liselerinden edinilen kazanımlardan (%17,5) oluşmaktadır. Katılımcıların mesleklerinde çalıştıkları süreler ise oldukça dengeli bir yayılım göstermiş olup, bunlar sırasıyla 2-4 yıl arası süreyle çalışanlar (%26,7), 5-7 yıl arası süreyle çalışanlar (%21,6), 10 yıl ve üstünde süreyle çalışanlar (%18,8), 1 yıl ve altında süreyle çalışanlar (%16,7) ve 8-10 yıl arası süreyle çalışanlar şeklindedir (%15,9).

Tablo 1. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Çıktıları

ÖLÇEK BOYUTLARINA AİT İFADELER	1	2	3	4	5	6
Erişilebilirliğin Zorluğu (6)	0.824					
Erişilebilirliğin Zorluğu (1)	0.806					
Erişilebilirliğin Zorluğu (2)	0.739					
Erişilebilirliğin Zorluğu (4)	0.709					
Erişilebilirliğin Zorluğu (5)	0.554					
Erişilebilirliğin Zorluğu (7)	0.503					
Erişilebilirliğin Zorluğu (3)	0.489					
Rekabet Üstünlüğü (3)		0.800				
Rekabet Üstünlüğü (1)		0.747				
Rekabet Üstünlüğü (2)		0.742				
Rekabet Üstünlüğü (4)		0.609				
Personel Eğitiminin Zorluğu (2)			0.873			
Personel Eğitiminin Zorluğu (1)			0.849			
Personel Eğitiminin Zorluğu (3)			0.775			
Yapısal Sorunlar (3)				0.854		
Yapısal Sorunlar (4)				0.852		
Yapısal Sorunlar (2)				0.593		
Yapısal Sorunlar (1)				0.546		
Deneyimleme Arzusu (3)					0.754	
Deneyimleme Arzusu (1)					0.743	
Deneyimleme Arzusu(4)					0.654	
Deneyimleme Arzusu (2)					0.629	
Neofobik Tutum (1)						0.885
Neofobik Tutum (2)						0.858
Öz değerler	5.609	3.810	2.111	1.440	1.197	1.123
Açıkladığı Varyans (%)	23.370	15.875	8.796	5.999	4.987	4.681
Açıklanan Toplam Varyans	63.709					
KMO Ölçüm Yeterliliği	0,816					
Bartlett Küresellik Test Değeri	Approx. Chi-Square 3971.766					
Sig.	0.0001					

Kestirim Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi **Döndürme Yöntemi:** Dik Döndürme Yöntemi

AFA'nın çıktıklarına ilişkin veriler sunan Tablo 1'de ilk bakışta incelenmesi gereken en temel ölçütler; Bartlett Küresellik Testi'nin istatistiksel olarak anlamlılığı ve Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) katsayısının düzeyidir. Araştırma ölçeğine uygulanan AFA çıktısı incelendiğinde, Bartlett testine ait p değerinin 0,001 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüş ve böylece ilgili korelasyon matrisini istatistiksel açıdan anlamlılığı onaylanmıştır. Ayrıca Bartlett testinin bir diğer işlevi de araştırma verilerinin çok değişkenli normallik varsayımını karşılayıp karşılamadığına ilişkin bilgi vermesidir (Demir, Saatçioğlu ve İmrol, 2016, s. 41). Buradan hareketle, araştırma verilerinin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği Bartlett testi sonuçlarıyla da doğrulanmıştır. Diğer taraftan araştırma ölçeğinin KMO katsayısının 0,816 olması ilgili ölçeğin ve bu ölçeğin temsil ettiği yapının bir bütün halinde AFA için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

AFA'nın devamında, araştırma modeli kapsamında çeşitli analizlere tabi tutulacak ideal faktör sayısının belirlenmesi amaçlanmıştır. Buna göre öz değeri 1 ve üzerinde değişkenler araştırma modelinin değişkenleri olarak kabul edilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde, toplam 6 değişkenin öz değerlerinin 1'in üzerinde olduğu tespit edilmiş ve dolayısıyla katılımcıların vegan ve vejetaryen besinlere yönelik genel tutumlarını ifade eden ilgili yapıya ilişkin analizler söz konusu 6 değişken aracılığıyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma ölçeğindeki ifadelerin ait oldukları değişkenlere 0,489 ve 0,885 arasında değişen düzeylerde faktör yükü verdiği görülmüş olup, bu değerlerin 0,300'den büyük olması da (Büyüköztürk, 2014, s. 474) yeterli düzeyde faktör yükü katsayısına işaret etmektedir. Dolayısıyla yetersiz faktör yükü gereksinimiyle faktör yapısını bozan ve analiz kapsamı dışında tutulması gereken bir ifadeye rastlanmamıştır.

AFA'da bir sonraki adım ise söz konusu 6 değişkenin adlandırılması sürecidir. Ölçek yapısına yönelik açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, tek başına varyansın %23,370'ini açıklayan ve bu anlamda katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye karşı tutumlarında en belirleyici rolü oynadığı düşünülen ve ilk sırada yer alan 'Erişilebilirliğin Zorluğu' faktörüne ait ölçek ifadeleri 'vegan/vejetaryen yemekleri elde etmenin pahalı, beceri gerektiren, gerekli malzemeyi bulmanın ve hazırlamanın zor olduğu, maliyetli olması ve karlı olmaması' unsurlarıdır.

Katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye karşı tutumlarında etkili olan ikinci dereceden önemli olan faktör ise 'Rekabet Üstünlüğü' faktörüdür. Katılımcıların vegan ve vejetaryen beslenmeye ilişkin Rekabet Üstünlüğü faktörüyle ilgili önem verdikleri unsurlar sırasıyla 'restoranların rekabet üstünlüğü elde edeceği, daha fazla müşteri çekeceği, karlılığın artacağı ve işletme imajını olumlu yönde etkileyeceği' unsurlarıdır. Üçüncü dereceden önemli olan faktör ise 'Personel Eğitiminin Zorluğu' faktörüdür. Katılımcılar vegan ve vejetaryen beslenme ile ilgili 'bilgilenmenin zor olduğu, eğitimin gerekli olduğu ancak eğitimin zor olduğu' görüşündedir. Katılımcıların dördüncü dereceden önem verdiği 'Yapısal Sorunlar' faktörüne ilişkin tutumları 'vegan/vejetaryen yiyecekleri depolamanın zorluğu, tedarikçilere güvenin güçlüğü, fazladan servis ve mutfak çalışanına ihtiyaç olduğu' yönündedir. Katılımcıların beşinci dereceden önem verdikleri 'Deneyimleme Arzusu' ile ilgili önem verdikleri unsurlar 'vegan/vejetaryen yemeklerin besin değerinin yüksek olması, menüye yaratıcılık ve çekicilik katması, cezbedici ve yüksek duyuşal öğeler içermesiyken katılımcıların tutumlarını etkileyen son faktör olan 'Neofobik Tutum' faktörüyle ilgili önem verdikleri unsurlar 'vegan/vejetaryen yemeklerin sıkıcı ve sönük olması' unsurlarıdır.

Tablo 2. Vejetaryen/Vegan Besinlere Yönelik Genel Tutumlar Ölçeğine İlişkin Güvenirlik Analizi

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

Faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerle ilgili içsel tutarlılığının bir göstergesi olarak Cronbach's Alpha katsayıları incelenmiş ve ölçek değişkenlerinin Alfa katsayılarının 0,745 ve 0,856 aralığında olduğu görülmüştür (Tablo 2). Alanyazında 0,700 ve üzeri değerler alan bir ölçme aracının güvenilir olduğuna dair bir genel kabul söz konusudur (Karakoç ve Dönmez, 2014, s. 46). Dolayısıyla bu araştırma özelinde kullanılacak her bir değişkenin Alfa katsayılarının 0,700'lük referans değerinin üstünde yer alması onların ölçümlerinin güvenilir olduğuna işaret etmektedir. Bununla birlikte ölçeğin bir bütün olarak genel güvenirlilik katsayısının 0,845 olması da ölçeğin içsel tutarlılık düzeyinin oldukça yüksek olduğuna dair güçlü ipuçları vermektedir.

Çalışma verilerinin normal dağılım göstermesi, T-Testi, ANOVA vb. gibi parametrik nitelik taşıyan analizler aracılığıyla araştırma modelini sınamayı arzulayan araştırmacıların dikkate alması gereken bir ön koşul ve varsayımdır. Bu varsayımın karşılanıp karşılanmadığını sınamak için ise araştırma modeli kapsamındaki değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Faktör analizi sonucu elde edilen değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerleri referans aralığı olan - 3,000 ile +3,000 (Ross ve Willson, 2017, s. 13) arasında konumlandığı belirlenmiştir. Buna göre araştırma verilerinin normal dağılım varsayımını yerine getirdiği gerekçe gösterilerek, araştırma verilerinin analizinde uygulanacak olan istatistiksel hipotez testlerinin parametrik testler olmasına karar kılınmıştır. Bu araştırmada H_1 hipotezi bağımsız örneklem t-testi; H_2 , H_3 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri ANOVA; H_7 hipotezi ise Ki-Kare analizi kullanılarak test edilmiştir.

Araştırmanın H_1 hipotezi, kadın ve erkek yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin bağımsız örneklem t-testi çıktıları da Tablo 2' de gösterildiği gibidir.

Tablo 3. Cinsiyet Grupları Açısından Bağımsız Örneklem t-Testi Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	CİNSİYET	N	\bar{x}	STANDART SAPMA	T DEĞERİ	SERBESTLİK DERECESESİ	P
ERİŞİLEBİLİRLİĞİN ZORLUĞU	Kadın	166	3,063	0,783	0,358	387	0,722
	Erkek	223	3,094	0,898			
REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ	Kadın	166	3,897	0,767	0,508	387	0,612
	Erkek	223	3,940	0,866			
PERSONEL EĞİTİMİNİN ZORLUĞU	Kadın	166	2,745	1,053	2,427	387	0,016*
	Erkek	223	3,019	1,138			
YAPISAL SORUNLAR	Kadın	166	2,569	0,820	0,984	387	0,325
	Erkek	223	2,663	1,012			
DENEYİMLEME ARZUSU	Kadın	166	3,546	0,708	-1,101	387	0,271
	Erkek	223	3,634	0,829			
NEOFOBİK TUTUM	Kadın	166	1,954	0,938	5,640	386,328	0,0001**
	Erkek	223	2,569	1,210			

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

Tablo 3'te görüldüğü gibi anket katılımcı personel eğitiminin zorluğu [t (387)=2,427; p<0,050] ve neofobik tutum [t (386,328)= 5,640; p<0,010] değişkenlerine yönelik tutumları, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Grupların ortalama değerlerinde gerçekleşen bu farklılık her iki değişken açısından da erkek katılımcıların pozitif yönde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre erkekler, gerek vejetaryen/vegan olgusuna dair yiyecek/içecek sektörü personelinin eğitebilme gerekse vejetaryen/vegan anlayışı benimseme noktasında kadın katılımcılara göre pozitif yönde anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bununla birlikte erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar ve deneyimleme arzusu değişkenlerine yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının cinsiyetleri açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Dolayısıyla H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. Yaş Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	1,355	4	0,339	0,471	0,757	
	Gruplar içi	274,977	382	0,72			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,196	4	0,299	0,437	0,782	
	Gruplar içi	261,262	382	0,684			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	17,514	4	4,378	3,658	0,006**	41-50 yaş ve 21-30 yaş
	Gruplar içi	457,26	382	1,197			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	5,862	4	1,465	1,687	0,152	
	Gruplar içi	331,935	382	0,869			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	0,278	4	0,07	0,115	0,977	
	Gruplar içi	232,222	382	0,608			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	6,877	4	1,719	1,323	0,261	
	Gruplar içi	496,228	382	1,299			

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

Farklı yaş grubundaki yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olan H₂ hipotezine yönelik ANOVA çıktılarına göre katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [F (4, 382) = 3,658; p<0,010]. Bu anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğuna dair bulgulara ise Scheffe tekniği ile ulaşılmış olup, aralarında farkın gözlemlendiği yaş grupları 41-50 yaş arası katılımcılar (\bar{x} =3,770) ve 21-30 yaş arası katılımcılardır (\bar{x} =2,844). Buna göre orta yaşlı sektör çalışanları görece daha genç çalışanlara göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar. Grup ortalamaları arasında anlamlı farkın gözlemlendiği personelinin eğitiminin zorluğu değişkeni için varyansların homojen dağıldığı varsayımının yerine getirildiğini belirtmekte analiz çıktılarının güvenilirliğini arttırmak adına faydalı olacaktır (p=0,902; p>0,050). Bu bulguya ek olarak, H₂ hipotezinin ANOVA modeli içindeki diğer değişkenler olan; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenlere yönelik tutum puanı ortalamaları, araştırma katılımcılarının yaşları açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bu bilgilerin ışığında, H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5. Öğrenim Durumu Grupları Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	5,826	4	1,457	2,038	0,088	
	Gruplar içi	273,724	383	0,715			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,676	4	0,419	0,613	0,654	
	Gruplar içi	261,949	383	0,684			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	22,056	4	5,514	4,633	0,001**	Ortaöğretim ve lisans
	Gruplar içi	455,823	383	1,19			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	5,591	4	1,398	1,604	0,173	
	Gruplar içi	333,719	383	0,871			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	1,792	4	0,448	0,732	0,57	
	Gruplar içi	234,381	383	0,612			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	9,255	4	2,314	1,792	0,13	
	Gruplar içi	494,412	383	1,291			

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

Araştırmanın H_3 hipotezi, farklı öğrenim durumuna sahip yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır şeklinde kurgulanmış olup, ilgili hipotezin ANOVA çıktıları da Tablo 5'te gösterildiği gibidir. Tablo 5'te göre eğitim/öğretim hayatının farklı düzeylerde yer alan katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının personel eğitiminin zorluğu değişkeni açısından pozitif yönde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 3,633$; $p < 0.010$]. Bu anlamlı farklılık ise ortaöğretim mezunu katılımcılar ($\bar{x} = 3,301$) ve lisans eğitimi almış katılımcılar ($\bar{x} = 2,675$) arasında gerçekleşmiştir. Bir başka deyişle, örgün eğitim/öğretim hayatını erken tamamlamış olan ortaöğretim mezunu katılımcılar görece eğitim/öğretimin daha yüksek basamaklarda tamamlamış katılımcılara göre vejetaryen/vegan beslenme ekseninde verilecek olan olası personel eğitimlerine daha soğuk ve mesafeli yaklaşmaktadırlar. Yapılan Scheffe testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p = 0,710$; $p > 0,050$). H_3 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların öğrenim durumu grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_3 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının meslekte çalıştıkları süreye göre vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır olarak ifade edilmiş H_4 hipotezinin çıktıları Tablo 5'te sunulmuştur. Katılımcıların yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların meslekte çalıştıkları süreler göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 3,558$; $p < 0.010$]. Bu farklılık ise meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personeller ($\bar{x} = 2,762$) ve 8-10 yıl arası iş görmüş personeller ($\bar{x} = 2,241$) arasında ortaya çıkmıştır. Buna göre vejetaryen/vegan ürün/hizmet sağlayan işletmelerde karşılaşılabilecek olası yapısal sorunlara karşı daha çok iş tecrübesi olan personellerin daha az tecrübeli personellere göre daha hazırlıklı olduğu tespitini yapmak mümkündür. Yapısal sorunlar değişkeni özelinde, meslekte 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu ve meslekte 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu ölçek puanlarından edinilen varyans miktarının, 2-4 yıl arası çalışmış personel grubu için 0,816 olduğu, 8-10 yıl arası çalışmış personel grubu için ise 0,584 olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bir grubun varyans miktarının diğer grubun varyans miktarından 4 kat fazla olmadığı koşulu sağlanmıştır. Ayrıca 2-4 yıl arası çalışmış personel gözlem sayısı (104) ile 8-10 yıl arası çalışmış personel (62) gözlem sayısının birbirlerine yakın denilebilecek

seviyelerde olması da yapısal sorunlar değişkeni için varyansların homojen dağılımı varsayımının karşılandığına işaret ettiği için varyansların homojenliği varsayımı yerine getirilmiş kabul edilmiştir.

Tablo 6. Meslekte Çalışılan Sürelerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	3,451	4	0,863	1,195	0,312	
	Gruplar içi	277,229	384	0,722			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	1,715	4	0,429	0,628	0,643	
	Gruplar içi	262,245	384	0,683			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	2,878	4	0,72	0,581	0,676	
	Gruplar içi	475,187	384	1,237			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	12,13	4	3,032	3,558	0,007**	2-4 yıl ve 8-10 yıl çalışanlar
	Gruplar içi	327,322	384	0,852			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	3,6	4	0,9	1,485	0,206	
	Gruplar içi	232,684	384	0,606			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	6,992	4	1,748	1,344	0,253	
	Gruplar içi	499,547	384	1,301			

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

H₄ hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların meslekteki çalışma süresi grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₄ hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Farklı alanlarda öğrenim görmüş yiyecek/içecek sektörü çalışanlarının vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili tutumları arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir fark vardır hipotezinin sınanması sonucu edinilen bulgular Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre meslekte 2-4 yıl ile 8-10 yıl arası çalışanlar diğerlerine göre vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili daha fazla yapısal sorun olduğunu düşünmektedir.

Katılımcıların yapısal sorunlar değişkeni özelindeki tutumları, onların mesleklerine ilişkin farklı alanlarda almış oldukları eğitimlere göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [$F(4, 387) = 2,976$; $p < 0.050$]. Bu farklılığın kaynağını turizm meslek lisesinde eğitim görmüş personeller ($\bar{x}=2,661$) ile mesleki eğitimini diğer uygulamalar (kurs, sertifika ve eğitim programları vb.) ile kazanmış personeller ($\bar{x}=3,003$) oluşturmaktadır. Bu bulguların okumasını şu şekilde yapmakta mümkündür; yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimini yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimini turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir.

Tablo 7. Farklı Alanlardaki Öğrenimlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	2,613	4	0,653	0,902	0,463	
	Gruplar içi	278,066	384	0,724			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	3,497	4	0,874	1,289	0,274	
	Gruplar içi	260,463	384	0,678			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	10,35	4	2,588	2,124	0,077	
	Gruplar içi	467,715	384	1,218			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	10,206	4	2,552	2,976	0,019*	Turizm meslek lisesi ve diğer
	Gruplar içi	329,246	384	0,857			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	2,86	4	0,715	1,176	0,321	
	Gruplar içi	233,425	384	0,608			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	10,819	4	2,705	2,095	0,081	
	Gruplar içi	495,72	384	1,291			

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

İlgili değişkene Scheffe testi uygulandığında ise gruplar arası varyansların homojenliği varsayımının yerine getirildiği de gözlenmiştir ($p=0,770$; $p<0,050$). H_5 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde ise katılımcıların mesleki eğitimlerini aldıkları alanı temsil eden grupları açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 8. İşyerindeki Görevlerin Gruplandırılması Açısından ANOVA Çıktıları

BAĞIMLI DEĞİŞKENLER	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Scheffe
Erişilebilirliğin Zorluğu	Gruplar arası	2.703	3	0.901	1.248	0.292	
	Gruplar içi	277.977	385	0.722			
Rekabet Üstünlüğü	Gruplar arası	5.177	3	1.726	2.568	0.054	
	Gruplar içi	258.783	385	0.672			
Personel Eğitiminin Zorluğu	Gruplar arası	1.282	3	0.427	0.345	0.793	
	Gruplar içi	476.783	385	1.238			
Yapısal Sorunlar	Gruplar arası	1.483	3	0.494	0.563	0.640	Servis ve diğer personel
	Gruplar içi	337.970	385	0.878			
Deneyimleme Arzusu	Gruplar arası	5.173	3	1.724	2.872	0.036*	
	Gruplar içi	231.112	385	0.600			
Neofobik Tutum	Gruplar arası	4.187	3	1.396	1.070	0.362	
	Gruplar içi	502.352	385	1.305			

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

Bağımsız Değişken: İşyerindeki görev

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

olarak ifade edilmiş H_6 hipotezine ait çıktılar Tablo 8'de işlenmiştir. Tablo 8'den edinilen çıktılarda, işyerindeki görevleri bakımından değerlendirildiğinde, katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme tarzına yönelik tutumlarının deneyimleme arzusu değişkeni özelinde anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır [$F(4, 387) = 2,872; p < 0,050$]. Bu anlamlı farklılık ise çalıştıkları işyerlerinde servis personeli olarak görev yapan katılımcılar ($\bar{x}=3,456$) ve mutfak dışında kalan farklı pozisyonlarda (kurye, muhasebeci, kasiyer vb.) görev alan katılımcılar ($\bar{x}=3,928$) arasında gerçekleşmiştir. Buna göre, çalıştıkları işyerlerinde -mutfak haricinde- farklı pozisyonlarda görev alan personellerin servis personellerine göre vejetaryen/vegan beslenmeyi ve besinleri deneyimlemeye daha açık fikirle yaklaştıkları görülmüştür. Yapılan Scheffe testi sonucunda varyansların homojenliği varsayımının karşılandığı da gözlemlenmiştir ($p=0,460; p > 0,050$). H_6 hipotezine yönelik diğer değişkenlerde katılımcıların işyerindeki görevleri açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu bilgilerin ışığında, H_6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 9. Araştırma Katılımcılarının Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği İfadelerine İlişkin Ki-Kare Bağımsızlık Testi Sonuçları

Vejetaryen/Vegan Beslenme İle İlgili Görüş ve Tutumları Ölçen İfadeler							
ANLAMLILIK İLİŞKİNİN GÖZLENDİĞİ İFADE		Doğru Bilgiye Sahip Olmayan		Doğru Bilgiye Sahip Olan		χ^2	p
		N	%	N	%		
Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir. (Doğru)	Servis Per.	34	68,6	24	41,4	8,411	0,004**
	Mutfak Per.	108	38	176	62		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Besin Öğeleriyle İlişkisi İle İlgili Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda demir eksikliği ortaya çıkar. (Doğru)	Servis Per.	36	62,1	22	37,9	6,738	0,009**
	Mutfak Per.	222	78,2	62	21,8		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Hayat Kalitesi ve Kronik Hastalıklar ile İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/Vegan Beslenme Fiziksel Performansı Düşürür. (Yanlış)	Servis Per.	37	63,8	21	36,2	3,861	0,049*
	Mutfak Per.	141	49,6	143	50,4		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Ölüm Nedenleriyle İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/vegan beslenen insanlarda kalp hastalıklarına bağlı ölümler artar. (Yanlış)	Servis Per.	38	65,5	20	34,5	12,200	0,001**
	Mutfak Per.	115	40,5	169	59,5		
Vejetaryen/Vegan Beslenen İnsanlarda Meme Kanserine Bağlı Ölümler Artar. (Yanlış)	Servis Per.	35	60,3	23	39,7	6,619	0,010**
	Mutfak Per.	119	41,9	165	58,1		
Vejetaryen/Vegan Beslenmenin Üreme Sağlığı ve Hormonlarla İlişkisi Konusundaki Bilgi Düzeyini Ölçen İfadeler							
Vejetaryen/Vegan Beslenme Kadınlarda Adet Düzensizliklerine Yol Açar. (Yanlış)	Servis Per.	38	65,5	20	34,5	8,344	0,004**
	Mutfak Per.	127	44,7	157	55,3		

* $p < 0,050$ Düzeyinde Anlamlıdır. ** $p < 0,010$ Düzeyinde Anlamlıdır.

Katılımcıların işyerindeki görevleri ile vejetaryen/vegan beslenme biçimiyle ilgili görüş, tutum ve bilgi düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır hipotezini sınamak amacıyla uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testinin çıktıkları Tablo 9'da gösterildiği gibidir. Toplam 31 ifadeden oluşan "Vejetaryen/Vegan Beslenme Konusundaki Görüş, Tutum ve Bilgi Düzeyleri Ölçeği"nin her ifadesine ayrı ayrı uygulanan Ki-Kare bağımsızlık testi sonuçlarına göre 6 adet ifadede istatistiksel olarak anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Bu bilgilerin ışığında, H₇ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

31 ifade içerisinde 11 adet ifade katılımcıların vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili görüş ve tutumları ölçen ifadelerle işaret etmekte olup, analiz sonucunda bu ifadelerden sadece "Vejetaryen beslenenler bazı hayvansal ürünleri yiyebilir" önermesi üzerinde değişkenler (işyerindeki görev ve bilgi durumu) arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır ($X^2=8,411$, $p<0.010$). Ayrıca, mutfak personellerinin servis personellerine nispeten bilimsel açıdan "doğru" bir bulgu olan bu önermeye ilişkin anlamlı düzeyde daha doğru bilgiye sahip oldukları gözlemlenmiştir.

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

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

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

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

Sonuç ve Öneriler

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

karlılıklarını, verimliliklerini ve marka değerlerini arttırarak, rakip işletmeler karşısında rekabet üstünlüğü elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Teorik anlamda kulağa hoş gelen bu amaca ulaşıp ulaşılamayacağına birinci dereceden sorumluluk sahibi olanlar ise şüphesiz yiyecek/içecek sektörü personelleridir. İlgili sektörün personelleri çalıştıkları işletmenin vejetaryen/vegan ilkeler üzerine oturtulmuş pazarlama plan ve programını ne ölçüde yansıttıkları, personellerin vejetaryen/vegan olgusunu ne ölçüde içselleştirip benimzedikleriyle yakından ilişkilidir. Bu amaç doğrultusunda atılan ilk adım, yiyecek/içecek sektörü personelinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili tutumlarını şekillendiren etmenleri yani değişkenleri tespit etmektir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında yapılan analizler sonucunda ise personel tutumlarının 6 boyutta meydana geldiği gözlemlenmiştir. Faktör analizinin açıkladığı varyans oranları dikkate alındığında, personellerin vejetaryen/vegan beslenme olgusuna yönelik tutumları üzerinde en belirleyici rolü oynayan değişkenler sırasıyla; erişilebilirliğin zorluğu, rekabet üstünlüğü, personel eğitiminin zorluğu, yapısal sorunlar, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum şeklindedir.

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

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

Yaşları açısından değerlendirildiğinde, her ne kadar alan yazındaki araştırmalar, kariyerinin ve yaşamının daha ileri aşamasındaki personellerin üretkenliğe genç personellerden daha fazla değer verdiği gösterilmiş olsa da (Lang ve Carstensen, 2002), bu durum personel eğitimi noktasında aynı şekilde ortaya çıkmamaktadır. Yaşlı personeller eğitim alsalar bile eğitim performansları görece kendilerinde daha genç meslektaşlarına nazaran daha zayıftır (Colquitt, Le Pine ve Noe, 2000). Konuya ilişkin alan yazındaki tutarlı bulgular, bu araştırmanın sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Nitekim 41-50 yaş arası araştırma katılımcılarının (görece yaşlı) 21-30 yaş arası katılımcılara (görece genç) göre vejetaryen/vegan beslenme odağında personele verilecek olan eğitimi daha zorlayıcı ve yıpratıcı bulmaktadırlar.

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

Demografik özellikleri bakımından gruplar arası anlamlı farklılığın en çok olduğu 2. değişken ise yapısal sorunlar değişkeni olmuştur. Bu değişkenin işletme hayatı ise işletmelerin örgüt yapısı (örgüt büyüklüğü, örgütsel güven) ve fiziki yapısı (vejetaryen/vegan ürünlerin raf ömrünü uzatmak için gerekli olan ürün saklama üniteleri, soğuk hava deposu vb.) ile ilgilidir. Meslekte çalışılan süre açısından yani kıdem bazında incelendiğinde, geleneksel yapıdan vejetaryen/vegan konseptli bir işletmeye dönüşümün yaratacağı yapısal sorunlar karşısında 8-10 yıl arası çalışan personel 2-4 yıl

arası çalışan personele göre daha hazırlıklı bir görüntü çizmektedir. Bu sonucun gerekçelendirilmesi ise özellikle yapısal sorunlar değişkeninin işaret ettiği örgüt büyüklüğü kavramı ışığında yapılabilmektedir. Buna göre vejetaryen/vegan ürünlerin hazırlık aşaması için yeni mutfak personelleri, müşteri/tüketiciye servis aşamaları için ise yeni servis personellerinin istihdam edilmesi gerekliliği inancı işletmenin çalışan sayısında artışa gitmesine neden olarak işletmenin örgüt boyunda karmaşıklığını arttıracaktır. Alanyazında örgüt büyüklüğünde yaşanan artışın örgütsel davranışı da genel olarak olumludan çok olumsuz etkileyeceği bilinmektedir (Keçecioglu, 2008). Böylesi bir durumda ise daha az kıdemli bir personelin işletmedeki değişimlere tepkisi ve adaptasyon sürecinin daha kıdemli ve tecrübeli bir personele görece daha yavaş gelişmesi de kaçınılmazdır.

Yapısal sorunlar değişkeni özelinde gruplar arası farklılığın gözlemlendiği bir diğer kategorik değişken ise personellerin mesleklerine ilişkin eğitim aldıkları alanda gözlemlenmiştir. Bu bulguya göre yiyecek/içecek işletmelerinde vejetaryen/vegan merkezinde bir kimlik dönüşümünden kaynaklanan yapısal sorunların aşılması noktasında, mesleki eğitimi yaygın eğitim/öğretim kurumlarından alan personellerin, eğitimi turizm meslek lisesi gibi örgün eğitim/öğretim kurumlarından alan bireylere göre daha karamsar oldukları söylenebilir.

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

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

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

işletme personellerinin vejetaryen/vegan kavramına yönelik temel okur-yazarlık düzeylerinin kısmen ideal seviyelerde olması ise bu geçişin yumuşak ve az hasarlı olmasındaki en önemli belirleyici olacaktır.

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

- Bu araştırma kapsamında kullanılan araştırma modelleri nedensel karşılaştırma ve keşfedici ilişkisel araştırma modelleridir. Bu modellerden ilki ölçümü yapılan değişkenlere ilişkin kategorik değişken grupları ortalamalarının anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koyarken, ikinci model ise incelenen değişkenlerin birlikte değişimini açıklamaya çalışmaktadır. Bu noktada vejetaryen/vegan beslenmeye yönelik tutumlar içerisinde işletme personellerini değil de doğrudan müşterileri/tüketicileri odağına olan erişilebilirliğin zorluğu, deneyimleme arzusu ve neofobik tutum gibi değişkenler farklı bir araştırma modeli yardımıyla farklı bir örneklem üzerine uygulanabilir.

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

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

Böylelikle vejetaryen/vegan müşterilerin/tüketicilerin kendileri ile ilgilenen personelin bilgisizliği ve sorumsuzluğu ile ilgili şikâyetler kabul edilebilir düzeylere çekilecektir.

- Yiyecek – İçecek eğitimi ile ilgili dersleri içeren tüm kurumların müfredatına vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili derslerin eklenmesi ve bu sayede sahada görev almaya aday personellerin konuyla alakalı iş bilirlik seviyesinin yükseltilmesi sağlanarak gelecekte sayılarının daha da artacağı öngörülen vejetaryen/vegan beslenmenin bilgi düzeyinin fark yaratacağı oranda artırılması sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek Eğitim kurumlarıyla endüstrisi arasındaki ilişkinin daha nitelikli olabilmesi için sektör temsilcilerinin eğitimlere aktif bir şekilde dahil edilmesi ve bu sayede işletmelerde rol almaya aday olan öğrencilerin iş sahasında ne ile karşılaşacağına dair bilinçlenmesi sağlanabilir.

- Yiyecek – İçecek eğitim kurumlarında görevli akademik personelin sektördeki gelişmeleri yakından takip edebilmesi için belli dönemsel aralıklarla sektörde aktif rol alması ve bu sayede eğitim kalitesinin sürdürülebilir düzeyde artırılması sağlanabilir.

- Vejetaryen/Vegan yiyecekler menülerinde yer vermeyi düşünen işletmelerin kurguladıkları menü taslağına uygun olabilecek şekilde birbirleri ile işiği olan ürünler seçmesi ve bu sayede ekstra bir ürün girdisi oluşmadan mevcut malzemelerle ek bir satış kalemi oluşturarak hem zayı oranının düşürülmesi hem de karlılığın artırılması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

BALCI, T. N. (2018). Türkiye'de yaşayan vegan ve vejetaryen bireylere özgü besin tüketim sıklığı anketi geliştirilmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

BEŞİRLİ, H. V. & KİMLİK K. (2010). Yemek. *Millî Folklor Dergisi*, 22(87), 159-169.

BRYANT, C. J. (2019). We can't keep meeting like this: Attitudes towards vegetarian and vegan diets in the United Kingdom. *Sustainability*, 11(23), 1-17.

BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2014). *Deneyisel desenler: Öntest-sontest, kontrol grubu, desen ve veri analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

CHOE, J. Y. & CHO, M. S. (2011). Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food Quality and Preference*, 22(7), 671-677.

COLQUITT, J. A., LEPİNE, J. A. & NOE, R. A. (2000). Toward an integrative theory of training motivation: A meta-analytic path analysis of 20 years of research. *Journal of Applied Psychology*, 85(5), 678-707.

ÇOBAN, A., HAMAMCI, C. & KELEŞ, R. (2012). *Çevre Politikası*, Ankara: İmge Kitabevi.

DEGRAZIA, D. (2002). *Animal rights: A very short introduction*. England: OUP Oxford.

DEMİR, E., SAATÇIOĞLU, Ö. & İMRÖL, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.

DEMİRACI, N. G. (2012). *Son Bakışta hüznün: Merhamet etiği olarak levinas ve hayvan hakları, Yeşil ve Siyaset, Siyasal Ekoloji Üzerine Yazılar*, Ed.: İmga, O. ve Olgun, H., Lotus Yayınevi, Ankara, s. 386-403.

DYETT, P., RAJARAM, S., HADDAD, E. H., & SABATE, J. (2014). Evaluation of a validated food frequency questionnaire for self-defined vegans in the United States. *Nutrients*, 6(7), 2523-2539.

- GREENEBAUM, J. (2012). Veganism, identity, and the quest for authenticity. *Food, Culture and Society*, 15(1), 129-144.
- KALUZA, J., LOZYNSKA, K., RUDZIŃSKA, J., GRANDA, D., ŚCİŃSKA, E. & SZMİDT, K. M. (2023). Mediterranean-Style Diet and Other Determinants of Well-Being in Omnivorous, Vegetarian, and Vegan Women, *Nutrients*, 15(3), 725-732.
- KANFER, R. & ACKERMAN, P. L. (2004). Aging, adult development, and work motivation. *Academy of Management Review*, 29(3), 440-458.
- KARABUDAK, E. (2012). *Vejetaryen beslenmesi*. Ankara: Klasmat.
- KEÇEÇİOĞLU, T. (2008). Örgüt büyüklüğünün örgüt yapısına olan etkileri üzerine çok boyutlu yaklaşımlar. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 179-207.
- KEY T. J, APPLEBY P. N. & ROSELL M. S. (2006). Health effects of vegetarian and vegan diets. *Proc Nutr Soc*. 65(1), 35-41
- KUZ, O. F. (2018). *Aile hekimlerinin vejetaryen/vegan beslenme ile ilgili bilgi, tutum ve davranışları* (Yayımlanmamış uzmanlık tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- KWIATKOWSKA, I., OLSZAK, J. FORMANOWIĆZ, P. & FORMANOWIĆZ, D. (2022). Nutritional Status and Habits among People on Vegan, Lacto/Ovo-Vegetarian, Pescatarian and Traditional Diets, *Nutrients*, 14,4591.
- LANG, F. R. & CARSTENSEN, L. L. (2002). Time counts: Future time perspective, goals, and social relationships. *Psychology and Aging*, 17(1), 125-139.
- LAP T. L. & JOAN S. (2014). Beyond meatless, the health effects of vegan diets: Findings from the adventist cohorts, *Nutrients*, 6, 2131-2147.
- LEITZMANN C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, Future. *Am J Clin Nutr*, 100(1), 496-502.
- MANGELS A. R. (2014). Bone nutrients for vegetarians. *Am J Clin Nutr*. 100(1), 469-475.
- 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.
- RIVERA, M. & SHANI, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049-1065.
- ROSS, A. & WILLSON, V. L. (2017). *Basic and advanced statistical tests: Writing results sections and creating tables and figures*. Rotterdam: Sense.
- SABATÉ, J. & SORET, S. (2014). Sustainability of plant-based diets: back to the future, *Am J Clin Nutr* 100, 476-482.
- SHANI, A. (2010), Vegetarianism. A. Pizam (Ed.), *International Encyclopedia of Hospitality Management* (s. 674-676) içinde. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- SEZGİN, A. ve AYYILDIZ, S. (2018). Gastronomi alanında vejetaryen/vegan yaklaşımı; Giresun yöre mutfağının vejetaryen mutfak kapsamında incelenmesi. Uluslararası Türk-Rus Dünyası Akademik Araştırmaları Kongresi (pp.503-533). Ankara, Turkey.
- SINGER, P. (2005). *Hayvan Özgürleşmesi*, (Çev.: Doğan, H.) Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- SNEIJDER, P. & MOLDER, H. T. (2009). Normalizing ideological food choice and eating practices. Identity work in online discussions on veganism. *Appetite*, 52(3), 621-630.
- THE VEGAN SOCIETY. (2020). Vegan tanımı. Erişim, Adresi: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>.

TURAL, K. S. (2018). Veganlar ne ister? Veganların seyahat deneyimlerinden hareketle seyahat acentaları ve turist rehberleri için bir yol haritası önerisi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.

TUORILA, H., LÄHTEENMÄKI, L., POHJALAINEN, L. & LOTTI, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29-37.

YAZICIOĞLU, Y. & ERDOĞAN, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Summary

People prefer vegetarian or vegan diets for different reasons, usually health or animal rights. It is seen that the number of people who adopt vegetarian or vegan diet from past to present has increased. Vegetarian or vegan diets do not just meet a need arising from the desire of people to live a healthy and long life. Such people (especially vegans) either do not consume animal-based foods or partially consume animal-based foods due to health concerns, and they also avoid using animal-derived silk, wool, leather and cosmetics. Therefore, vegetarian or vegan people can be seen as individuals who feel responsible for non-human life and act extremely sensitive to the degradation of the natural environment. So that vegetarian or vegan diet symbolizes a character and stance. This phenomenon, which is widely accepted in the global sense, is now gathering support within Turkey. However, while it is observed that the perceptions towards the adoption and legitimacy of a vegetarian or vegan diet in Turkey are strengthened within the country, it does not go unnoticed that food and beverage businesses that provide products/services for individuals who adopt this lifestyle are relatively inadequate. As a matter of fact, the limited number of specialty food and beverage businesses that serve to meet the needs of vegetarian or vegan individuals and the insufficiency of vegetarian or vegan menus in businesses that strive to meet these needs confirm this determination. The main purpose of this research is to reveal whether the attitudes and knowledge levels of those working in the food and beverage sector in Turkey towards the vegetarian or vegan diet differ in terms of some demographic variables. This research includes kitchen staff, service personnel, restaurant manager, business owner, etc. working in the food and beverage industry in Turkey. The sample of the study consists of the kitchen and service personnel working in the food/beverage businesses within the borders of Istanbul, but since it is not possible to reach all the personnel working in the food and beverage businesses in Turkey, the sampling method was used in the study. According to the recorded data, the net number of food/beverage sector employees working in Istanbul could not be reached. Sample size should be 384 if the sample error is $d = \pm .05$ and the population is between 1 million and 100 million in the confidence interval of $p = .05$, $q = .05$. Sample Size Table was used.

Based on the information obtained from the general attitudes of the stakeholders towards the vegetarian or vegan phenomenon, it is important to predict what kind of behavioral changes these attitudes may lead to in the future at the enterprise level. Questionnaire method was used as data collection technique. The questionnaire form consists of three parts. The first part is the part that contains information and data on various demographic characteristics of the participants. In the second part of the questionnaire, "Vegetarian Foods" scale was used which aims to examine the attitudes of individuals who work in restaurants (kitchen staff, service personnel) and decision makers (restaurant manager, restaurant owner), towards vegetarian and vegan foods. "General Attitudes Towards Children" scale. The last part of the questionnaire consists of the "Opinions, Attitudes and Knowledge Levels on Vegetarian/Vegan Nutrition" scale. While 24

statements of the scale, which consists of 31 statements in total, were obtained 7 statements that were thought to contribute to the research purpose were developed by the researchers.

The data obtained were analyzed with the help of independent sample t-test, ANOVA and Exploratory factor analysis (EFA). As a result of the study, six variables related to the food and beverage sector for Vegan and Vegetarian foods were obtained. These are respectively; Difficulty of Accessibility, Competitive Advantage, Difficulty of Staff Training, Structural Problems, Desire to Experience and Neophobic Attitude. The variables obtained as a result of the factor analysis differed according to the age, gender, educational status, place of study, duration of work and professional experience of the participants. The results of the research show that the basic knowledge level of the personnel working in the food and beverage businesses about vegetarian or vegan nutrition is partially sufficient. Finally, in the light of the research findings, some suggestions have been developed that are believed to be beneficial for researchers who want to contribute to the limited literature on the subject and food/beverage businesses who want to use the added value created by the vegetarian and vegan phenomenon more efficiently.