

BÖLÜM 11

**Restoran Yöneticilerinin Vejetaryenliğe Bakış Açısının Belirlenmesi:
Hatay İli Örneği***

Betül ŞAHİN¹

Dr. Hasan CİNNİOĞLU²

Özet

Bu araştırmada, restoran yöneticilerinin vejetaryen misafirlere sundukları menü seçeneklerinin çeşitliliği ve yeterliliğine ilişkin değerlendirmeleri ile bu misafirlerin karşılaştıkları sorunları gidermeye yönelik benimsedikleri uygulama ve yaklaşımların incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Hatay ilinde faaliyet gösteren restoranların yöneticilerinden yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analizle değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, vejetaryen müşteri talebinin restoran yöneticileri tarafından sınırlı ve çoğunlukla turistik dönemlerle ilişkili olarak değerlendirildiğini, bu durumun yerel mutfak kültürüyle yakından bağlantılı olduğunu göstermektedir. İşletmelerin vejetaryenlere yönelik menü yaklaşımlarının hedef müşteri profili ve kurumsal vizyona bağlı olarak farklılaştığı; bazı restoranların kapsayıcı stratejiler geliştirirken bazılarının sınırlı seçeneklerle yetindiği belirlenmiştir. Yöneticiler ana yemek yetersizliği, menü bilgilerinin açıklığı, çapraz bulaşma riski ve personel bilgi eksikliğini temel sorunlar olarak ifade etmiştir. Her ne kadar yöneticilerin vejetaryenliğe yönelik tutumları genel olarak olumlu olsa da bu farkındalığın işletme uygulamalarına yeterince yansımadağı dikkat çekmektedir. Sonuç olarak çalışma, Türkiye’de vejetaryen beslenmeye yönelik ilginin artmasına karşın restoran sektöründe bu alana yönelik kurumsal ve sürdürülebilir uygulamaların henüz yeterince gelişmediğini, ancak gelecekte önemli bir dönüşüm potansiyeli bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Gastronomi, vejetaryen, turizm, restoran, Hatay*

**Determining Restaurant Managers' Perspectives on Vegetarianism:
The Case of Hatay Province**

Abstract

This study aims to examine restaurant managers' evaluations regarding the diversity and adequacy of menu options offered to vegetarian guests, as well as the practices and approaches they adopt to address the problems encountered by these guests. For this purpose, data were collected from managers of restaurants operating in the province of Hatay through semi-structured interviews. The obtained data were analyzed using descriptive analysis. The findings indicate that vegetarian customer demand is perceived by restaurant managers as limited and largely associated with touristic periods, a perception closely linked to the local culinary culture. It was found that restaurants' approaches to vegetarian menus vary depending on their target customer profile and corporate vision; while some establishments develop inclusive strategies, others are content with offering limited options. Managers identified the insufficiency of main dishes, lack of clarity in menu information, the risk of cross-contamination, and inadequate staff knowledge as the main problems. Although managers' attitudes toward vegetarianism are generally positive, it is noteworthy that this awareness is not sufficiently reflected in operational practices. In conclusion, the study reveals that despite the growing interest in vegetarian diets in Türkiye, institutional and sustainable practices in the

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, İskenderun Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, <https://orcid.org/0009-0001-2445-474X>, betulsahin.lee22@iste.edu.tr

² Doç. Dr., İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, <https://orcid.org/0000-0001-7826-619X>, hasan.cinnioglu@iste.edu.tr

*Bu çalışma, Doç. Dr. Hasan Cinnioğlu danışmanlığında Betül Şahin tarafından hazırlanan “*Gastronomi Şehrinde Vejetaryen Olmak: Vejetaryenlerin Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma (Hatay İli Örneği)*” başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

restaurant sector remain underdeveloped; nevertheless, there exists significant potential for transformation in the future.

Keywords: *Gastronomy, vegetarian, tourism, restaurant, Hatay*

Giriş

Vejetaryenlik; dinî, ahlaki ve sağlık temelli gerekçelere dayanan çok boyutlu bir yaşam biçimi olarak bireylerin beslenme tercihlerini ve yaşam tarzlarını şekillendirmektedir. Bu faktörler, bireylerin yaşam tarzlarını seçmelerinde etkili olurken, bazı bölgelerde veya ülkelerde vejetaryenliğin daha yaygın bir şekilde benimsenmesine yol açmaktadır (Oğuz, 2022). Dünya genelinde vejetaryen bireylerin sayısının yaklaşık bir buçuk milyar olduğu tahmin edilmektedir (Leahy, Lyons ve Tol, 2010). Türkiye’de ise 2022 yılında gerçekleştirilen bir araştırma, her bin kişiden yaklaşık otuzunun vejetaryen beslendiğini ortaya koymaktadır (Paradergi, 2025). Bu veriler, vejetaryen pazarın sahip olduğu büyüme potansiyeline işaret etmekte; söz konusu potansiyel, yiyecek ve içecek işletmeleri açısından rekabet avantajı elde etme ve uzun vadeli marka bağlılığı geliştirme bakımından stratejik bir fırsat sunmaktadır. Özellikle gastronomik kimliği güçlü şehirlerde bu durumun önemi daha da artmaktadır. Konuyla ilgili yapılan bilimsel çalışmalar incelendiğinde, vejetaryen ve vegan beslenme ile yaşam tarzına ilişkin çalışmaların önemli bir bölümünün, bu beslenme biçimlerinin altında yatan temel motivasyonları (sağlık, etik, çevresel, kültürel ve sosyal nedenler) açıklamaya odaklandığı görülmektedir. Mevcut araştırmalar, vejetaryen ve vegan bireylerin tutumları, algıları ve tercihleri konusunda önemli bulgular sunmakla birlikte, vejetaryen ve vegan yaşam biçimlerinin gündelik pratikleri ve ayrıntılı yaşam deneyimlerine sınırlı ölçüde yer vermektedir (Shani ve Dipietro, 2007; İzmirli ve Philips, 2011; Altaş, 2017; Sünnetçioğlu, Mercan, Yıldırım ve Türkmen, 2017; Kim, Lee ve Goh, 2017; İkiz ve Solunoğlu, 2018; Sezgin ve Ayyıldız, 2019; Ayyıldız ve Sezgin, 2021; Yılmaz ve Albayrak, 2023). Bununla birlikte konuyu işletme perspektifinden ele alan çalışmalar literatürde oldukça sınırlıdır. Literatürdeki bu boşluktan hareketle araştırmanın temel problemi “Restoran yöneticilerinin vejetaryenliğe bakış açıları nasıldır?” şeklinde belirlenmiştir. Bu temel problem doğrultusunda araştırmada; restoran yöneticilerinin vejetaryen misafirlere sundukları menü seçeneklerinin çeşitliliği ve yeterliliğine ilişkin değerlendirmeleri ile bu misafirlerin karşılaştıkları sorunları gidermeye yönelik benimsedikleri uygulama ve yaklaşımların incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Hatay ilinde faaliyet gösteren restoranların yöneticilerinden yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analizle değerlendirilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

Türk Dil Kurumu vejetaryenliği “etyemez” şeklinde tanımlamaktadır (TDK, 2024). Vejetaryenlik, genellikle dini, etik, tıbbi ve çevresel nedenlerle tamamen tahıl, meyve, sebze, kuruyemiş ve baklagil gibi yiyeceklerle beslenmeyi esas alan bir yaşam biçimi veya teori olarak tanımlanmaktadır (Corpus, 2014). Vejetaryen bireyler, hayvansal ürünleri sınırlı miktarda tüketebilmekte veya bazılarını tamamen reddedebilmektedir (Yetim, Buran, Argan ve Özer, 2021). Vejetaryen beslenme tarzının bir tipi olan vegan beslenme ise (Karabudak, 2012) hayvansal ürünlerin ve hayvansal gıdaların tamamının tüketilmesine karşı olmak anlamını taşımaktadır (Erben ve Balaban, 2016). Veganlık, vejetaryenliğin bir tipi olarak kabul edilse de kendi içinde farklı bir kavram olarak ele

alınmaktadır. Çünkü veganlığın yalnızca bir beslenme tarzı değil hayvan hakları, çevresel sürdürülebilirlik ve etik kaygılarla da doğrudan bağlantılı bir yaşam biçimi olduğu belirtilmektedir (Yıldırım, 2013).

Kişilerin vejetaryen/veganlığı tercih etme sebepleri kişisel ya da çevresel olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu durum çevre merkezli (ekosentrik) ve insan merkezli (antroposentrik) olmak üzere iki ana başlık altında değerlendirilebilir (Shani ve Dipietro, 2007). Çevre merkezli (ekosentrik) olarak değerlendirilen yaklaşımda dünya, başlı başına bir değer olarak kabul edilmektedir. İnsan, kendi çıkarlarını ön plana çıkarmadan doğayı korunması gereken bir varlık olarak değerlendirir ve bu doğrultuda bir tutum geliştirir. Bu yaklaşım, atıkların geri kazanımında ve su ile enerjinin etkin bir şekilde kullanılmasında çevre korumasını önceliklendiren bir bakış açısına sahip olduğu söylenebilmektedir. İnsan merkezli yaklaşıma göre ise çevre, insanların yaşam kalitesinin artırılması ve sürdürülebilmesi açısından son derece önemlidir ve bu nedenle korunmalıdır. Çevreyi korumak, aynı zamanda insanın korunması anlamına gelmekte ve insanlık için faydalı görülmektedir. Hava, toprak ve su kirliliği gibi çevre kirliliği de insan sağlığını tehdit ettiği için bu sorunlarla etkin bir şekilde mücadele edilmelidir. Ayrıca, insanlığın geleceği için doğal kaynakların tasarruflu bir şekilde kullanılması gerektiğinden de bahsedilmektedir (Erten, 2007).

Vejetaryen beslenme biçimi, kişilerin tüketmeyi tercih ettikleri ve etmedikleri gıda türüne göre değişiklik göstermektedir. Bunlar, lakto, ovo, lakto-ovo, semi, pesko ve polo vejetaryenliktir (Rivera ve Shani, 2013). Lakto vejetaryen beslenme, bitkisel kaynaklı gıdaların yanı sıra hayvansal ürünler arasında yalnızca süt ve süt ürünlerinin tüketildiği, et, balık ve yumurtanın dışlandığı bir beslenme biçimidir (Perry, McGuire, Neumark-Sztainer ve Story, 2001). Ovo vejetaryen bireyler, bitki temelli gıdaları esas alarak beslenmekte ve hayvansal kaynaklı gıdalar arasında yalnızca yumurtayı tüketmektedirler (Baysal, 1995). Lakto-ovo vejetaryen beslenme, et tüketiminin reddedildiği ancak süt, süt ürünleri ve yumurtanın diyet kapsamında yer aldığı ve temelde hayvan yaşamının kutsallığını vurgulayan dini ve ahlaki inançlara dayanan bir beslenme türüdür (Baysal, 1995). Semi vejetaryen beslenme biçimini benimseyen bireyler kırmızı eti tüketmezken, sınırlı miktarda tavuk ve balık ile birlikte yumurta, süt ve süt ürünlerini diyetlerine dâhil edebilmektedirler (Karabudak, 2012). Pesco vejetaryenler, bitkisel gıdalar ile birlikte balık ve kabuklu deniz ürünlerini diyetlerinde bulunduran, ancak diğer kara hayvanlarının etlerini tüketmeyen bireyler olarak tanımlanmaktadır (Orlich, Jaceldo-Siegl, Sabate, Fan, Singh ve Fraser, 2014). Polo vejetaryen beslenme, hayvansal protein kaynağı olarak yalnızca kümes hayvanlarının tüketildiği ve bu nedenle bazı otoriteler tarafından vejetaryenlik kapsamında değerlendirilmeyen bir beslenme türüdür (Altaş, 2017; Marioitti, 2017).

2. Yöntem

Bu çalışmada konuyla ilgili derinlemesine bilgi edinmek amacıyla nitel desenli bir yaklaşım belirlenmiştir. Nitel araştırma, disiplinler arası bir bütünlük perspektifini benimseyerek, araştırma problemlerini yorumlayıcı bir yaklaşımla ele alan bir yöntemdir. Bu yöntem, katılımcıların deneyimlerini daha ayrıntılı olarak açıklamalarına olanak tanır (Morgan, 1996). Araştırmaya konu olan olgu ve olaylar, kendi bağlamlarında değerlendirilir ve insanların onlara yükledikleri anlamlar temelinde analiz edilir

(Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2007). Nitel desenli bu çalışma amacına göre araştırma türlerinden keşfedici bir araştırmadır. Keşfedici araştırmalar, genellikle nitel bir yaklaşıma sahip olup, problemin ve boyutlarının anlaşılmasına odaklanır ve çoğunlukla daha önce yeterli sayıda çalışmanın bulunmadığı durumlarda uygulanır (Gegez, 2007). Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği seçilmiştir. Görüşme formunda yer alan sorular, araştırmacılar tarafından ilgili literatürün (Kızılay, 2018; Ayyıldız ve Sezgin, 2021; Aldemir, 2024; Avcıkurt, Sabancı, Coşan ve Kaya, 2024; Sünnetçioğlu vd., 2017) detaylı bir şekilde incelenmesi sonucunda oluşturulmuştur. Bu süreçte elde edilen sorular, konusunda uzman öğretim üyelerinin görüşlerine sunulurken araştırmacının amacı ve kapsamı açısından uygunluğu teyit edilmiştir.

Restoran yöneticilerine yönelik 5 soru ise şu şekilde sıralanmıştır:

S.1. Çok fazla vejetaryen misafiriniz var mı?

S.2. Menü planlaması yaparken vejetaryen bireyleri göz önünde bulunduruyor musunuz?

S.3. Vejetaryen misafirlerinizin restoranınızda karşılaştıkları sorunlar nelerdir?

S.4. Genel olarak vejetaryenlik ile ilgili düşünceleriniz nelerdir?

S.5. Vejetaryen misafirlerle karşılaştığınız sorunlara yönelik ne tür çözümler sunuyorsunuz?

Görüşmeler yapılmadan önce İskenderun Teknik Üniversitesi Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 24.06.2024 tarihinde 2024/12-16 no'lu karar ile etik kurul onayı alınmıştır. Görüşmeler Aralık 2024- Mart 2025 tarihleri arasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak yapılmıştır. Yanıtlar, katılımcıların gizliliğinin korunması amacıyla numaralandırılmıştır. Görüşme yöntemi ile elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuştur. Bu yaklaşımla, elde edilen bilgiler okuyucuya betimsel bir perspektifle aktarılır ve bulgular belirlenen temalar çerçevesinde düzenlenir. Bu betimlemeler doğrultusunda, araştırmacının yorum yapması ve çeşitli çıkarımlarda bulunması mümkündür. Betimsel analiz, dört temel aşamadan oluşmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2003): Çerçeve Oluşturma, verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanmasıdır.

Araştırmanın evreni gastronomi şehri Hatay'ın ilçelerinde bulunan işletmelerin restoran yöneticileri, örneklemini ise bu restoranlardaki 10 yönetici oluşturmaktadır. Restoran yöneticileri için kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Hatay'da faaliyette bulunan restoran sayıları net olarak bilinmediğinden dolayı olasılıksız örneklem türlerinden birisi olan kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Yöneticilerle yapılan görüşmeler ortalama 25-30 dakika arası sürmüş olup, araştırmacı tarafından yüz yüze görüşülerek yazılı not alınmıştır. Örneklemin 10 yöneticiden oluşmasının sebebi veri doygunluğuna ulaşılmasıdır. Veri analizinde, kodların yinelenmeye başlaması ve yeni temaların ortaya çıkmaması durumunda, araştırmanın yeterli düzeyde kavramsal kapsama eriştiği ve verilerin doygunluk noktasına ulaştığı kabul edilmektedir (Akçay ve Koca 2024).

3. Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizinde, ilk olarak araştırma sorularıyla uyumlu tematik bir yapı oluşturularak analiz sürecinin çerçevesi belirlenmiştir. Verilerin çözümlenmesinde, önceden belirlenen temalar doğrultusunda görüşmelerden elde edilen ham veriler sistematik bir biçimde sınıflandırılmış, anlamlı kategoriler altında organize edilmiştir. Bu kategoriler ışığında, veriler açıklanmış, bulgular açık ve anlaşılır biçimde tanımlanmış ve yoruma tabi tutulmuştur. Analiz süreci boyunca, katılımcı ifadelerinden alınan doğrudan alıntılar ile verilerin geçerliliği ve güvenilirliği desteklenmiştir. Böylelikle, katılımcıların deneyim ve görüşlerinin nesnel biçimde yansıtılması hedeflenmiştir. Tüm bu aşamalar sonucunda elde edilen bulgular, aşağıda ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Katılımcıların çok fazla vejetaryen misafiriniz var mı sorusuna yönelik bulgular.

Yöneticilere yöneltilen “Çok fazla vejetaryen misafiriniz var mı?” sorusuna ilişkin elde edilen verilerin analizi sonucunda, katılımcı görüşlerinin üç ana konu çerçevesinde toplandığı belirlenmiştir. Birincisi, vejetaryen misafir sıklığına ilişkin genel gözlemleri kapsamaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların büyük bir bölümü, işletmelerine gelen vejetaryen bireylerin sayısının oldukça sınırlı olduğunu belirtmiştir. İfade edilen görüşler, söz konusu talebin nadiren karşılımlarına çıktığını ve çoğunlukla işletmelerinin hedef kitlesinin geleneksel, et ağırlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip bireylerden oluştuğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, hizmet verilen müşteri profilinin, vejetaryen beslenme biçimine yönelik sınırlı bir talep oluşturduğunu göstermektedir. Bir diğeri, vejetaryen taleplerin dönemsel ve çevresel faktörlere bağlı olarak değişkenlik gösterdiğine ilişkindir. Özellikle bazı yöneticiler, yaz aylarında artan turistik yoğunlukla birlikte vejetaryen beslenme tercihlerine yönelik taleplerin gözle görülür biçimde arttığını ifade etmiştir. Ancak bu artışın işletmenin yerel müşteri kitlesinden değil, şehir dışından gelen turistler veya yabancı misafirlerden kaynaklandığı vurgulanmıştır. Bu bağlamda, vejetaryen taleplerin mevsimsel özellikler ve bölgesel hareketlilik gibi dışsal faktörlerle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sonuncusu ise, vejetaryen tercihlerin belirli müşteri alt gruplarında daha fazla gözlemlendiğine işaret etmektedir. Bazı katılımcılar, özellikle genç bireyler, çocuklu aileler ya da şehir dışından gelen konuklar gibi spesifik gruplarda vejetaryen beslenme tercihlerinin zaman zaman karşılımlarına çıktığını belirtmiştir. Bu durum, vejetaryen taleplerin homojen bir dağılım göstermediğini, belirli demografik özellikler taşıyan müşteri gruplarında daha yoğun olarak ortaya çıkabildiğini göstermektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcı görüşleri, vejetaryen müşteri taleplerinin henüz yaygın ve sürekli bir olgu haline gelmediğini; buna karşın, belirli dönemlerde ve müşteri profillerine bağlı olarak çeşitlilik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yöneticilerin çok fazla vejetaryen misafiriniz var mı sorusuna yönelik verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur;

Y2: “Çok sık karşılaşmıyoruz. Nadiren denk gelir.”

Y4: “Dürüst olmak gerekirse çok az.”

Y10: “Genelde çevre köylerden gelen müşterilerde bu talep çok az.”

Y5: "Yaz döneminde turistlerle birlikte sayıları artsa bile yine de fazla değil."

Y1: "Genelde et seven bir müşteri kitlemiz var ama zaman zaman vejetaryen misafirlerimiz de oluyor."

Y9: "Özellikle yaz sezonunda İstanbul'dan gelenlerde yaygın."

Y3: "Tamamen bu gruba hitap etmiyoruz. Yani kısmen evet."

Y6: "Bazen gençlerden bu yönde talep alıyoruz."

Y7: "Bazı hafta sonları aile gruplarında olabiliyor."

Y8: "Buralı olmayanlarla birlikte artmaya başladı."

Menü planlaması yaparken vejetaryen bireylerin göz önünde bulundurulmasına yönelik bulgular

Yöneticilerin, menü planlaması sürecinde vejetaryen bireyleri dikkate alıp almadıklarına yönelik soruya verdikleri yanıtların analiz edilmesi sonucunda, restoranlar arasında bu konuya ilişkin yaklaşımlarda belirgin farklılıklar olduğu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgular, bazı işletmelerin vejetaryen bireyleri doğrudan hedefleyen menü stratejileri geliştirdiğini, bu doğrultuda özel yemek seçenekleri sunduğunu ve menülerini alternatif beslenme biçimlerine göre yeniden yapılandırıldığını göstermektedir. Buna karşın, bazı işletmeler ise vejetaryen bireyleri dolaylı yoldan ya da sınırlı ölçüde göz önünde bulundurmaktadır. Bu tür işletmelerde, menülerde yer alan vejetaryen yemek seçenekleri çoğunlukla mevcut yemeklerden türetilmiş veya sınırlı sayıda tutulmuş olup, bu gruba özel bir planlama yapılmadığı dikkat çekmektedir. Yöneticiler, bu durumu genellikle işletmenin müşteri profili, geleneksel mutfak anlayışı veya sınırlı talep ile gerekçelendirmektedir. Dolayısıyla, vejetaryen bireylerin menü planlamasında dikkate alınma düzeyi, işletmenin hizmet verdiği müşteri kitlesi, kurumsal vizyonu ve pazar konumlanması gibi faktörlere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Yöneticilerden alınan ve konuyu daha somut biçimde ortaya koyan bazı yanıtlar aşağıda sunulmuştur;

Y3: "Bazı menüler bu doğrultuda hazırlandı. Vegan pizza zahter gibi özgün yorumlarımız var."

Y5: "Özellikle sebze yemeklerinde buna dikkat etmeye başladık."

Y6: "Menümüzü yeniden yapılandırırken vejetaryen seçenekler de ekledik."

Y2: "Menüde doğrudan düşünmesek de bazı yemekler zaten vejetaryene uygun oluyor."

Y4: "Genellikle etli ürünler üzerine kurulu menümüz, bu nedenle planlamada düşünmüyoruz."

Y10: "Menü geleneksel yemeklere dayalı, o yüzden özel planlama yapılmıyor."

Vejetaryen misafirlerin restoranda karşılaştıkları sorunlara yönelik bulgular:

Yöneticilerin, vejetaryen misafirlerin restoranlarda karşılaştıkları sorunlara ilişkin değerlendirmeleri doğrultusunda elde edilen bulgular; bu müşteri grubunun deneyimlediği çeşitli yapısal ve uygulamaya dönük sorunları ortaya koymaktadır. Analiz sonuçlarına göre, restoranlarda vejetaryen misafirlere yönelik hizmetlerde beş temel sorunun öne çıktığını göstermektedir. İlk olarak, ana yemek alternatiflerinin yetersizliği dikkat çekmektedir. Vejetaryen misafirler çoğu zaman doyurucu ana yemek bulmakta zorlanmakta, garnitür ve salata gibi sınırlı seçeneklerle yetinmek zorunda kalmaktadır. İkinci olarak, menü içeriklerinin açık belirtilmemesi önemli bir sorundur. Et suyu, jelatin gibi hayvansal ürünlerin varlığı net biçimde paylaşılmadığı için güven sorunları yaşanmakta, personelin içerik bilgisi konusundaki yetersizlikleri de bu durumu daha da zorlaştırmaktadır. Üçüncü sorun, geleneksel ve et ağırlıklı mutfak anlayışının, vejetaryen tariflerin uygulanmasını zorlaştırmasıdır. Bu durum hem operasyonel hem kültürel engeller yaratmaktadır. Dördüncü olarak, hazırlık ve sunum süreçlerinde hijyen eksiklikleri ile çapraz bulaşma riski öne çıkmaktadır. Son olarak, menülerin yeterince esnek olmaması ve isteğe göre uyarlanamaması müşteri memnuniyetini azaltmaktadır.

Sonuç olarak, elde edilen veriler, restoranlarda vejetaryen misafirlerin karşılaştığı sorunların çok boyutlu olduğunu ve hem yapısal hem de hizmet odaklı iyileştirmelere ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır. Yöneticilerin konuya ilişkin görüşlerinden bazı örnekler aşağıda ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Y1: "Ana yemeklerde etsiz alternatif az, özellikle vejetaryenler için sorun oluyor."

Y4: "Vejetaryen birini memnun etmek zor olabiliyor. Ana yemek sunmak sıkıntı."

Y10: "Vejetaryenler için neredeyse hiçbir ana yemek uygun değil."

Y2: "Et suyuyla yapılan pilav ya da çorba gibi içerikler kafa karışıklığı yaratabiliyor."

Y5: "Süt ürünleri veya tereyağı gibi içerikler karışıklık yaratabiliyor."

Y3: "Daha geleneksel lezzetleri vejetaryenlaştırmak bazen zorlayıcı olabiliyor."

Y7: "Karışık servislerde vejetaryen ürünlerin etle temas etmesi sıkıntı yaratabiliyor."

Y8: "Menü dışı alternatif sunmak gerektiğinde zorluk yaşanıyor."

Vejetaryenlik ile ilgili düşüncelere yönelik bulgular

Restoran yöneticilerinin vejetaryenlik ile ilgili düşüncelerine yönelik tutumlarına dair ilişkin elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, genel olarak olumlu ve anlayışlı bir bakış açısına sahip oldukları söylenebilir. Yöneticilerin çoğu, vejetaryenliği bireysel bir yaşam tarzı olarak kabul ettiklerini ve buna saygı duyduklarını belirtmiş olsa dahi bu yaklaşımın, mevcut işletme yapıları ve geleneksel mutfak anlayışıyla her zaman uyumlu olmadığını ifade etmiştir. Bazı yöneticiler, vejetaryenliği hem etik hem de çevresel açıdan kıymetli bulduklarını dile getirirken, bu beslenme biçimini çağdaş gastronomi yaklaşımının doğal

bir unsur olarak görmektedir. Genel çerçevede değerlendirildiğinde, yöneticiler arasında konuya ilişkin bilinç düzeyinin yükseldiği; ancak uygulama aşamasında kültürel, konsept odaklı ve operasyonel engellerin varlığını sürdürdüğü söylenebilir. Yöneticilerin vejetaryenlik ile ilgili düşüncelerine ilişkin verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur;

Y1: "Bizim mutfağımız et ve baharat temelli ama vejetaryenliği anlayışla karşılıyoruz."

Y2: "Saygı duyuyorum ama Hatay mutfağı gibi güçlü bir et kültüründe zor."

Y4: "Saygı duyuyorum ama bizim konseptimizle uyumsuz."

Y3: "Çok değerli buluyorum. Hem etik hem çevresel anlamda önemli."

Y6: "Kişisel olarak ben de bitkisel beslenmeye yöneldim, çok olumlu buluyorum."

Y5: "Farklı yaşam tarzlarına açık olmak gerektiğine inanıyorum."

Y10: "Saygı duyuyorum ama kültürümüzde çok yaygın değil."

Y7: "Bizim bazı mezeler zaten bu beslenmeye çok uygun."

Vejetaryen misafirlerle karşılaşılan sorunlara yönelik geliştirilen çözümlere dair bulgular

Restoran yöneticilerinin vejetaryen misafirlere yönelik sundukları çözüm yaklaşımlarına ilişkin bulgular değerlendirildiğinde, birden fazla stratejinin eş zamanlı olarak uygulandığını göstermektedir. Birçok yönetici, menülerinde zaten bulunan etsiz meze ve salata çeşitlerini öne çıkararak pratik ve hızlı çözümler sunduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte bazı yöneticiler, geleneksel yemekleri vejetaryen beslenmeye uygun hale getirerek özgün uyarlamalarda bulunmuş; örneğin, mercimekli içli köfte ya da yoğurt içermeyen mütebbel gibi seçenekler üretmişlerdir. Vejetaryen beslenmeye hitap eden özgün alternatifler oluşturma çabası da dikkat çekmekte, özellikle sıcak yemek ve tatlılarda bitkisel içeriklerle yeni tarifler geliştirilmektedir. Yöneticilerin vejetaryen misafirlerle karşılaşılan sorunlara yönelik geliştirilen çözümlere ilişkin verdikleri cevaplardan bazıları aşağıda sunulmuştur;

Y1: "Zahter salatası, humus, mütebbel gibi mezeleri ön plana çıkarıyor, özel isteklerde yardımcı oluyoruz."

Y4: "Meze çeşitlerini öneriyoruz. Gerekirse sadece onlara özel tabak hazırlıyoruz ama çok nadir."

Y7: "Meze tabaklarını ayrı hazırlıyoruz. Bazı mezeleri vegan hale getirdik (örneğin yoğurtsuz mütebbel)."

Y3: "Yerel lezzetleri dönüştürüyoruz. Örneğin içli köfteyi mercimekli yapıyoruz. Ayrıca mutfakta hayvansal ürünle temas yok."

Y8: "Zahterli pizza, kekikli sebze güveç gibi tariflerle menüyü zenginleştirdik."

Y10: "Gelen olursa eldeki malzemeye alternatif yaratıyoruz. Genelde meze ya da salata öneriyoruz."

Y2: "İsteyene etsiz pişiriyoruz. Bilgilendirme yaparak yardımcı oluyoruz."

4. Sonuç ve Öneriler

Restoran yöneticilerinin değerlendirmeleri incelendiğinde, vejetaryen müşterilere yönelik talebin genel olarak sınırlı, dönemsel ve çoğunlukla turist kaynaklı olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuç, tüketici davranışlarının yerel kültür ve gastronomik kimlikle doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Hatay gibi et merkezli mutfak kültürüne sahip bölgelerde, vejetaryen beslenme biçiminin yerel halk arasında yaygınlık göstermediği; buna karşın, yaz aylarında artan turistik hareketliliğin bu tür taleplerin görülme sıklığını artırdığı söylenebilir. Menü planlamasında vejetaryen bireylerin dikkate alınma düzeyine ilişkin bulgular, işletmeler arasında belirgin farklılıklar bulunduğunu ortaya koymaktadır. Bazı restoranlar vejetaryen müşterileri doğrudan hedefleyen menü stratejileri geliştirirken, bazıları yalnızca mevcut yemeklerden türetilmiş sınırlı seçeneklerle yetinmektedir. Bu farklılığın, işletmelerin hedef müşteri profili, kurumsal politikaları ve pazarlama vizyonu ile yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Özellikle turistik bölgelerde faaliyet gösteren işletmelerin, menülerinde daha esnek ve kapsayıcı yaklaşımlar sergiledikleri görülmüştür. Restoranların vejetaryen pazarından pay almaları için vegan seçeneklerini menülerine eklemelerinin yanında bu yaşam tarzıyla ilgili bilgi sahibi olmaları ve veganlara davranışlarında bunları hissettirmeleri gerekli ve önemli bir unsurdur (Sünnetçioğlu vd. 2017) Bununla birlikte yiyecek ve içecek işletmelerinin menülerinde vejetaryen ve vegan müşteriler için alternatifler sunması işletmelerin başarısı için önem arz etmektedir (Ayyıldız ve Sezgin, 2021).

Yöneticiler tarafından dile getirilen başlıca sorunlar; vejetaryen misafirler için ana yemek seçeneklerinin yetersizliği, menü içeriklerinin yeterince açık biçimde belirtilmemesi, hazırlık ve sunum süreçlerinde çapraz bulaşma riski ile personelin konuya ilişkin bilgi eksikliğidir. Bu sorunlara ilişkin yöneticilerin değerlendirmeleri, literatürde vejetaryen bireylerin restoran deneyimlerine odaklanan çalışmalarda raporlanan bulgularla önemli ölçüde benzerlik göstermektedir. Bu durum, restoranlarda kapsayıcı ve sürdürülebilir menü yönetimi politikalarına duyulan ihtiyacı açıkça ortaya koymaktadır.

Yöneticilerin vejetaryenliğe yönelik genel tutumları çoğunlukla olumlu ve anlayışlıdır. Ancak bu olumlu yaklaşımın, işletme uygulamalarına sistematik biçimde yansımadağı dikkat çekmektedir. Bu durum, literatürde "farkındalık-davranış tutarsızlığı" olarak ifade edilen olguyu yansıtmaktadır (Kollmuss ve Agyeman,2002). Başka bir ifadeyle, yöneticiler vejetaryen beslenmeyi bireysel olarak olumlu karşılarsa da bu farkındalık işletme politikalarına veya menü planlamasına yeterince entegre edilememektedir. Yöneticilerin geliştirdikleri çözüm önerileri arasında meze ve salata çeşitlerinin öne çıkarılması, geleneksel yemeklerin vejetaryen biçimlerinin hazırlanması ve talebe göre özel tabakların sunulması gibi uygulamalar yer almaktadır. Bu durum, işletmelerin belirli ölçüde esneklik sergilediğini ancak henüz kurumsal bir "vejetaryen menü stratejisi" oluşturmadığını göstermektedir.

Araştırma bulguları bütünsel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde, Türkiye’de vejetaryen beslenme anlayışının giderek daha fazla görünürlük kazandığı, ancak restoran işletmeleri düzeyinde bu konuda kurumsal farkındalığın hâlâ sınırlı olduğu söylenebilir. Hem tüketicilerin hem de yöneticilerin görüşleri, bu sınırlılığın temelinde bilgi yetersizliği, geleneksel mutfak alışkanlıkları ve kültürel direnç gibi faktörlerin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, elde edilen veriler toplumda bilinç düzeyinin artması ve turizm kaynaklı talebin genişlemesiyle birlikte, restoran işletmelerinin daha kapsayıcı ve çeşitliliğe dayalı menü anlayışlarına yönelme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Restoran yöneticilerinin görüşleri incelendiğinde, vejetaryen misafirlerin sayısının genel müşteri kitlesi içinde oldukça sınırlı olduğu; talebin çoğunlukla turistik dönemlerde, şehir dışından gelen misafirlerde ya da genç nüfus gibi belirli demografik gruplarda yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu durum, işletmelerin menü planlamasında vejetaryenleri doğrudan hedeflemediğini, ancak bazı restoranların geleneksel tarifleri yeniden yorumlayarak özgün alternatifler üretmeye başladığını göstermektedir. Buna rağmen, bazı işletmelerin geleneksel tarifleri yeniden yorumlayarak (örneğin mercimekli içli köfte veya yoğurtsuz mütebbel gibi) özgün vejetaryen alternatifler üretmeye başlaması, sektörde yenilikçi ve kapsayıcı bir hizmet anlayışının filizlenmeye başladığını göstermektedir.

Yöneticilerin büyük bölümü, vejetaryenliğe karşı saygılı ve anlayışlı bir tutuma sahip olduklarını ifade etse de bu tutumun çoğu zaman kültürel alışkanlıklar, geleneksel mutfak yapısı ve operasyonel zorluklar nedeniyle uygulamaya yansıtılamadığı görülmektedir. Bu durum, gastronomi sektöründe yalnızca müşteri memnuniyetini değil, etik ve çevresel sorumlulukları da içeren daha kapsamlı bir dönüşüm ihtiyacını ortaya koymaktadır. Araştırma sonucu restoran sektöründe vejetaryen beslenmeye yönelik hizmet sunumunun henüz sistematik ve yeterli düzeyde gelişmediğini; ancak artan toplumsal farkındalık, bireysel talepler ve sürdürülebilirlik temelli beslenme eğilimlerinin etkisiyle gelecekte bu alanda önemli dönüşüm potansiyeli bulunduğunu ortaya koymaktadır. Restoran işletmelerinin vejetaryen bireyleri yalnızca “alternatif müşteri grubu” olarak değil, modern toplumun çeşitlenen yaşam tarzlarının doğal bir yansıması olarak görmeleri gerekmektedir. Menü içeriklerinin açık ve anlaşılır biçimde sunulması, personelin vejetaryen beslenme konusundaki bilgi düzeyinin artırılması, mutfak süreçlerinde hijyenik ve etik hassasiyetin sağlanması hem müşteri memnuniyetini hem de işletmelerin marka değerini güçlendirecek temel stratejiler olarak öne çıkmaktadır. Kapsayıcı ve bilinçli bir hizmet anlayışı, restoran sektörünün değişen toplumsal beklentilere uyum sağlayarak rekabet avantajı kazanmasına katkı sunacaktır.

Gelecekte yapılacak çalışmalara yönelik bazı öneriler geliştirilmiştir. Bu araştırma Hatay ili bağlamında yürütülmüştür; dolayısıyla farklı bölgelerde, geniş örneklem gruplarıyla gerçekleştirilecek karşılaştırmalı araştırmalar, vejetaryen bireylerin deneyimlerinin kültürel, coğrafi ve sosyoekonomik farklılıklar doğrultusunda nasıl değiştiğini ortaya koyabilir. Ayrıca, vegan bireylerin restoran deneyimlerine odaklanan derinlemesine nitel araştırmalar, literatürdeki boşlukların doldurulmasına katkı sağlayacaktır. Restoran yöneticileri ve çalışanlarının vejetaryenlik konusundaki bilgi, farkındalık ve tutum düzeylerinin nicel yöntemlerle ölçülmesi ise sektörün eğitim ve gelişim ihtiyaçlarının nesnel biçimde belirlenmesine imkân tanıyacaktır. Sonuç olarak, restoran sektörünün vejetaryen bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarına daha duyarlı hale gelmesi, yalnızca bireysel bilinçlenme yoluyla değil; kurumsal politikaların, eğitim programlarının ve kamu destekli

düzenlemelerin bütüncül biçimde uygulanmasıyla mümkün olacaktır. Bu doğrultuda geliştirilecek kapsayıcı, etik ve sürdürülebilir uygulamalar hem müşteri memnuniyetinin hem de sektörün rekabet avantajının güçlenmesine katkı sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Akçay, S. ve Koca, E. (2024). Nitel araştırmalarda veri doygunluğu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(3), 829-848.
- Aldemir, T. (2024). Veganların Anadolu turlarındaki beslenme sorunları: Turistler üzerine bir araştırma. *Tourism and Recreation*, 6(1), 66-75.
- Altaş, A. (2017). Vegetarianism and veganism: Current situation in Turkey in the light of examples in the world. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 403-422.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Avcıkurt, A. S., Sabancı, A. E., Coşan, D., ve Kaya, B. (2024). Vegan yaşam tarzını benimseyen bireylerin karşılaştığı psikososyal risk faktörleri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27(51), 247-267.
- Ayyıldız, S., ve Sezgin, A. C. (2021). Vejeteryan/Vegan bireylerin yiyecek içecek işletmeleri tercihleri ve sorunları. *Journal of Tourism Research Institute*, 2(1), 1-16.
- Baysal, A. (1995). Vejeteryen beslenmesi: Beslenme ve sağlık yönünden değerlendirme. *Beslenme ve Diyet Dergisi*, 24(2), 181-194.
- Corpus, A. (2014). *The spiritual and ethical dimension of vegetarianism: How to live life fully*. Bloomington, IN: Xlibris.
- Erben, Ş. E., & Balaban-Sali, J. (2016). Social media use of vegan activists in Turkey. *Global Media Journal*, 6(12), 75-88.
- Erten, S. (2007). Ekosentrik, antroposentrik ve çevreye yönelik antipatik tutum ölçeğinin Türkçeye uyarlama çalışması. *Eurasian Journal of Educational Research*, 28, 67-74.
- Gegez, E. A. (2007). *Pazarlama araştırmaları*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- İkiz, A. N., & Solunoğlu, A. (2018). Otel işletmelerinde vejeteryen gıdalara yönelik tutum ve uygulamalar. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 14-25.
- İzmirli, S., ve Phillips, C. J. C. (2011). The relationship between student consumption of animal products and attitudes to animals in Europe and Asia. *British Food Journal*, 113(3), 436-450.
- Karabudak, E. (2012). *Vejeteryen beslenmesi* (2. bs.). Ankara: Sağlık Bakanlığı.

- Kim, H., Lee, S. H., & Goh, P. E. (2017). Factors influencing university students' perception on vegetarian restaurants. *Culinary Science and Hospitality Research*, 23(1), 1–9.
- Kızılay, K. S. (2018). *Veganlar ne ister?* (Yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260.
- Leahy, E., Lyons, S., & Tol, R. S. J. (2010). *An estimate of the number of vegetarians in the world* (Working Paper No. 340). Dublin: Economic and Social Research Institute.
- Mariotti, F. (2017). *Vegetarian and plant-based diets in health and disease prevention*. London, UK: Academic Press.
- Morgan, D. L. (1996). *Focus groups as qualitative research* (Vol. 16). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Oğuz, B. (2022). Ahlaki bir beslenme tercihi olarak vejetaryenizmin tarihsel gelişimi ve felsefi temelleri. *Din ve İnsan Dergisi*, 2(3), 11–32.
- Orlich, M. J., Jaceldo-Siegl, K., Sabaté, J., Fan, J., Singh, P. N., & Fraser, G. E. (2014). Patterns of food consumption among vegetarians and non-vegetarians. *British Journal of Nutrition*, 112(10), 1644–1653.
- Paradergi. (2025). *Dünyada vegan sayısı 79 milyona ulaştı*. 17.01.2025 tarihinde <https://www.paradergi.com.tr/sektorler/2022/12/28/dunyada-vegan-sayisi-79-milyona-ulasti> adresinden erişildi.
- Perry, C. L., McGuire, M. T., Neumark-Sztainer, D., & Story, M. (2001). Characteristics of vegetarian adolescents in a multiethnic urban population. *Journal of Adolescent Health*, 29(6), 406–416.
- Rivera, M., & Shani, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry: An operator's perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049–1065.
- Sezgin, A. C., & Ayyıldız, S. (2019). Gastronomi alanında vejetaryen/vegan yaklaşımı: Giresun yöre mutfağı örneği. *Siyasi, sosyal ve kültürel yönleriyle Türkiye ve Rusya içinde* (ss. 505–533). Ankara: Berikan.
- Shani, A., ve DiPietro, R. B. (2007). Vegetarians: A typology for foodservice menu development. *Hospitality Review*, 25(2), 5.
- 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(Özel Sayı 2), 241–252.

- Türk Dil Kurumu. (2024). *Türk Dil Kurumu sözlüğü*. 04.10.2024 tarihinde <https://sozluk.gov.tr> adresinden erişildi.
- Yetim, G., Buran, İ., Argan, M., ve Özer, A. (2021). Vejetaryen olmak ya da olmamak: Netnografik perspektiften vegan-vejetaryen sanal toplulukları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(3), 1193-1217.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2003). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Yıldırım, Z. (2013). Ebru Arıman: 'Vejetaryenlik bir tercih meselesi değil, bir zorunluluk' [Röportaj]. *Vejetaryenlik Dergisi*, 7, 12-15.
- Yılmaz, Y., & Albayrak, A. (2023). Restoran çalışanlarının vegan ve vejetaryen beslenmeyle ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 214-233.