



Araştırma Makalesi – Research Article

Vejetaryen ve Vegan Turistlerin Destinasyon Seçiminde Etkilendikleri Faktörler

Factors Affected by Vegetarian and Vegan Tourists in Destination Selection

Aleyna SIRTLLI

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 13/04/2023

Kabul tarihi: 21/05/2023

Yayıntarihi: 18/06/2023

Anahtar Kelimeler:

Vejetaryen ve Vegan

Beslenme Biçimi,

Vejetaryen ve Vegan

Turistler, Destinasyon

Seçimi

ÖZET

Vejetaryenlik ve veganlık eski zamanlardan beri varlığı bilinen, günümüzde de değişen beslenme alışkanlıkları ile birçok insanın tercih ettiği beslenme biçimidir. Bu çalışmada, vejetaryen ve vegan turistlerin farklı yeme-içme alışkanlıklarına sahip olmalarından dolayı seyahat edecekleri turizm destinasyonlarında da kendilerine uygun yiyecek ve içecekleri bulmaları sorunsalı bakımından yola çıkılarak, seyahat edecekleri destinasyonu seçerken hangi faktörlerin etkili olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın deseni niteliksel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışmasıdır. Çalışmada veriler açık uçlu soru formu ile sosyal medyadaki vejetaryen ve vegan gruplardaki kişilerden toplanmıştır. Çalışmada kişilerin açık uçlu soru formunda belirtilen sorulara vermiş olduğu yanıtlar betimsel analiz ve içerik analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda vejetaryen ve vegan beslenme biçimine sahip bireylerin destinasyon seçerken etkilendikleri faktörlerde ilk sırada gidecekleri destinasyona ait kültürel ve turistik yerler olması yer alırken yemek tercihi ve gidecekleri destinasyonun ilgi çekici olmasının ise ikinci sırada yer aldığı ortaya çıkmıştır.

ARTICLE INFO

Background:

Received: 13/04/2023

Accepted: 21/05/2023

Published: 18/06/2023

Keywords:

Vegetarian and Vegan Diet,

Vegetarian and Vegan

Tourists, Destination

Selection.

ABSTRACT

Vegetarianism and veganism have been known to exist since ancient times and are preferred by many people with changing eating habits today. In this study, it is aimed to determine which factors are effective in choosing the destination they will travel, based on the problem of finding suitable food and drinks in tourism destinations that vegetarian and vegan tourists have different eating and drinking habits. The pattern of the study is case study, which is one of the qualitative research methods. The data in the study were collected from individuals in vegetarian and vegan groups on social media with an open-ended questionnaire. In the study, the answers given by the people to the questions stated in the open-ended questionnaire were evaluated through descriptive analysis and content analysis. As a result of the study, the factors that affect vegetarian and vegan people when choosing a destination are the cultural and touristic places belonging to the destinations, the second one is the choice of the food and destination attractiveness.

Giriş

Vejetaryen ve vegan beslenme biçimi, son yıllarda değişen yeme alışkanlıkları ile birlikte birçok insanın yaşam tarzı olarak benimsediği bir yeme alışkanlığı haline gelmiştir. İnsanların vejetaryen veya vegan beslenme biçimini uygulamak için çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bunlar; ahlaki, etiksel, manevi veya dini nedenlerin yanında hayvan hakları veya hayvanları koruma ile ilgili, sosyal veya yoğunlaşan hayvancılık ile birlikte çevresel kaygılar veya sürdürülebilirliği kapsamaktadır (Cramer, Kessler, Sundberg, Leach, Schumann, Adams, Lauche, 2017).

Vejetaryen kelimesinin kökeni latince “vegetus”tan türemiştir. Vegetus; canlı, sağlıklı, hayat dolu anlamına gelmektedir. 1842’de oluşturulan tanımda; et, balık ve kümes hayvanlarının tüketilmediği, süt ürünleri ve yumurtanın ise tercihe bağlı olarak tüketildiği beslenme tarzına vejetaryen beslenme denilmiştir (Encyclopedia Britannica’ dan aktaran TVD, 2015). Uluslararası Vejetaryenler Birliği (IVU) tüm üye ülke birliklerinin oybirliği ile yeni bir tanım geliştirmiştir. Bu tanıma göre; *“Vejetaryenlik, süt ürünleri, yumurta, bal gibi hayvansal gıdaların dahil ya da hariç olduğu (tercihe bağlı tüketildiği ya da hiç tüketilmediği) tamamen bitkisel kaynaklı bir beslenme biçimidir.”* (TVD, 2015). Veganlık ise tüm bu beslenme biçiminin yanı sıra, her türlü hayvansal ürünü kullanmamak (yün, ipek, deri vb.) hayvanlar üzerinde uygulanmış her türlü deney ile üretilen ürünleri kullanmama/ karşı olma felsefesini benimsemektedir (TVD, 2015).

Vejetaryen ve vegan beslenme biçiminin tarihçesi; geçmişte yaşamış olan büyük insan kültürlerinin ağırlıklı olarak bitki temelli bir beslenme şekli uyguladıkları açıktır, ancak vejetaryenliğin kesin tarihsel kapsamı bilinmemektedir. Birçok din ne yiyeceğinize ne içeceğinize ilişkin belirli kuralları ve insanlara yaklaşımda eşitliği, hayvanlara yönelik davranış kurallarını içermektedir. Bu kurallar günümüzde birçok din ve kültürde etkisini sürdürmeye devam etmektedir. İlk vejetaryen toplum 1847’de İngiltere’de ortaya çıkmıştır. 1850’de Amerikan Vejetaryen Derneği ve 1867’de ise Alman Vejetaryen Topluluğu kurulmuş olup ardından birçok ülkede vejetaryen toplumların kurulması sağlandı. Dresden’de Uluslararası Vejetaryen Birliği 1908’de kurulmuştur, ilk Vegan Topluluğu ise Leicester, İngiltere’de 1944 yılında kurulmuştur. Yine aynı yılda ilk “vegan” sözcüğü Donalt Watson tarafından kullanılmıştır ve Avrupa Vejetaryen Birliği 1985 yılında Brüksel’de kurulmuştur. Bu gelişmeler Sylvester Graham gibi vejetaryen beslenmenin önde gelen temsilcileri tarafından da desteklenmiştir (Leitzmann, 2014, Kınıkoglu 2015).

Destinasyonlar günümüzde gelişen turizm ürünleri ile birlikte ve insanların günlük rutinlerinden kaçmak için gitmeyi tercih ettikleri yerler olması bakımından önemlilik arz etmektedir. Destinasyonun birçok tanımı mevcuttur. Bunlardan bazıları şu şekildedir; “Bir kişinin veya bir şeyin gittiği yer, bir yolculuğun planlanan sonu” olarak tanımlanmıştır (New Shorter Oxford Dictionary’ den aktaran Vengesayi, 2003). Diğer bir tanım ise; “Ziyaretçilerin en az bir gece geçirdiği, çekim yeri ve destek servisleri gibi turizm ürünlerinden ve yönetimini tanımlayan fiziksel ve idari sınırlara sahip turizm kaynaklarından, pazar rekabetçiliğine ilişkin imgelerden/ algılardan oluşan fiziksel bir alan” şeklindedir (World Tourism Organisation’ dan aktaran Vengesayi, 2003). Tüm bu tanımlara dayanarak söylenebilir ki, destinasyonlar içinde her insanı değişik şekillerde etkileyebilecek unsurlar, çekim yerleri bulduran bir varış yeridir. Bu bağlamda destinasyon her insan için farklı anlamlar ifade ettiği ve her bir bireyin bir destinasyondan beklentisi kendi tercihlerine göre şekillendiği düşünülmektedir.

Turizm hareketliliğine katılan her turist farklı yeme alışkanlıklarına sahiptir. Bundan dolayıdır ki farklı yeme ve içme alışkanlığına sahip olan vejetaryen ve vegan turistlerin turizm destinasyonlarında kendilerine uygun yiyecek ve içecekleri bulmaları onlar için büyük ölçüde önemlilik taşımaktadır (Vatan ve Türkbaş, 2018). Bu çalışma vejetaryen veya vegan beslenme şekline sahip olan bireylerin bir destinasyonu seçerken o destinasyonu seçmelerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu belirlemeyi amaçlamaktadır.

Literatür Taraması

Dünya da vejetaryen ve vegan beslenme şeklini uygulayan insan sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Literatürde yer alan bir çalışmaya göre; "Hindistan nüfusunun %35, İtalya ve Almanya nüfusunun %9, Amerika nüfusunun %4'ü (%5 şeklinde veriler de bulunmaktadır) vejetaryen iken, %2'si vegandır. Aynı şekilde İsveç'te de vejetaryen sayısının son beş yıl içinde artış gösterdiği ve bu yaşamı benimseyenlerin sayısında dörtte bir oranında artış olduğu saptanmıştır" (Lap Tai Le & Sabaté, ve Leitzmann' dan akt. Tunçay Son, 2016).

Tablo 1. Rivera ve Shani (2013) yaptığı bir çalışmada vejetaryenlik ve veganlık şu şekilde sınıflandırılmıştır.

Arada Sırada Vejetaryen (flexitarians)	Çoğunluklu olarak hayvansal ürünler tüketilmektedir fakat, vejetaryen ürünlerin de tüketimi arttırılarak veya vejetaryen beslenme biçimi sınırlı periyotlar ile dengelenerek tercih edilmektedir.
Semi-Vejetaryen	Kırmızı et hariç (kuzu, sığır) diğer hayvan ürünlerini tüketilmektedir.
Pesco-Vejetaryenler (pescetarians)	Et ve kümes hayvanları ürünlerinin yemekten kaçınıldığı fakat balıkların ve diğer hayvansal ürünlerin tüketildiği vejetaryen beslenme biçimidir.
Lakto-Ovo vejetaryenler	Et, balık, kümes hayvanlarının yemekten kaçınıldığı fakat süt, yumurta ve diğer hayvansal ürünlerin tüketildiği vejetaryen beslenme biçimidir.
Lakto-Vejetaryenler (lactarians)	Lakto-ovo vejetaryen beslenme biçimine benzemektedir, fakat ek olarak yumurta ürünlerinin tüketilmediği vejetaryen beslenme biçimidir.
Ovo-Vejetaryenler (eggetarians)	Ovo-vejetaryen beslenme biçiminde olduğu gibi bu beslenme biçimi de lakto-ovo vejetaryen beslenme biçimine benzerlik göstermektedir, fakat ek olarak süt ürünleri tüketilmemektedir.
Veganlar	Bu beslenme biçiminde bal ve diğer böcek ürünleri de dahil olmak üzere, hayvansal kökenli bütün gıdaların tüketiminden kaçınılan beslenme biçimidir.

Çiğ veganlar “Çiğ gıdacılığı” kucaklayan veganizm anlayışını benimseyen sadece	Çiğ gıdacılık olarak geçen veganizm anlayışının benimsendiği sadece pişmemiş ve işlenmemiş bitki bazlı yiyeceklerin tüketildiği beslenme biçimidir.
Fruitarianism (Yalnızca Meyve Yiyen)	Sadece meyve, fındık ve tohumun tüketildiği, hayvansal gıdalardan, sebzelerden ve tahıllardan kaçınılan bir beslenme biçimidir.

Tablo 1'e göre veganlığın vejetaryenliğin bir sınıfı olarak karşımıza çıktığı söylenebilmektedir.

Bu sınıflandırmadan da anlaşılacağı üzere vejetaryen ve vegan beslenme alışkanlığına sahip bireylerin diğer bireylere göre beslenme alışkanlıklarının farklı olduğu söylenebilmektedir. Ve hayatlarının her alanında yapabilecekleri tercihlerde bu beslenme şekline göre olacağı düşünülmektedir. Yine bu bireylerin tatilleri için bir destinasyon tercihi yaparken beslenme alışkanlıklarını göz önünde bulundurarak yapacakları varsayılmaktadır. Kansanen (2013) vegan diyetlerin seyahat deneyimini nasıl etkilediği üzerine yaptığı bir çalışmada çoğunluk olarak kişilerin seyahatleri sırasında sorunlarla karşılaşılarda, diyetleri nedeniyle olumlu deneyimlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Turizmde tüketicilerin destinasyon seçimi ve satın alma kararı üzerinde pek çok faktör rol oynamaktadır ve bu tür özelliklere ek olarak destinasyona özgü bazı çekici faktörlerin de tüketicinin satın alma karar süreci üzerinde önemli derecede etkisinin olduğunun bilindiği vurgulanmıştır (Şen Demir, 2010). Bu bağlamda çekici faktörlerden bahsedilebilmektedir. Çekici faktörler; bir turizm destinasyonuna ait çekiciliklerin çekme faktörü olarak belirtildiği ve bu faktörlerin turistlerin seyahat motivasyonları üzerinde doğrudan etkisinin bulunduğu, teşvik edilen imaj ile birlikte seyahat etme kararını almadan önce imaj oluşturulmasına etkide bulunduğu ifade edilmiştir (C. H. Wang Akt. Ersun ve Arslan, 2011).

Çekici faktörlerden biri olan gastronomi turizmi; temel motivasyon faktörü özel bir yemek türünü tatmak olan veya bir yemeğin üretilmesini görmek amacıyla, yiyecek üreticilerini, yemek festivallerini, restoranları ve özel alanları ziyaret etmektir. Bununla birlikte özel bir yemeği tatmak, yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek veya ünlü bir şefin elinden yemek yeme yine bu kapsamda ele alınmaktadır (Hall ve diğerlerinden Akt, Zengin, Uyar, Erkol, 2015). Chen (2013) yapmış olduğu çalışmada yemek turizminin turistleri bir destinasyonu ziyaret etmede motive eden önemli faktörlerden biri olduğunu belirtmiştir.

Bir destinasyonun pazarlanmasında gastronomik unsurların etkisi giderek artmaktadır. Bir destinasyona ait gastronomik kültür, o destinasyonun sadece yemek çeşitliliğini değil, o destinasyonda yaşayan yerel halkın yaşayış biçimini, tarihini, geleneklerini yansıtmaktadır. Bir destinasyonda bulunan gastronomik unsurlar; kentin yemek kültürünün dikkate alınarak yerel unsurlardan yararlanılması turistleri kente çekmekte, markalaşmayı sağlamakta ve bunun sonucu olarak kentin ekonomisini geliştirmektedir (Özaltaş Serçek ve Serçek, 2015).

Yöntem

Bu çalışma, vejetaryen ve vegan turistlerin farklı yeme-içme alışkanlıklarına sahip olmalarından dolayı seyahat edecekleri turizm destinasyonlarında da kendilerine uygun

yiyecek ve içecekleri bulmaları sorunsalı bakımından yola çıkılarak, seyahat edecekleri destinasyonu seçerken hangi faktörlerin etkili olduğunu belirlemeye yönelik gerçekleştirilmiş nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Durum çalışması; güncel bir olguyu kendi gerçek yaşam çerçevesi içinde çalışan, olgu ve içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bu çalışmanın örneklemini ise, vejetaryen ve vegan turistler oluşturmaktadır. Çalışmada, amaçlı örnekleme yöntemlerinden biri olan, çalışmaya hız ve pratiklik kazandırması açısından kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Çalışmada veriler, 2019 Aralık ayında açık uçlu soru formunun sosyal medyada ki vejetaryen ve vegan gruplarıyla paylaşılması ile toplanmıştır. Toplamda 23 yanıt ulaşılmış olup 23 yanıt üzerinden analizler yapılmıştır. Çalışma da veri toplama yöntemi olarak standartlaştırılmış açık uçlu görüşme formu kullanılmıştır. Standartlaştırılmış açık uçlu görüşme formu "dikkatlice yazılmış ve belirli bir sıraya konmuş bir dizi sorudan oluşur ve her görüşülen bireye bu sorular aynı tarzda ve sırada sorulur" (Patton, 1987'den Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2016). Çalışmada kullanılan açık uçlu soru formunda yer alan sorular Kansanen (2013)' ün vegan diyetlerin seyahat deneyimini nasıl etkilediği üzerine yaptığı çalışmadan alınmıştır. Sorular İngilizce'den Türkçeye çevrilmiş olup sorulardan bazıları çıkarılmıştır ve bazı sorular soru formuna eklenmiştir.

Araştırmada kişilerin açık uçlu soru formunda belirtilen sorulara vermiş olduğu yanıtlara betimsel analiz ve içerik analizi uygulanmıştır. Betimsel analiz tekniği, elde edilen verilerin öncelikle sistematik ve açık bir biçimde betimlenmesi ve daha sonra yapılan bu betimlemelerin açıklanarak, yorumlanması, neden sonuç ilişkilerinin irdelenmesi ve birtakım sonuçlara ulaşılması süreci olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi tekniği ise; yazılı metinlerin, görsellerin ya da söylemlerin içeriğine bakarak, en çok ya da en az hangi kavramlara, olaylara ya da düşüncelere vurgu yapıldığına bakarak bir sonuca ulaşmaya çalışılmayı ifade etmektedir (Kozak, 2018). İçerik analizinde temelde yapılan işlem ise, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

Bulgular

Demografik Veriler

Çalışma kapsamında açık uçlu soru formuna cevap verenlerin demografik özelliklerine ilişkin bilgileri Tablo 2'de yer almaktadır. Tablo 2'e göre çalışmaya katılan 23 vejetaryen veya vegan bireylerin, 14'nün 25-35 yaş aralığında, 20'sinin kadın, 15'nin lisans üstü eğitim düzeyinde, gelirlerinin ise 3000 ve üzeri olduğu, 16'sının vejetaryen, 21'nin ise 2 yıldan fazla süredir bu beslenme biçimini uyguladığı görülmektedir. Bu tablo genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaya katılan vejetaryen veya vegan bireylerin çoğunun kadın, yüksek eğitim düzeyinde, genç ve orta yaşlardan oluştuğu ve iki yıldan fazla süredir vejetaryen veya vegan oldukları görülmektedir.

Tablo.2 Katılımcıların Demografik Özellikleri

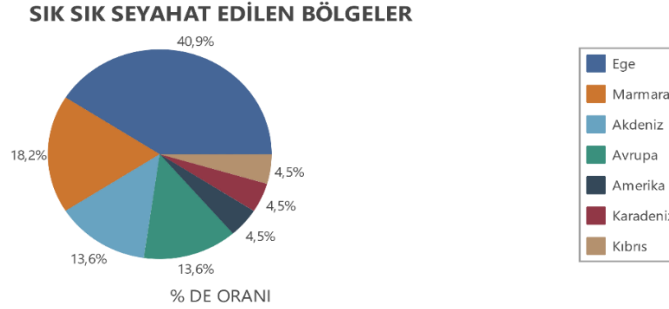
YAŞ	SAYI	GELİR	SAYI
16-24	7	0-1500	4
25-35	14	1500-3000	4
36-55	2	3000 ve üzeri	15

CİNSİYET	SAYI	VEGAN VE VEJETARYEN	SAYI
KADIN	20	VEJETARYEN	16
ERKEK	3	VEGAN	7
EĞİTİM DÜZEYİ	SAYI	VEGAN VE VEJETARYEN OLMA SÜRELERİ	SAYI
ÖN LİSANS	1	2 yıldan az	2
LİSANS	7	2 yıldan fazla	21
LİSANS ÜSTÜ	15		

Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Çoğunlukla Seyahat Ettikleri Bölgeler

Vejetaryen veya vegan bireylerin en çok seyahat ettikleri bölgelere verdiği cevaplar analiz edilerek grafik haline getirilmiş olup buna ilişkin bulgular Şekil 1’de yer almaktadır. Şekilde bireylerin çoğunlukla seyahat ettikleri bölgeler içinde %40,9 ile Ege bölgesi birinci sırayı almakta, ikinci sırayı ise %18,2 ile Marmara Bölgesi almakta olup üçüncü sırayı ise %13,6 ile Akdeniz Bölgesi almaktadır.

Şekil 1. Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Çoğunlukla Seyahat Ettikleri Bölgeler



Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Seyahat Nedenleri, Bağımsız veya Tur Aracılığıyla Seyahat Ettikleri ve Destinasyon Araştırmada Bilgi Kaynakları

Tablo 3. Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Seyahat Nedenleri, Bağımsız veya Tur Aracılığıyla Seyahat Ettikleri ve Destinasyon Araştırmada Bilgi Kaynakları

SEYEHAT NEDENİ	SAYI
Gezmek ve Turistik	9
Aile ve arkadaş ziyareti	6
Tatil	5
İş	4
Eğitim	2
BAĞIMSIZ VE PAKET TUR	SAYI
Bağımsız	9
Paket Tur	2
Belirsiz	12
DESTİNASYON ARAŞTIRMADA BİLGİ KAYNAĞI	SAYI
İnternet	14
Sosyal Medya	1
Çevre	4
Diğer	4

Vejetaryen veya vegan bireylerin seyahat nedenlerine verdikleri cevaplar Tablo 3’de yer almaktadır. Çalışmaya

katılan 23 kişiden 9'u gezmek ve turistik amaç ile seyahat etmekte, yine 23 kişiden 9'u bağımsız şekilde seyahat etmekte olup destinasyon seçiminde ise 23 kişiden 14'ü interneti bilgi kaynağı olarak görmektedir.

Vejetaryen veya Vegan Bireyler İçin Yemeğin Seyahat Deneyiminde ki Rolü

Çalışmaya katılan 23 kişiden 13'ü yemeğin seyahat deneyiminde ki rolünü çok önemli bulurken, 7'si yemeğin seyahat deneyiminde rolünün öneminin az olduğunu belirtmiştir. 3 kişi ise yemeğin kalite düzeyine vurgu yaparak yemeğin kaliteli olmasının önem arz ettiğini belirtmiştir. Yemeğin seyahat deneyimine ilişkin rolüne ait bazı görüşler ise şu şekildedir;

"Gittiğim yerlerin yerel yemeklerini tatmak için kendime mutlaka vakit ayırıyorum bence çok önemli"

"Benim için çok fazla bir rolü yok, zaman geçtikçe alternatifler çoğalıyor ve bu konularda yaşadığımız sıkıntılar azalıyor"

"Büyük bir rolü vardır, güzel vakit geçirmek için lezzetli yemekler yemem önemli"

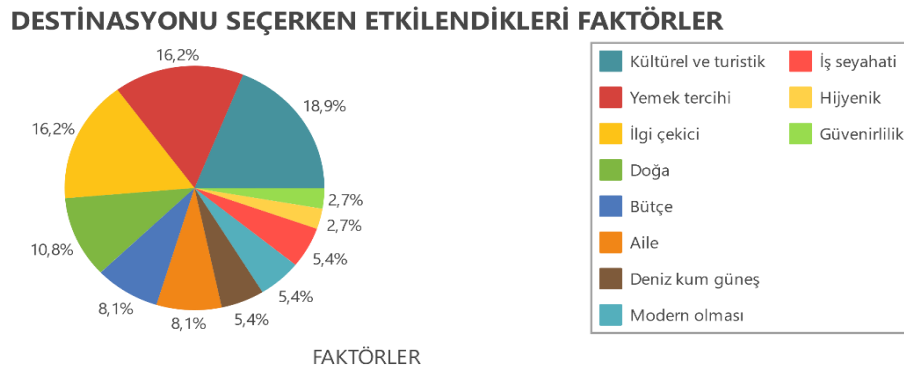
"Farklı kültürü görmektir öğrenmektir bir bakıma yöreyi tanımaktır"

"Genelde sadece yemek kültürü için şehirler insanlar tarafından tercih edilebiliyor"

Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Seyahat Edecekleri Destinasyonu Seçerken Etkilendikleri En Önemli Faktörler

Katılımcıların seyahat edecekleri destinasyonu seçerken etkilendikleri en önemli faktörlere verdikleri yanıtlara yönelik grafik analizi şekil 2'de yer almaktadır. Şekil 2'e göre katılımcıların etkilendikleri faktörlerde birinci sırada %18,9 ile kültürel ve turistik faktörlerin yer aldığı, ikinci sırada ise %16,2 ile yemek tercihinin etkilendikleri faktörlerden biri olduğu, yine %16,2 ile ilgi çekici faktörlerin yer aldığı görülmektedir. Katılımcıların vermiş oldukları yanıtlara göre genelleme yapılmış olup, ilgi çekici, doğa, bütçe, aile, deniz, kum ve güneş, gidecekleri destinasyonun modern olması, iş seyahati ve güvenilirlik vejetaryen veya vegan bireylerin etkilendikleri diğer faktörler olduğu görülmektedir.

Şekil 2. Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Seyahat Edecekleri Destinasyonu Seçerken Etkilendikleri En Önemli Faktörler



Vejetaryen veya vegan bireylerin seyahat edecekleri destinasyonu seçerken etkilendikleri en önemli faktörlere ilişkin vermiş olduğu yanıtlardan bazıları şunlardır;

"Yemekleri, tarihi yerleri, kültürü, oraya daha önce gitmiş kişilerin önermesi veya orada yaşayan bir yakınım olması, sosyal medya gibi yerlerde ne kadar sıklıkla gördüğüm vs."

"Bütçeme uygun olması ve güvenilir olması"

"Önemli olan doğal güzellikleri barındırması iç açıcı bir yer olup tarihsel önemi olması, yazın ise denize girebileceğim yerleri seçerim"

“Gideceğim yerdeki topluluğun ileri görüşlü ve medeni olması/otelde kalacaksam yemek çeşitliliğinin olması”

“Eğer iş için değilse karbon ayak izi en az olacak tatil yerlerini tercih ederim. Örneğin otobüs ya da trenle gidebileceğim. Kampta ya da doğayla özdeş bir şekilde konaklayabileceğim”

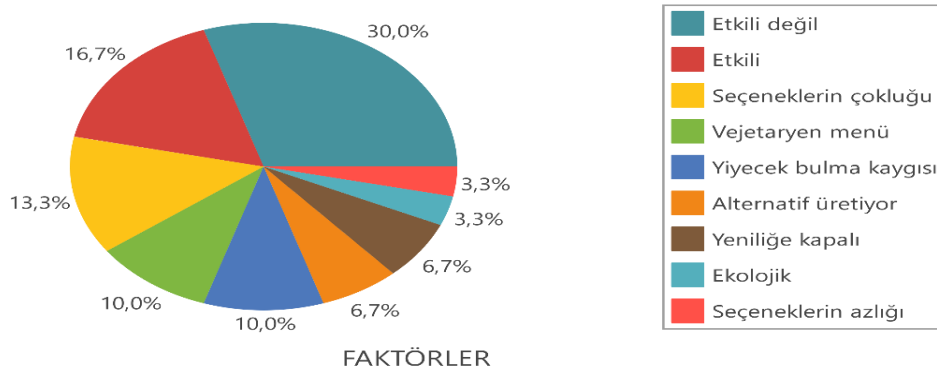
“Tarihi ve doğal güzelliklerini görmek”

Bireylerin Sahip Olduğu Vejetaryen veya Vegan Beslenme Biçiminin Destinasyon Seçimine Etkisi

Çalışmaya katılanların sahip olduğu vejetaryen veya vegan beslenme biçiminin destinasyon seçimine etkisine verdiği yanıtlar analiz edilerek grafik haline getirilmiştir. Şekil 3'e göre cevaplayanların %30,0'ı etkili olmadığını, %16,7'sinin ise etkili olduğunu belirttiği görülmektedir. Ayrıca cevaplayanların %13,3'ü seçeneklerin çok fazla olduğunu belirttiği, %10,0'nun ise vejetaryen menü ve diğer bir %10,0'nun ise yiyecek kaygısı yaşadığını belirttiğini göstermektedir. Diğer cevaplara bakıldığında ise alternatifler üretme, yeni yiyecek denememe, ekolojik ve seçeneklerin azlığı olarak genellemelere ulaşılmıştır.

Şekil 3. Bireylerin Sahip Olduğu Vejetaryen veya Vegan Beslenme Biçiminin Destinasyon Seçimine Etkisi

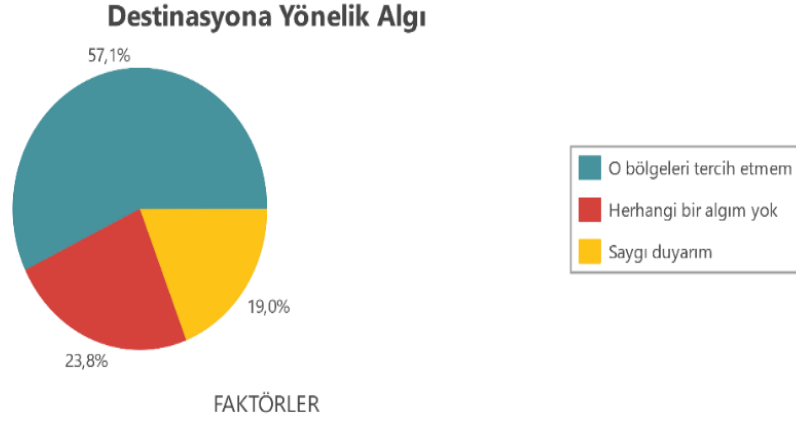
BESLENME ŞEKLİNİN GİDECEĞİ DESTİNASYONA ETKİSİ



Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Beslenme Biçimine Uygun Olmayan Bir Destinasyona Yönelik Algıları

Katılımcıların beslenme biçimine uygun olmayan bir destinasyona yönelik algılara verdikleri yanıtlara yönelik grafik analizi Şekil 4'de yer almaktadır. Şekilde 4'e göre kişiler %57,1'lük bir oran ile beslenme biçimlerine uygun olmayan destinasyonlara seyahat etmeyeceklerini belirttiği, %23,8'lik bir oranla ise herhangi bir algısı olmadığını belirttiği, %19,0'lık oranla ise saygı duyduğunu belirttiği görülmektedir.

Şekil 4. Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Beslenme Biçimine Uygun Olmayan Bir Destinasyona Yönelik Algıları



Vejetaryen veya Vegan Bireylerin Beklenti ve İstekleri

Katılımcıların ilave etmek istedikleri başka düşünceleri sorulduğunda verdikleri yanıtlar genellikle, beslenme biçimlerinin yeterince saygı görmediği, insanların bu konuda bilgisiz olduğu yönündedir. Bu görüşlerden bazıları şu şekildedir;

“Evet kesinlikle var Türkiye’de her topluluk kendinden olmayana çok kolay bir şekilde dışlıyor bundan bizde nasibimizi alıyoruz neden tehdit olarak gördüklerini anlamakta güçlük çekiyorum bizler çoğumuz vegan/vejetaryen olmadan et süt ürünleri tükettik öğrenince bıraktık akıl ve ruh sağlığı yerinde olan egodan şişmiş olmayan herkes bunu yapabilir bizler vahşeti durdurmak adına onlara gösterirken linç ediliyoruz saygı duyun diyorlar geniş kitleler çoğunluk bunu tüketiyor olsa da bu hayvan ölümlerini tecavüz ve işkenceleri meşru kılmaz hakları dahi olmayan canlıların öldürülmesine bizler saygı duyamayız yine de saygı ve sevgiyle anlatmaya devam edeceğiz tek rahatsızlığımız onların ölü bedenler üzerinden iğrenççe espiri yapmaları zorbalık yapmaları ve gerizekalı yerine koyulmak bizler en küçük canlının dahi hakkını savunuyoruz midemiz için kimseyi öldürmüyor arının kışı geçirmek için kendisine yaptığı balı çalmıyoruz ahlakımız hareketlerimizle örtüşüyor insanlara hiç zarar vermiyoruz neden hedef haline geliyoruz?”

“Ne yazık ki vejetaryen konusunda insanlar çok bilgisizler ve ön yargıları çok ayrıca sürekli neden yemiyorsun yemelisin gibi bir baskı uyguluyorlar, artık saygı göstermeleri gerektiğini anlamalılar”

“Dogmatik bilgilere körü körüne takılı kalmış bir toplumu ancak çocukluk çağındaki eğitim kitaplarına bizim yaşam şeklimizi anlatarak eğitebiliriz yoksa çok zor”

“İnsanlar hayvan eti tüketecekse bile doğru şekilde yetişmiş hayvanları tercih etmeliler”

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma vejetaryen veya vegan beslenme biçimine sahip kişilerin destinasyon seçerken etkilendikleri faktörleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda destinasyon seçimi yaparken bireylerin etkilendikleri faktörleri belirlemeye yönelik açık uçlu soru formu oluşturulmuştur.

Açık uçlu soru formu kapsamında yanıt veren katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında çoğunun kadın, genç orta yaşlı gruptan oluştuğu, yüksek eğitim düzeyine ve gelirine sahip kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Katılımcıların en çok seyahat ettikleri bölgeler ise, Ege Bölgesi başta olmak üzere Marmara Bölgesi ve Akdeniz Bölgesi olduğu, seyahat etme nedenlerine bakıldığında ise en fazla turistik ve gezme amacıyla seyahat ettikleri, genellikle bağımsız olarak seyahat etmeyi tercih ettikleri ve destinasyon araştırırken çoğunlukla internetten yararlandıkları görülmektedir.

Katılımcılar yemeğin seyahat deneyimindeki rolünün ise çok önemli olduğunu ve yerel yemekleri tatmayı istediklerini, yemeğin güzel olduğunda tatillerinin keyifli olabileceğini belirtmişlerdir. Fakat katılımcıların sahip oldukları vejetaryen veya vegan beslenme biçiminin destinasyon seçimlerinde ne kadar etkili olduğuna bakıldığında ise etkili olmadığı görülmektedir bu şöyle açıklanabilmektedir; katılımcıların destinasyon seçerken etkilendikleri en önemli faktörlere bakıldığında kültürel ve turistik yerler olmasının büyük önem arz ettiği yemek tercihinin ise ilgi çekici faktörler ile aynı oranda olduğu görülmektedir.

Katılımcıların vejetaryen veya vegan beslenme biçimine uygun olmayan destinasyonlara yönelik algılarına bakıldığında ise o destinasyonlara gerekmedikçe seyahat etmediklerini seyahat etmeleri gerekirse de alternatifler ürettiklerini ifade etmişlerdir.

Vejetaryen veya vegan beslenme biçimine sahip bireyler görüldüğü üzere Ege Bölgesini çoğunlukla ziyaret etmektedir. Diğer destinasyonlarda da bu beslenme biçimine sahip bireylerin tüketimlerine uygun yiyecekler bulundurulması ya da yerel yiyeceklerin vejetaryenleştirilmesi veya veganlaştırılmasının o destinasyonlara ekonomik açıdan yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Literatüre bakıldığında bu çalışmaya benzer çalışmaların yok denecek kadar az olduğu ortadadır. Bundan dolayıdır ki bu çalışmanın ilgili literatüre katkı yaptığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Cramer, H., Kessler, CS., Sundberg, T., Leach, MJ., Schumann, D., Adams, J., Lauche, R., (2017). Characteristics of Americans Choosing Vegetarian and Vegan Diets for Health Reasons., *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 49 (7): 561-568.
- Chen, Q. (2013). An Investigation of Food Tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4).
- Demir, Ş. Ş. (2010). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Dalyan Örneği. *Ege Academic Review*, 10(3).
- Ersun, N., & Arslan, K. (2011). Turizmde destinasyon seçimini etkileyen temel unsurlar ve pazarlama stratejileri. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(2), 229-248.
- Kansanen, I. (2013). Vegan travel-The ways how vegan diet influences travel experience.
- Kınkoğlu, M. (2015). Vegan Beslenme, 1. Baskı, İstanbul: Oğlak Yayıncılık.
- Kozak, M. (2018) Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri Detay Yayıncılık 4. Baskı
- Leitzmann, C. (2014). Vejetaryen beslenme: geçmiş, şimdiki zaman, gelecek. *Amerikan Klinik Beslenme Dergisi*, 100 (ek 1), 496S-502S.
- Özaltaş Serçek, G., & Serçek, S. (2015). Destinasyon markalaşmasında gastronomi turizmin yeri ve önemi.
- 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.
- Tunçay Son, G. Y. (2016). Biyoetik çerçevesinde vegan ve vejetaryenlik. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Sosyal Çevre Bilimleri (Doktora Tezi)*.
- TVD (2015). Tanımlar. Erişim Adresi: <https://tvd.org.tr/kilavuz/tanimlar/>
- Vengesayi, S. (2003, December). A Conceptual Model Of Tourism Destination Competitiveness And Attractiveness. In *ANZMAC Conference Proceedings* (637-647).
- VATAN, A., & TÜRKBAŞ, S. (2018). Vejetaryen Turist ve Vegan Turist Kimdir? *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 24, 39.
- Zengin, B., Uyar, H., & Erkol, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Ulusal Turizm Kongresi* (ss. 511-524). Ankara: Gazi Üniversitesi.