



T.C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI TİCARET BİLİM DALI

**ETİK, ÇEVRE ve SAĞLIK ÇERÇEVESİNDE DEĞİŞEN  
TÜKETİCİ TERCİHLERİ ve ULUSLARARASI PAZAR  
YAPISI: VEGAN PAZAR ARAŞTIRMASI**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**Ezgi İLBAŞ**

**BURSA-2022**



T.C.  
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK VE TİCARET ANABİLİM DALI  
ULUSLARARASI TİCARET BİLİM DALI

**ETİK, ÇEVRE ve SAĞLIK ÇERÇEVESİNDE DEĞİŞEN  
TÜKETİCİ TERCİHLERİ ve ULUSLARARASI PAZAR  
YAPISI: VEGAN PAZAR ARAŞTIRMASI**

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**Ezgi İLBAŞ - 701919003**

**Danışman Öğretim Üyesi:  
Dr. Öğr. Üyesi Osman Barbaros KEMER**

**BURSA-2022**



## ÖZET

Yazar adı soyadı	Ezgi İLBAŞ
Üniversite	Bursa Uludağ Üniversitesi
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim dalı	Uluslararası İşletmecilik ve Ticaret
Bilim dalı	Uluslararası Ticaret
Tezin niteliği	Yüksek Lisans Tezi
Mezuniyet tarihi	...../...../20....
Tez danışmanı	O.Barbaros Kemer

### ETİK, ÇEVRE ve SAĞLIK ÇERÇEVESİNDE DEĞİŞEN TÜKETİCİ TERCİHLERİ ve ULUSLARARASI PAZAR YAPISI: VEGAN PAZAR ARAŞTIRMASI

Küreselleşmenin ve endüstrileşmenin etkisi ile artan rekabet, en düşük maliyetle en yüksek kazanç elde etme anlayışına yol açarak, kaynakların kendini yenilemeyeceği seviyelerde, aşırı ve kontrolsüz tüketimine yol açmıştır. Bununla beraber, çevre sorunları, uluslar ötesi bir boyuta ulaşarak gündemin önemli bir başlığı haline gelmiştir. Özellikle refah düzeyi yüksek toplumlarda ise; yaşanan sorunlara karşı yüksek düzeyde bilinçlenme ve hassasiyet görülmeye başlanmıştır. Bu durum tüketicilerin satın alma kararlarına ve etik, çevre, sağlık gibi konulardaki bilinçlenmenin etkisi ile yaşam tarzlarına ve tutumlarına yansımaktadır. Değişen tüketici tercihleri ve etik konular, sağlığa yönelik endişeler, çevresel sorunlar ve özellikle sürdürülebilirlik kaygıları, Dünya’da hızla gelişen yeni bir tüketici grubu ve yeni bir pazar yaratmıştır; Vegan pazar. Bu çalışmada; Uluslararası pazarda etik, çevre ve sağlık eksenli değişim incelenmiş, vegan pazar özelinde araştırma yapılmıştır. Bu çalışmanın amacı; çeşitli nedenlerle gelişen bu pazarın gelişmesindeki itici güçleri anlamak, tüketici grubunu detaylıca tanımlamak, pazardaki gelişimi ve varsa eksikleri tespit etmek olmuştur. Çalışmanın son bölümünde; Türkiye’de üretim yapan vegan üreticilere ve Türkiye’de yaşayan vegan tüketicilere yönelik iki ayrı çalışma yapılmıştır. 280 vegan tüketici ve 3 vegan üretici çalışmamızın örneklemini oluşturmuştur. Çalışmanın sonucunda pazarın sadece talep odaklı gelişmediği, büyüyen çevre sorunları ve hızla artan nüfusun etkisi ile pazarda alternatif arayışlarının olduğu ve bunun pazarın büyümesine katkı sağladığı, Türkiye’de yaşayan veganların büyük oranda çevreyi önemseydiği ve veganlar arasında çevrecilik anlayışının gelişmiş olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Türkiye’de vegan pazara yatırım yapanların ise iklim krizi ve sürdürülebilirlik başlıklarını önemseydikleri görülmüştür.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel Vegan Pazar, Çevre, İklim, Sağlık, Etik, Sürdürülebilirlik, Vegan Tüketici.

## ABSTRACT

<b>Name &amp; Surname</b>	<b>Ezgi İLBAŞ</b>
<b>University</b>	<b>Bursa Uludag University</b>
<b>Institute</b>	<b>Institute of Social Sciences</b>
<b>Field</b>	<b>International Business and Trade</b>
<b>Subfield</b>	<b>International Trade</b>
<b>Degree awarded</b>	<b>Master</b>
<b>Date of degree awarded</b>	<b>...../...../20....</b>
<b>Supervisor</b>	<b>O.Barbaros Kemer</b>

### **CHANGING CONSUMER PREFERENCES AND INTERNATIONAL MARKET STRUCTURE WITHIN THE FRAMEWORK OF ENVIRONMENT, HEALTH AND ETHICS : VEGAN MARKET RESEARCH**

Increasing competition with the effect of globalization and industrialization has led to the approach of achieving the highest profit with the lowest cost, leading to excessive and uncontrolled consumption of resources at levels that cannot be renewed. In addition, environmental problems have reached a global dimension and have become an important topic on the agenda. Especially in societies with a high level of welfare, high awareness and sensitivity towards problems has begun to be seen. This situation is reflected in the purchasing decisions of consumers and their lifestyles and attitudes with the effect of awareness on issues such as ethics, environment and health. Changing consumer preferences and ethical issues, health concerns, environmental issues and especially sustainability concerns have created a new rapidly developing consumer group and a new market in the world; Vegan market. In this study; Ethical, environmental and health-oriented change in the international market has been examined, and research has been carried out specifically for the vegan market. This studies aim has been to understand the driving forces in the development of this market, which has developed for various reasons, to define the consumer group in detail, to identify the development in the market and, if any, deficiencies. The last part of the study consisted of an online interview for vegan producers producing in Turkey and a survey for vegan consumers living in Turkey. A total of 280 vegan consumers and 3 vegan producers formed the sample of our study. As a result of the study, it was concluded that the market did not develop solely on a demand-oriented basis, that the search for alternatives occurred in the market with the effect of growing environmental problems and the rapidly increasing population, and this contributed to the growth of the market, that the vegans living in Turkey care about the environment to a large extent, and that the understanding of environmentalism is developed among vegans. It has been observed that those who invest in the vegan market in Turkey care about the climate crisis and sustainability.

**Keywords:** Global Vegan Market, Environment, Climate, Health, Ethic, Sustainability, Vegan Consumer.

## ÖNSÖZ

Çalışmam süresince bilgi ve tavsiyeleri ile yol gösteren danışmanım, Sayın; Dr. Öğr.Üyesi O.Barbaros Kemer'e, sürecin tüm zorluk ve stresini benimle birlikte yaşayan, pes ettikçe motive eden sevgili Annem, Babam ve Abim'e, kısıtlı zamanından ayırarak tecrübelerini paylaşan, sorularımı cevaplandıran, değerli dostum Onur Bayram'a, çalışmanın en zor aşaması olan, sonuçlanma sürecinde; bıkmadan, inancını dile getirerek motive eden, değerlim Alican Aysan'a , araştırmam konusunda katkılarını esirgemeyen vegan işletmelere, sayelerinde çok şey öğrendiğim, ufkumu genişleten ve bu çalışmanın ortaya çıkmasını sağlayan tüm vegan arkadaşlarıma teşekkürlerimi, daha hakkaniyetli, adil ve yaşanabilir bir dünya hayali ve arzusunda bulduğumuz, çekinmeden elini taşın altına koyan, isimlerini bilmediğim sayısız kahramana ise içten saygılarımı sunuyorum.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
İÇİNDEKİLER	iv
RESİM - ŞEKİL - GRAFİK LİSTESİ	vii
TABLO LİSTESİ	vii
KISALTMALAR	ix
GİRİŞ	1
I.BÖLÜM KAVRAMLAR VE TANIMLAR	3
<b>1.1.Veganlığın Tarihçesi- Vejetaryenlik</b>	3
1.1.1.Vejetaryenliğin Tarihçesi	4
1.1.1.2.Modern Gelişmeler	8
1.1.2.Vejetaryenlik Türleri	9
<b>1.2.Veganlık</b>	10
1.2.1.Veganlık ve Vejetaryenlik Arasındaki Farklar	12
1.3.1. Etik Veganlık	14
1.3.1.1.Etik Veganlıkta Yaklaşımlar	16
1.3.1.1.1.Abolisyonizm	16
1.3.1.1.2.Refahçı (Faydacı) Yaklaşım	18
1.3.1.1.3.Yeni refahçı (faydacı) yaklaşım	19
1.3.1.1.4.Azaltmacı yaklaşım	20
1.3.1.2.Vegan Beslenme Türleri	20
1.3.1.3.Türcülük	21
1.3.1.4.Hayvan refahı	22
1.3.1.5.Hayvan hakları	24
1.3.1.5.1.Hayvan Haklarına Yönelik Bazı Düzenlemeler	25
1.3.1.5.2.Türkiye’de Hayvan Hakları	26
1.3.1.6.Hayvan Deneyleri	28
1.3.2.Çevreci Veganlık	31
1.3.2.1.Çevre	33
1.3.2.1.1.Uluslararası Çevre Sözleşme-Anlaşma ve Kuruluşları	36
1.3.2.1.1.1.”The Limits Of Growth (Büyümenin Sınırları)” Raporu	37
1.3.2.1.1.2.Stockholm-Birleşmiş Milletler Çevre Konferansı	38
1.3.2.1.1.3.Brundtland “Ortak Geleceğimiz” Raporu	39

1.3.2.1.1.4.Rio Konferansı	40
1.3.2.1.1.5.Kyoto Protokolü	41
1.3.2.1.1.6.Paris İklim Anlaşması	43
1.3.2.1.2.Hayvancılık Endüstrisi ve Çevre	45
1.3.2.1.3.Uluslararası Ticaret ve Çevre	50
1.3.2.1.3.1. Kirlilik Sığınağı Hipotezi	52
1.3.2.1.3.2.Çevresel Kuznets Eğrileri	53
1.3.2.1.4.Sanayi Devrimi	55
1.3.2.1.5.Ticaretin Serbestleşmesi ve Küreselleşme	57
1.3.2.1.5.1.Küreselleşmenin Coğrafi ve Ekolojik Boyutu	59
1.3.2.1.6.Sürdürülebilirlik	60
1.3.2.1.7.Kalkınma ve Refah	61
1.3.2.1.8.Sürdürülebilir Kalkınma	63
1.3.2.1.9.Çevre Sorunları	65
1.3.2.1.9.1.Küresel Isınma ve İklim Değişikliği	67
1.3.2.1.9.2.Ormansızlaşma-Ormansızlaştırma	71
1.3.2.1.9.3.Su Kirliliği ve Su Kıtlığı	73
1.3.2.1.9.4.Biyçeşitlilik	75
1.3.3.Sağlık Nedeniyle Veganlık	77
<b>II.BÖLÜM</b>	81
<b>DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE VEGAN YATIRIMLAR</b>	81
<b>2.1.Uluslararası Pazarlama</b>	81
<b>2.2.Niş Pazar</b>	83
2.2.1. Niş Pazarlamanın Önemi	85
2.2.2.Niş Pazarlamanın Özellikleri ve Vegan Pazar	85
<b>2.3.Vegan Sertifikalar</b>	87
2.3.1.V-Label	88
2.3.2.Vegan Trademark	8890
<b>2.4.Deneysizlik Sertifikaları</b>	92
2.4.1.CCIC- CFI Leaping Bunny-Uluslararası	92
2.4.2.CCF (Choose Cruelty-Free)-Avustralya	93
2.4.3. PETA- Beauty Without Bunnies-ABD	94
<b>2.5. Küresel Vegan Pazar</b>	96
2.5.1.Alternatif Protein Kaynakları Pazarı	98



2.5.1.1.Yapay (In Vitro) Et Pazarı	101
2.5.1.1.1-Dünya’da ve Türkiye’de In Vitro Et ve Teknoloji Yatırımları	102
2.5.1.2.Bitki Bazlı Et / Protein Pazarı	104
2.5.1.2.1.Dünya’da ve Türkiye’de Bitki Bazlı Et / Protein Pazarı	106
2.5.1.3.Bitki Bazlı Süt - Süt ürünleri ve Yumurta Alternatifleri Pazarı	109
2.5.1.3.1.Dünya’da ve Türkiye’de Bitki Bazlı Süt-Süt Ürünleri ve Yumurta Yatırımları	111
2.5.2.Gıda Dışı Vegan Ürün Pazarı	112
2.5.2.1.Türkiye'deki Bazı Vegan Kozmetik ve Ev Temizlik Ürünleri Yatırımları	113
2.5.2.2.Tekstil Alanında Bazı Gelişmeler	113
2.5.3.Turizm’de Veganlık	114
2.5.4 Vegan Ürünlere Erişim	117
2.5.5. Pazarlama Açısından Sosyal Medya ve Veganlık	117
2.5.6. Vegan Pazardaki Bazı Engel ve Sorunlar	118
2.5.6.1 171 No’lu Değişiklik (Amendment 171)	118
2.5.7 Alandaki Bazı Çalışmalar	119
<b>III.BÖLÜM</b>	121
<b>YÖNTEM, ANALİZ, BULGU VE SONUÇLAR</b>	121
<b>3.1 Çalışmanın Amacı</b>	121
<b>3.2 Çalışmanın Örnekleme</b>	121
<b>3.3 Çalışmanın Yöntemi</b>	121
<b>3.4 Çalışmanın Kısıtları</b>	123
<b>3.5 Üreticilere Yönelik Mülakat Çalışması ve Veri Yorumla</b>	124
<b>3.6 Tüketicilere Yönelik Anket Çalışması ve Verilerin Analizi</b>	124
<b>4. BULGULAR VE YORUM</b>	125
<b>4.1. Üretici Mülakatı</b>	125
<b>4.2. Tüketici Anketi Frekans Analizleri</b>	130
<b>4.3. Ki-Kare Analizleri</b>	135
<b>SONUÇ ÖNERİ VE TARTIŞMA</b>	148
<b>KAYNAKÇA</b>	154
<b>İNTERNET KAYNAKLARI</b>	169
<b>EKLER</b>	169

## RESİM - ŞEKİL - GRAFİK LİSTESİ

<b>Resim 1:</b> Türcülük İçin Görsel .....	21
<b>Resim 2:</b> “Gerçeklik Küpü Eylemi”- Bursa/Heykel	
<b>Resim 3:</b> “Gerçeklik Küpü Eylemi”- Bursa/Fsm .....	26
<b>Resim 4:</b> Sürdürülebilir Kalkınma Amaç ve Hedefleri .....	65
<b>Resim 5:</b> V Label Logosu .....	89
<b>Resim 6:</b> Vegan Trademark Logo .....	90
<b>Resim 7:</b> Leaping Bunny Logo.....	93
<b>Resim 8:</b> CCF Logo.....	93
<b>Resim 9:</b> Beautiy Without Bunnies Logoları .....	94

## TABLO LİSTESİ

<b>Tablo 1:</b> Avrupa’da , AB’de ve Türkiye’de mevzuatlar .....	25
<b>Tablo 2:</b> V-Label – Vegan Trademark Özellikleri Karşılaştırma .....	91
<b>Tablo 3:</b> Dünyadaki Vegan / Vejetaryen Popülasyonu .....	97
<b>Tablo 4:</b> Dünya’da ve Türkiye’de In Vitro Et ve Teknoloji Yatırımları.....	103
<b>Tablo 5:</b> Dünya’da Bitki Bazlı Et / Protein Alternatifleri Yatırımları .....	107
<b>Tablo 6:</b> Dünya’da Bitki Bazlı Süt-Süt Ürünleri ve Yumurta Alternatif Yatırımları ..	111
<b>Tablo 7:</b> Çalışmada Kullanılan Hipotezler.....	123
<b>Tablo 8:</b> Üretici Mülakat Çalışması Verileri.....	125
<b>Tablo 9:</b> Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları .....	130
<b>Tablo 10:</b> Katılımcıların Değişkenlere Göre Dağılımları .....	131
<b>Tablo 11:</b> Katılımcıların Değişkenlere Ait Betimsel Bulgular.....	133
<b>Tablo 12:</b> Vegan Olma Süresi İle Yaş Arasındaki İlişkinin Ki-Kare Analizi Sonucu .	135
<b>Tablo 13:</b> Vegan Sınıfı İle Çevrenin Kişi İçin Önemi Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu.....	136
<b>Tablo 14:</b> Cinsiyet İle Çevrenin Kişi İçin Önemi Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu.....	137

<b>Tablo 15:</b> İklim Değişikliği Sorununda Hayvancılık Endüstrisinin Payı Vardır İfadesi İle Sürdürülebilirlik Kaygıları İle Hayvancılık Endüstrisi Faaliyetleri Arasında İlişki Vardır İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	138
<b>Tablo 16:</b> Meslek İle Meslek Seçiminde Ya Da Paydaşı Olacağım İşlerde, Mutlaka Sektör Tercihi Yaparım. Hayvanlara Kötü Muamelenin Var Olduğu Sektörlerde Çalışmayı veya Bu Sektörlerle İş Yapmayı Tercih Etmem İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu.....	139
<b>Tablo 17:</b> Vegan Ürün Almadaki Öncelik İle Eğitim Durumu Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	140
<b>Tablo 18:</b> Vegan Ürün Almadaki Öncelik İle Vegan Sınıfı Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	141
<b>Tablo 19:</b> Gelir Durumu İle Vegan Ürünlere Erişim Kolaydır İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	142
<b>Tablo 20:</b> Paketli Gıda Ürünlerinin Alındığı Yer İle Yaş Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	143
<b>Tablo 21:</b> Vegan Sınıfı İle Vegan Ürün Üreticilerinin, Ana Faaliyet Sektörünün Hayvancılık Endüstrisi Olması, Ürünlerini Satın Almak Konusunda Beni Olumsuz Etkiler İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu.....	144
<b>Tablo 22:</b> Vegan Sınıfı İle "InVitro" Teknolojisine Tutum Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu .....	145
<b>Tablo 23:</b> Katılımcıların Vegan Ürünler Pahalıdır İfadesine Katılım Derecesi İle Gelir Seviyesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi .....	146
<b>Tablo 24:</b> Hipotez Testleri.....	147

## KISALTMALAR

- AB**-Avrupa Birliği  
**ABD**- Amerika Birleşik Devletleri  
**AGİT**- Avrupa Güvenlik ve İş birliği Teşkilatı  
**AGRI**- Agriculture and Rural Development- Tarım ve Kırsal Kalkınma  
**BMİDÇS**-Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi  
**BP**-British Petroleum- İngiliz Petrol  
**CIOMS**-Council for International Organizations of Medical Sciences-Uluslararası Tıbbi Bilimler Örgütleri Konseyi  
**ÇKE**:Çevresel Kuznets Eğrileri  
**CMO**-Çevre Mühendisleri Odası  
**CO.**-Company-Şirket  
**CSB**-Çevre ve Şehircilik Bakanlığı  
**DPT**-Devlet Planlama Teşkilatı  
**DSÖ**-Dünya Sağlık Örgütü  
**DTÖ**-Dünya Ticaret Örgütü  
**FAO**-Food and Agriculture Organization of the United Nations-Gıda ve Tarım Örgütü  
**GATT**-Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması  
**IATP**-Institute for Agriculture and Trade Policy-Tarım ve Ticaret Politikası Enstitüsü  
**IUCN**-International Union for Conservation of Nature and Natural Resources-Dünya Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği  
**IUPN**- International Union for the Protection of Nature-Uluslararası Doğayı Koruma Birliği  
**IVU**-International Vegetarian Union-Uluslararası Vejetaryen Birliği  
**KOP**-Konya Ovası Projesi  
**LTD.**-Limited-Şirket  
**M.Ö.**-Milattan Önce  
**M.S.**-Milattan Sonra  
**MFA**-The Ministry of Foreign Affairs-Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı  
**MGM**-Meteoroloji Genel Müdürlüğü  
**OECD**-Organisation for Economic Co-operation and Development-Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü  
**SBB**-Strateji ve Bütçe Başkanlığı  
**SKD**-İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği  
**TASAM**-Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi  
**TDK**-Türk Dil Kurumu  
**TEMA**-Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı  
**TVD**-Türkiye Vegan Derneği  
**TVSS**-The Victoria Street Society-Victoria Street Topluluğu  
**UNCED**-United Nations Conference on Environment and Development-Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı  
**UNDP**-United Nations Development Programme-Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı  
**UNEP**-United Nations Environment Programme-Birleşmiş Milletler Çevre Programı  
**UNESCO**-United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

**UNFCCC**-United Nations Framework Convention on Climate Change-Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi

**UNSCC**-United Nations Scientific Conference on Conservation and Utilization of Resources-Birleşmiş Milletler Kaynakların Korunması ve Kullanımı Bilimsel Konferansı

**Vegsoc**- The Vegetarian Society-Vejetaryen Birliği

**WCED**-Report of the World Commission on Environment and Development-Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu Raporu-Ortak Geleceğimiz

**WTO**-World Trade Organization-Dünya Ticaret Örgütü

**WWF**- World Wide Fund for Nature-Dünya Doğayı Koruma Vakfı

## GİRİŞ

Vejetaryenlik/Veganlık tarihi çok eskilere dayanmakla beraber geçmiş varlığında dinsel, spiritüel inanışların günümüzden çok daha etkili olduğunu görmekteyiz.

Bu felsefenin inanç kalıplarından daha bağımsız ve farklı şekillere bürünmesindeki en önemli rolü sanayi devrimi ve sonrasındaki süreç oynamaktadır. Veganlık tercihinde önemli rol oynayan üç ana unsurdan bahsedebiliriz; Bunlar; etik, çevre ve sağlıktır. Küreselleşen Dünyada artan üretim ve ticaret hacmi, kontrolsüz nüfus artışı, sınırsız ihtiyaç düşüncesi ve insanlığın yetinmek bilmezliği önemli sorunlara yol açmaktadır. Bunlardan günümüz için en önde geleni ise çevre sorunlarıdır.

Geçmişte ekonomik eylemlerin tüm olumsuz getirileri, kalkınma isteği ardına gizlenmiş, kaynakların sınırsız olmadığı gerçeğini göz ardı etmiş ve çevre sorunlarını kaynakların kendini yenileyebilir olduğu inancıyla yok saymıştır. Sanayi devrimi ile beraber endüstriyellemeye başlayan dünya ve sektörler; kaynakları, yenilenebilme hızından daha fazla tüketmeye başladığında ve GATT ve sonrasında resmi olarak DTÖ-Dünya Ticaret Örgütü (WTO-World Trade Union) kuruluşu ile serbestleşen, globalleşen ticaretin her geçen gün artan rekabetinin de getirdiği hırsıyla çevre sorunları bölgesel (yöresel), ulusal olmaktan çıkıp küresel bir sorun haline gelmiştir.

Nihayetinde ekonomi biliminin çevre ve etikten bağımsız düşünülmemeyeceği anlaşılmış ve bu konu ile ilgili Uluslararası birlikler, anlaşmalar, komisyonlar oluşturularak ülkelerin gündemine taşınmış ve çözüm yolları aranmaya başlanmıştır. Bunlardan ilki sayılabilecek olan BM Dünya Çevre ve Gelişme Komisyon'un hazırlamış olduğu Ortak Geleceğimiz Raporu'dur. Bu birlikler, anlaşmalar ve raporlardan çalışmanın birinci bölümde kapsamlı bir biçimde bahsedilecektir. Çevre sorunları doğayı, ekolojik döngüyü etkilerken, aynı zamanda dolaylı ya da doğrudan insan yaşamını, sağlığını ve işgücü verimini de etkilemektedir. Bu noktada teknoloji ve dijitalleşmenin etkisiyle bilgiye erişimin kolaylaştığı ve insan etkileşimlerinin sosyal mecraların da aracılığı ile küreselleştiği Dünya'da medya ve reklamlar aracılığı ile doğru bilgi olarak servis edilen bilgileri sorgulama, araştırma, öğrenme ve diğer insanlar ile paylaşma süreci ile gelişen bilinçlenme, insanların Dünya'ya bakış açısı ve algıları üzerinde birçok değişime sebep olmaya başlamıştır. Bu değişimler sonucunda tüketicilerin pazardaki beklentileri, tepkileri, alışkanlıkları da değişime uğramaya başlamıştır. Çevreye daha duyarlı, sağlığı konusunda kaygılı, yediği besinin nereden geldiğini bilmek isteyen daha detaycı bir tüketici kesimi de ortaya çıkmıştır. En nihayetinde

sayıları dünya genelinde giderek artan bir tüketici sınıfı oluşmuştur: Etik sebeplerle hayvanlara kötü muameleye karşı olan ve yaşam hakkını savunan veganlar, çevreye duyarlı veganlar ya da sağlık sebebiyle veganlar olarak adlandırabileceğimiz bu tüketici grubu girişimcilerin ilgisini çeken bir grup ve fırsatları yakalamak istediği bir niş pazar haline gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı dünyada gelişen vegan pazarın, etik, sağlık ve çevre ile ilişki durumunu saptamak, yatırımları incelemek, Türk girişimcilerin-üreticilerin ve tüketicilerin sorun ve ihtiyaçlarını anlamak, Türkiye'nin bu pazarda kendini nerede konumlandığını gözlemlemek ve eksikleri saptamak ve geleceğe yönelik tahminler yürütmektir. Tüketicilerin üreticileri, üreticilerin ise kitesini anlamaya yardımcı olmak amaçlanmakta olup pazara bir katkı sağlamayı da ummaktadır. Aynı zamanda bir diğer amaç tüm Dünya'nın günümüzde en güncel ve önemli sorunu haline gelen çevre ve iklim krizi başlıklarına hayvancılık endüstrisinin etkilerini ve ekonomik maliyetlerini araştırarak literatüre katkı sağlamak ve veganları vegan yapan itici güçten bağımsız olarak çevre, iklim krizi gibi konuların veganlar için ne anlama geldiğini de araştırmaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde veganlık, yeni bir tüketici grubu olarak, tercih nedenleri de dahil olmak üzere tüm detayları ile tanımlanmaya çalışılmıştır. Etik, çevre ve sağlık konuları, hayvancılık endüstrisi ile ilişkisel olarak açıklanmış ve uluslararası ticarete doğrudan ya da dolaylı etkileri incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise küresel alandaki vegan yatırımlar sektörel olarak araştırılmıştır ve vegan pazarın hacmi ve geleceğe yönelik tahminler / raporlar incelenmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümü ise Türkiye'de üretim yapan vegan üreticilere ve Türkiye'de yaşayan vegan tüketicilere yönelik iki ayrı çalışmasından oluşmaktadır. 280 vegan tüketici ve 3 vegan üretici çalışmamızın örneklemini oluşturmuştur.

Çalışmanın sonucunda pazarın sadece talep odaklı gelişmediği, büyüyen çevre sorunları ve hızla artan nüfusun etkisi ile pazarda alternatif arayışlarının olduğu ve bunun pazarın büyümesine katkı sağladığı, Türkiye'de yaşayan veganların büyük oranda çevreyi önemseydiği ve veganlar arasında çevrecilik anlayışının gelişmiş olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Türkiye'de vegan pazara yatırım yapanların ise iklim krizi ve sürdürülebilirlik başlıklarını önemseydikleri görülmüştür. Sonuç kısmında bulgular detaylı şekilde paylaşılmıştır.

# I.BÖLÜM KAVRAMLAR VE TANIMLAR

## 1.1.Veganlığın Tarihçesi- Vejetaryenlik

Vejetaryenlik teriminin ilk ortaya çıkışı net olarak bilinmemekle beraber (T.Son ve Bulut,2016,s.832) Temmuz 1838’ de J.P. Greaves’in açtığı Alcott House’un 1838-1842 yılları arasındaki çalışma ve toplantıları sırasında olduğu düşünülmektedir (Davis, 2010). Vejetaryen kelimesi Türkçe ’ye Türk Dil Kurumu tarafından “Etyemez” olarak çevrilmiştir (TDK Sözlük) .

Vejetaryen kelimesi, tahmin edildiği üzere “Vegetable” yani sebze kökeninden türetilmiş bir sözcük değildir. Vejetaryen kelimesi; sağlam, canlı, yaşam dolu anlamı taşıyan, Latince bir kelime olan Vegetus sözcüğünden gelmektedir (T.Son,2016,s.6).

Cambridge Sözlük ise vejeteryanlığı:” *Sağlık veya dini nedenlerle veya hayvanlara kötü muamele etmekten kaçınmak istediğimiz için et yememe uygulaması*” (Cambridge Sözlük) şeklinde tanımlamıştır. Vejetaryenlik, sebze, tahıl, meyve, baklagiller ve kuruyemişler ile tercihe göre süt ve süt ürünlerinin tüketildiği ya da tüketilmediği, genel olarak etik, içsel, çevresel ya da sağlık sebeplerinden dolayı tercih edilen bir yaşam biçimidir. Tüm et türleri (balık, kümes hayvanları, kırmızı et, deniz canlıları) vejetaryen diyetin dışında tutulmaktadır. Fakat, vejetaryenlerin çoğu süt ve süt ürünlerini kullanmaya devam etmektedirler. Örneğin: Batılılar, yumurta yemeyi tercih ederken, klasik zamanın Akdeniz Topraklarındaki gibi, Hindistanlı vejetaryenlerin birçoğu yumurta tüketmeyi reddeder (Encyclopaedia Britannica,2020). Vegetarian Society ise: Vejetaryenliği “*vejetaryenler balık, et ve tavuk yemezler.*” şeklinde tanımlamıştır (www.vegsoc.org).

İnsanlar, genelde vejetaryenliğin bir modern çağ düşüncesi olduğuna inanmaktadırlar, fakat tahmin edilenin aksine, vejetaryenlik tarihinin Antik Yunan’a kadar uzandığı söylenmektedir.



### *1.1.1.Vejetaryenliğin Tarihçesi*

Vejetaryenlik tarihinin, Antik Çağlara kadar dayandığı tahmin edilmektedir. Vejetaryenliğin o dönemlerde benimsenmesinin asıl sebebinin bazı inançlar ve felsefi ilkeler olabileceği düşünülmektedir.

Antik Çağda, et yememe düşüncesinin ortaya çıkışı, o dönemin felsefi uyanış kültürüne paralel olarak M.Ö. ilk bin yılın ortalarında Doğu Akdeniz ve Hindistan kültürleri kökenli görülmeye başlanmıştır. İlk olarak Sisamlı Pisagor'un öğretilerini temel alan bu düşüncenin, özünde, tüm hayvanların akraba olduğu düşüncesine dayandığı iddia edilmektedir (Encyclopaedia Britannica, 2020). Bu nedenle de vejetaryen beslenme modern çağ hareketinin başlangıcına kadar<sup>1</sup> "Pisagor diyeti" olarak anılmıştır (Butler,2014; Özcan ve Baysal,2016, s.103).

Aynı zamanda Antik Yunan'da Pisagorcular'ın yanında Orfeciler de et tüketmekten kaçınan bir başka grup olmuştur (Kınıkoğlu,2015, s.15; Öksüz,2020). Bu dönemde özellikle Pagan<sup>2</sup>'lar ve Neoplatonistler<sup>3</sup> olmak üzere pek çok filozof (Platon, Epikuros ve Plutarkhos vb.) etsiz beslenmeyi tavsiye etmişlerdir (Encyclopaedia Britannica, 2020).

Pisagor'un benimsediği öğretiler uzun yıllar boyunca din insanlarını ve akademisyenleri etkilemiştir (Leitzman,2014, s.496). 19.yüzyılın ortalarında kurulan İngiltere merkezli ilk vejetaryen topluluğu, Pisagor benzeri düşünenlerden oluşmaktaydı. O çağlarda bu görüş; ölçülü davranış, öz kontrol gibi erdemli kavramlar vejetaryen diyetle bağdaştırılırken, taşkınlık, alkol, saldırganlık gibi olumsuz kavramlar, et ürünlerinin fazla tüketilmesine dayandırılıyordu (Butler,2014).

---

<sup>1</sup> 19.yüzyıl ortalarına denk gelen süreç

<sup>2</sup> Paganizm, kökenleri dünyanın kadim doğa dinlerine uzanan bir inanç biçimi ve bu dinlerin genel adıdır. Bu dinlere mensup kişilere pagan denir.

<sup>3</sup> **Yeni Platonculuk** ya da **Neoplatonizm**, Plotinus'un çalışmalarıyla başlayan ve İmparator Justinian'ın Platon'un Akademia'sını M.S. 529'da kapatmasıyla biten Platonik felsefe sürecini tanımlamak için kullanılan modern terimdir.

Özellikle de yukarıda bahsettiğimiz, erdem gibi kavramlarla bağdaştırılan vejetaryenlik görüşüne bağlı toplulukların, kuruluş ve gelişim aşamasında çoğunlukla din insanları, kiliseler ve inançların yer aldığı görülmüştür.

Pisagor, vejetaryenliğin ilk savunucusu gibi görülse de insanların, kayıtlı tarihin çok öncesinden itibaren vejetaryen oldukları düşünülmektedir. Antropologların büyük bir kısmı, ilk insanların ve sindirim sistemimizin otoburlara daha çok benzemesine de paralel olarak, et tüketseler bile temelde, bitki yoğunluklu bir beslenmeye sahip olduklarını düşünmektedirler. Bunun asıl nedeninin ise bitkilerin kaçamadıkları için hayvansal gıdaya göre daha kolay yiyecekler olmasından kaynaklandığı görüşündeler (Leitzman,2014,s.496;Butler,2014). Antik Çağda Dünya'nın en iyi dövüşçülerinin vejetaryen oldukları söylenmektedir (Longo ve ark.,2008).

Daha önce de dile getirdiğimiz gibi o dönem vejetaryenlik daha çok felsefi ve dinsel, ruhsal inanışlar üzerinden şekilleniyordu. Bunlardan bazıları da reenkarnasyon ve diğer canlılarla kozmik uyum inancına dayanmaktaydı (Yurdakök,2013,s.48).

Hindistan'da Budizm ve Jainizm mensupları, bazı içsel ve etik sebeplerle hayvanları gıda için öldürmeyi reddetmişlerdir. Çünkü onlar hayvanların hissedebilen canlılar olduğu inancını taşımaktaydılar ve insanların hissedebilen canlılara zarar vermemeleri gerektiğini düşünmekteydiler. Bu görüşler, daha sonra Brahmanizm, Hinduizm gibi başka inanışlarda da görülmeye başlamıştır ve düşünce gerçek hayatta en çok inekler için pratiğe geçmiştir. Hindistan'da Budizm inancı, giderek azalsa da zarar vermeme/şiddetsizlik ideali olarak tanımlanan "ahimsa" ile beraber, kastlar arasında alt-üst fark etmeksizin istikrarlı bir şekilde yayılmaya devam etmiştir. Hatta Budizm ile birlikte Japonya ve Çin'e kadar taşınan bir düşünce olmuştur (Encyclopaedia Britannica,2020;Yurdakök,2013,s.48). Budistler, et tüketmenin yanında ava gitmez, hayvanlara ateş etmez, balık yakalamaz, kanlı sporların hiçbirisiyle ilgilenmez ve kasaplık da yapmazlarmış (Gülten,2019,s.32).

“Zarar vermeme” bir biyolojik tepkidir fakat “ahimsa” felsefesi oluşana kadar geçen zamanda da nesilden nesile aktarılmış güçlü bir öğreti olmuştur. Terimle ilk karşılaşmamız “Ahimsa” şeklinde olmuştur. Edindiğimiz bilgiler bu terimin, Kuzey Hindistan'daki eski Magadha Krallığı'nda, bundan yaklaşık üç bin yıl kadar önce kullanılmakta olduğunu gösteriyor. Hayvanlara karşı şiddetin olağanlanmış halini kabul etmeyen ruhani devrimcilerin savunduğu bu kavram Hint Kıtasında Hinduizm, Jainizm gibi birkaç büyük inancı önemli şekilde etkilemesi Milattan yaklaşık 500 yıl öncesine dayanıyor. Diğer insanlara zarar vermekten kaçınmanın yanı sıra, diğer duyarlı canlılara da zarar vermeme, özellikle yiyecek için öldürmeme şeklinde görülmüştür. Aynı düşünce Antik Yunan'da olduğu kadar, her şeyin uyumuna inanan Uzak Doğu'daki Taocularda da yer bulmuştur ve Yin-Yang <sup>4</sup> kavramı ile ortaya çıkmıştır. (www.vegansociety.com) Ahimsa geleneği ile Hindular, ruhsal gelişimi engelleyeceğine inandıkları tüm gıdalardan uzak durdular. Bunlar: Sığır, domuz gibi bazı hayvanlardan elde edilen gıdaları kapsamaktaydı. Jainizm (caynacılık), Ahimsa geleneğine uyumun en katı olduğu dinsel inanıştır. Tüm Jainistler vejetaryenlerdir. Budizm'de ise gıda alışkanlıkları bölgelere göre farklılıklar göstermektedir. Budistlerin çoğunun, Ahimsa kurallarına uydukları bilinmektedir (Koluman,2009,s.26-27).

Bunun dışında diğer inanışlar, vejetaryen olmak için daha az elverişli görünse de ilk Hristiyan ve Yahudilerin de vejetaryen oldukları söylenmektedir. Hatta Aziz Anthony gibi bazı azizlerin de vejetaryen olduğu belirtilmektedir. Vejetaryenlik Müslümanlara daha uzak bir görüş olsa da, Hristiyanlık ve Yahudilikte olduğu gibi bazı ruhsal arayış içinde olan Müslüman Sufilerce de uygulandığı görülmüştür (Encyclopaedia Britannica,2020).

Büyük inanışların içinde hayvanlara yönelik ifadeleri bulmanın en zor olduğu kaynaklar, Hristiyanlığın kutsal metinleridir. İslam metinleri de dahil olmak üzere diğer birçok inançta hayvanlar konusunda birçok yorumla karşılaşmak mümkündür. Bir rivayete göre Hz. Muhammed'in “bir hayvana iyi davranmak, bir insana iyi davranmak ile eşdeğerdir” dediği söylenmektedir (Singer,2018,s.12).

---

<sup>4</sup> Evrenin ve doğanın işleyiş düzeneklerini karşılıklı ilişkisi ile gösteren en temel ilkedir. Evrenin dinamiğini karşı kutuplarla açıklar. Yin ve yang mutlak değildir birbirine dönüşür.

John Wesley gibi bazı Hristiyanların vejetaryen yaklaşımlarının temelini ise etin iyi(haz veren) olduğu düşüncesi oluşturuyordu. Ancak Papaz William Cowherd düşüncelerini daha önceki Hristiyan liderlerinden farklı bir yönde geliştirdi ve hayvanlara şefkat ve sağlık sebepleriyle et tüketmekten kaçınmayı savunan, bilinen ilk Hristiyan cemaat lideri oldu (IVU,2010).

İnançların insanların yeme alışkanlıkları üzerine etkisi büyüktür (İçer ve Bulduk,2018,s.25). Yunan Ortodokslar, yılın belli zamanlarında tuttıkları oruçlarda hayvansal gıda tüketiminden uzak durmaktadırlar. Noel sürecindeki 40 günlük oruç ya da Paskalya dönemlerinde, haftanın belli günlerinde tutulan oruçta da yine hayvansal gıda tüketiminden uzak durulmaktadır (İçer ve Bulduk,2018,s.27-28).

Geçmişte daha çok dinsel, içsel ve ahlaki açıdan tercih edilen ve tercihin özellikle içine doğulan bölgeyle, inançla ya da kültürle sıkı ilişkili olduğu açık şekilde görülürken, günümüzde bu tercih, yerini daha başka sebeplere bırakmış ve daha bireysel ve bağımsız olduğunu düşünebileceğimiz bir karar sürecine varıldığı görülmüştür. Geçmişte daha çok filozof ve din insanlarınca desteklenen ve yayılan bu yaşam biçiminin, günümüzde çok farklı kültürden, bölgeden ve inaniştan insanları ortak noktada buluşturduğuna inanmaktayız.

### *1.1.1.1.Vejetaryen Derneği'nin Temelleri*

1847 yılında ana grup olarak sayabileceğimiz üç vejetaryen oluşum vardı. Bunlar: Surrey’de bulunan Alcott House; Salford’ da İncili takip eden Hristiyanlar ve Ramsgate’de bulunan Northwood Villa-Hidropatik Enstitüsü idi. Önemli nokta ise William Horsell tarafından Ramsgate’de yayımlanan Truth-Tester<sup>5</sup>( Hakikat Sınayıcı) dergisi olmuştur.1847’de dergiye yazılan bir mektupla bir vejetaryen derneği kurulması tavsiye edilmiş ve bunun üzerine Alcott House’tan bir temsilci olan William Oldham tüm vejetaryenlerin bir araya gelmeleri için çağrıda bulunmuştur. İlk konferans, 130 kişilik bir katılımı başarı göstermiştir. Bu konferansta alınan kararlardan biri de bir topluluğun oluşturulması ihtiyacına yönelik olmuştur (Davis, 2010:40). Böylece ilk vejetaryen topluluğu İngiltere’de 1847 yılında İncil Hristiyanları tarafından kurulmuştur ve daha sonrasında 1889’da geçici olarak Uluslararası Vejetaryen Birliği kurulmuştur ve 1908’de kalıcı hale gelmiştir (Leneman,1999,s.219;Encyclopaedia Britannica,2020). Vejetaryenlik hareketi, 20. yüzyılın ilk yıllarından itibaren büyüdükçe kiliseden bağımsız hale gelen bir topluluk olmaya başlamıştır (IVU, 2010).

### *1.1.1.2.Modern Gelişmeler*

20.yüzyılın ilk yarısında Batı’da vejetaryenlik hala beslenmeyi değiştirme yönünde devam etmektedir. Vejetaryenlik, bazı bölgelerde bazı hastalıklara karşı hayvansal gıdasız diyet olarak görülürken; Almanya’da sağlık temelinde yer bulmuştur. Bu nedenle vejetaryenlik, yaşam alışkanlıklarını yeniden gözden geçirmeyi içeren bir anlayış olarak kabul görmüştür. 20.Yüzyılın ikinci yarısında ise etik filozof olan, Avustralyalı Peter Singer vejetaryenliğe yönelik etik bakış açısı ile, hayvan hakları konusunun canlanmasına öncülük etmiştir. Singer, insanları beslemek adına hayvanların yetiştirilmesi ve öldürülmesine yönelik, endüstriyel hayvancılığı ahlaki açıdan sorunlu ve haksız bulmuştur ve bu düşüncesini desteklemek için faydacı bir yaklaşımla argümanlarını sunmuştur. (Encyclopaedia Britannica,2020).

---

<sup>5</sup> Dergi normalde ölçülü bir alkol karşıtı dergiydi Ancak William Horsell tarafından “ Vejetaryenlik” teşviki için yönlendirildi.

Bu argümanlar; deney hayvanları, eğlence alanında kullanılan hayvanları da kapsamanın yanı sıra, insanların hayvanları kullandığı diğer tüm geleneksel yöntemleri de içermekteydi. Singer'in çalışmaları "ahlaki açıdan uygunluk" konusunda ciddi tartışmalara yol açmıştır. Aynı zamanda etsiz bir beslenmenin, özellikle de vegan beslenmenin sağlık için yeterli olup olmadığı yönünde tartışmalar da gündemde olmuştur. Özellikle Batı'da yalnızca bitkisel besinlerin oluşturduğu bir diyetle, yeterli protein bulunmayacağı, çok uzun yıllar kabul görmüş bir inanç olmuştur. Ancak 1970'lerde yapılan bazı araştırmalar bu inancı şüpheye düşürecek yönde olmuştur. Görece daha yeni olan bir konu ise; B12 vitamin<sup>6</sup>'inin, vegan bir diyetle alınıp alınamayacağı konusuydu. 21.yüzyıl, beraberinde, vejetaryen restoranlar ve özellikle Batı ülkelerinde yaygınlaşan vejetaryen, vegan yiyecekleri getirmiştir. Günümüzde birçok vejetaryen/vegan topluluklar, hayvan hakları oluşumları, hayvansal ürünlerin olmadığı beslenmenin; sağlık, çevre üzerine faydaları ve ahlaki erdemleri hakkında paylaşım ve bilgilendirmelerde bulunmaktadır. Bunun yanı sıra beslenme konusunda yardımcı olacak yemek tarifleri de paylaşmaktadır (Encyclopaedia Britannica,2020).

### *1.1.2.Vejetaryenlik Türleri*

Özünde vejetaryenlik, hayvanların ölümüne neden olan besinleri tüketmeyi reddetmektir. Yani kümes hayvanları, deniz mahsulleri ve et yemekten kaçınmaktır. Fakat bazı farklı gruplar da kendilerini vejetaryen olarak adlandırmaktadır.

Bunlar aşağıdaki şekilde sıralanabilir;

- Balık, kümes hayvanları, et tüketmeyen ama süt ve süt ürünleri tüketen vejetaryenlere **Lakto vejetaryen,**
- Balık, kümes hayvanları, et, süt ve süt ürünleri tüketmeyen ama yumurta tüketen vejetaryenlere **Ovo vejetaryen,**
- Balık, kümes hayvanları, et tüketmeyen ama yumurta, süt ve süt ürünleri tüketen vejetaryenlere **Lakto-Ovo vejetaryen**<sup>7</sup>
- Sadece kırmızı et tüketmeyip, kümes hayvanlarını tüketen vejetaryenlere **Polo vejetaryen,**

<sup>6</sup> B12'nin popüler vegan kaynakları, besin mayası, tahıl gevrekleri ve soya sütü gibi hayvansal madde içermeyen bazı güçlendirilmiş yiyecekler ve vitamin takviyeleridir.

<sup>7</sup> Günümüzde en sık karşılaşılan vejetaryen beslenme türüdür.

- Kırmızı et ve kümes hayvanı tüketmeyip sadece balık ve deniz mahsulleri tüketen vejetaryenlere **Pesko vejetaryenler ya da pesketaryenler**,
  - Kırmızı et tüketmeyip, kısıtlı miktarda tavuk ve balık tüketen vejetaryenlere ise **Semi (yarı) vejetaryenler**,
  - Hayvansal kaynaklı hiçbir besin tüketmeyen vejetaryenlere ise **veganlar** denmektedir
- (Tunçay,2018,s.26;Özcan,Baysal,2016,s.102;Erk ve ark, 2019,s.455-456; www.hsgm.saglik.gov.tr).

## 1.2.Veganlık

Veganları detaylı olarak tanımlamak, onları bir tüketici kitlesi olarak değerlendirmek adına büyük önem taşımaktadır. Birçok noktada kendi içinde ayrımlar yaşayan ve veganlığa yaklaşımları bakımından farklı tutumlardaki bireylerin ve grupların oluşturduğu ‘veganizm’ adı altındaki topluluğu olabildiğince detaylı bir şekilde tanıtmak ve anlamaya yönelik çabanın önem taşıdığını düşünmekteyiz. Bu nedenle çalışmanın bu bölümü veganlık, veganlığın tarihsel gelişimi ve günümüzdeki durumu, veganlığı tercih etmedeki öncül sebepler gibi konularda detaylı bir incelemeden oluşmaktadır. Vegan kelimesi ilk olarak 1944’te Donald Watson tarafından kullanılmıştır. Aynı zamanda Donald Watson Dünyadaki ilk vegan birliğinin de kurucusudur (The Vegan Society).

Vejetaryenlik ile başlayan süreç daha sonra diyetin içinden süt ve süt ürünlerinin çıkarılmasını isteyen bir grup tarafından veganlığa evrilmiştir. Bu grubun öncüsü olan Donald Watson aynı zamanda “vegan” teriminin de mucidi olmuştur. Donald Watson, ölümünden yaklaşık bir yıl önce gerçekleştirdiği röportajda ise terimle ilgili ilginç bilgiler vermiştir: Süt ürünleri tüketmeyen vejetaryenler, oldukça uzun bir kavramdır ve bu nedenle terim önerileri teklifinde bulunulmuştur. O süreçte dairyban, sanivore, vitan, benevore gibi birçok isim önerisi yapılmıştır. Ancak sonuçta Donald Watson’ın türettiği, vejetaryen kelimesinin ilk üç ve son iki harfi birleşiminden oluşan “vegan”<sup>8</sup> kelimesinin kullanılmasına karar verilmiştir. Kelime Oxford Sözlüğü tarafından da kabul görmüştür ve değiştirilmesine yönelik teklifte bulunan kimse olmamıştır (TVD).

---

<sup>8</sup> Vegan kelimesinin Türkçede tespit edildiği ilk kaynak ise 1990 yılında Milliyet gazetesinin bir haberidir.

2002 yılında gerçekleştirdiği bir röportajda Donald Watson veganlığı şöyle tanımlıyordu:

*“Veganlık hayvanlar alemine dair sömürü ve zulmün tüm biçimlerini dışlamanın ve yaşamı gözetmenin yoludur. Et, balık, kümes hayvanı, yumurta, bal, hayvansal süt ve türevlerini dışlayıp bitkiler aleminin ürünleriyle yaşamayı ve tamamen ya da kısmen hayvanlardan üretilen tüm ticari malların alternatiflerini kullanmak şeklinde pratiğe dökülür” (TVD).*

Veganlık büyüdükçe ardındaki nedenler, ideal ve inançlar da büyümüştür. Başlangıçta sadece bir diyet olarak görünen veganlığın günümüzde hayvansal tüm ürünleri tüketmeyi reddeden bir yaşam tarzına dönüştüğü görülmektedir. Özellikle, etik veganlar beslenmede yumurta, süt, bal, jelatin gibi ürünlerden uzak durmanın yanı sıra, deri, yün, kürk, ipek gibi hayvansal kaynaklı giyim ve tekstil ürünlerini de kullanmayı reddederler (Mann,2014,s.5-6).

Veganlık, özünde hayvanların acı çekmesini engellemek, yaşamalarını sağlamak ve adaletli olmak amacıyla hayvansal ürünlerden uzak durmaktır (Leenaert,2019,s.165). Buna karşın günümüzde hala veganlığı sadece diyet yönüyle takip edenler de bulunmaktadır. Veganlığı sağlık açısından seçtikleri için bu tüketici grubunu ‘sağlık veganları’ olarak adlandırmaktayız.

Veganlığın tanımlaması bu gruba mensup insanların veganlığı tercih sebepleri ile bağlantılı olarak kişiler arasında bazı değişkenlikler gösterebilir. Yine de veganlığı her tür vegan için ortak bir paydada buluşturup tanımlamak istersek genel anlamda; Et, süt, yumurta, bal, süt ürünleri (peynir, yoğurt, kefir) ve bunun gibi hayvanlardan elde edilen gıdaları tüketmeyi reddeden bir yaşam tarzıdır diyebiliriz. Yalnız bu genel tanımlama veganlığı bir beslenme şekli olarak görmek yanılıgısına sebebiyet vermemelidir. Çünkü ideal veganlar, hayvansal içerikli besinlerden uzak durmanın yanı sıra, hayvanlardan elde edilen tekstil ürünleri, yapıştırıcı ve boyalar, kozmetik ürünleri kullanmaktan da kaçınırlar.



Hayvanların kullanıldığı filmleri izlemez, hayvanat bahçesi ve sirkelere gitmez (Kendilci,2020,s.4), hayvanların kullanıldığı taşıtlara binmezler. Tüm bunların dışında hayvanlar üzerinde deney gerçekleştiren firma ürünlerini de kullanmazlar. 1949 yılında Leslie J. Cross tarafından veganlık; 'hayvanların insanlar tarafından gıda, barınma, çalışma, av, deney için kullanılmasının ve istismar içeren diğer tüm kullanımlarının sona erdirilmesine çalışmak' şeklinde tanımlanmıştır (www.abolisyonistveganhareket.org). Bu tanımlamanın ardından 1979 yılında resmi ve hala geçerli olacak olan tanıımı vegan topluluğu yapmıştır.

The Vegan Society (1979)'nin tanımına göre ise veganlık:

*"Veganizm, mümkün ve uygulanabilir olduğu ölçüde, hayvanların yiyecek, giyecek veya başka herhangi bir amaçla sömürülmesini ve onlara kötü muameleyi, dışlamayı amaçlayan bir felsefe ve yaşam biçimidir; buna bağlı olarak gelişmeyi ve hayvanların, insanların ve çevrenin yararına hayvansız alternatiflerin kullanılmasını teşvik eder. Beslenme yönüyle, tamamen veya kısmen hayvanlardan elde edilen tüm ürünlerden vazgeçme uygulamasını ifade eder. "* şeklinde tanımlanmıştır.

Leenaert (2019,s.164) ise; Watson'ların, veganizmi, mümkün olduğu ölçüde diyerek tanımlamayı seçtiklerini ve bu ifadenin öznel ve kesin olmayan, değişkenlik gösterebilecek bir ifade olduğunu dile getirmiştir. Bu, hala geçerliliğini koruyan, evrensel bir tanımlamadır. Görüldüğü gibi veganlık, ticari anlamda birçok sektörü etkileyebilecek ve birçok sektöre de girişim imkanı verebilecek geniş alanları kapsamaktadır.

### ***1.2.1.Veganlık ve Vejetaryenlik Arasındaki Farklar***

Veganlık ve vejetaryenlik kavramları, günümüzde hala birçok insan tarafından karıştırılabilmektedir. Bu nedenle kavramlar arasındaki farkları açıklamakta ve iki kavramı da iyi bir şekilde tanımlamakta fayda olduğunu düşünmekteyiz.

Veganlık, yalnızca bir beslenme biçimi değildir. Bu nedenle, vejetaryenlikten ayrılmaktadır. Veganlık, insan-doğa ve hayvan ilişkilerini, eşitlik ve adalet üzerine kuran güçlü felsefi temelleri bulunan bir yaşam tarzıdır (TVD). Veganlar; çağdaş endüstrinin daha refahçı denilebilecek yönlerini dahi etik dışı bulmakta, bu nedenle etik sebeple seçilmiş bir vejetaryenliğin yetersiz ve küçük bir adım olduğunu öne sürmekte ve etik vejetaryenleri tutarsızlıkla suçlamaktadır. Veganlara göre, hayvanları yemek yanlış bir tutum ise, hayvanlardan elde edilen ürünleri tüketmekte aynı derecede yanlıştır, çünkü; veganlara göre bu tutum hala sistemin içinde olmak ve sömürü ile işbirliği yapmaktır (Tzachi,2004,s.367).

Tarihte vejetaryenlik olarak bahsedilen tanımın, aslında günümüzdeki veganlığa denk olduğunu görmekteyiz. Fakat bölgelere ve toplumlara göre değişkenlik göstermeye başlayan bu genel düşünce bir süre sonra kendi içinde veganlar olarak anılacak bir topluluk oluşmasına neden olmuştur. Geçmişte katı vejetaryenler olarak bilinen veganlar ile günümüz vejetaryenleri arasında etik yönlü tartışmalar devam etmektedir. Bu nedenle günümüzde vejetaryenliğin tarihteki süreçten farklı olarak bir beslenme diyeti ve veganlığın ise felsefe ya da yaşam tarzı olarak tanımlandığını görmekteyiz

### **1.3.Veganlık Tercih Sebepleri**

İnsanların veganlığı tercih etme nedenlerini; etik, çevre, sağlık olmak üzere üç ana başlıkta toplayabiliriz (Fuentes and Fuentes,2017,s.529). Bunların dışında, vejetaryenlik başlığı altında bahsettiğimiz gibi günümüzde hala dini ve kültürel sebeplerle vegan olan toplumlar bulunmaktadır.

Veganlık yaşam tarzının tarih boyunca çeşitli değişimlere uğradığını görmekteyiz. Almanca konuşulan ülkelerde ‘lebensreformizm’ yani sağlık odaklı anlamına gelen bir bakış açısı tercih edilirken, Fransa’da hareket anarşist Vegetarianism’in oluşmasına neden olan sosyal ve politik hareketlerle birleşmiştir. 1847 yılında ilk vejetaryen derneğinin kurulması ve ardından gelen hareketlerle dinden ayrılma başlamıştır. 1944 yılında The Vegan Society ‘nin kurulması ile “zarar vermeme” kavramını kalabalık kitlelere daha anlaşılır şekilde tanımlama imkânı bulunmuştur. Hareket, tüm kültür, sınıf, inanç ve ırklar için ulaşılır hale gelmiştir. Günümüzde meydana gelen insan kaynaklı krizler (salgınlar, ırkçılık, çevre sorunları, açlık, küresel ısınma, kitlesel yok oluş) göz önünde bulundurulduğunda, veganlığın gezegeni ve insanlığı kurtarmak için akıllıca bir yöntem olacağı düşünülebilir. Veganlık, insanlığı dönüştürecek olan sosyo-politik bir hareketin yaratıcısı olabilir. Bu nedenle veganlık, aynı zamanda sosyal bir hareket olarak tanımlanabilmektedir (Casamitjana,2020).

### ***1.3.1. Etik Veganlık***

Hayvan hakları hareketinin başlangıcını, etik bakış açılı çerçeveye bürünüşünü ve ivme kazanışını Avustralya doğumlu bir Biyoetik felsefeci olan Peter Singer’in “Animal Liberation” (Hayvan Özgürleşmesi) adlı kitabıyla ilişkilendirebiliriz. (Köybaşı,2018,s.360-361) Singer, bu kitabın yayımlanmasıyla insanların ilgilerini hayvan hakları konusuna çekmeyi başarmıştır.

Singer (2018,s.11): “Hayvan özgürleşmesi fikrinin Batı’ya özgü olacağını ve tüm toplumlara uygun olmadığını düşünenler olabilir fakat belli başlı etik ve dini geleneklerin çoğunda hayvanların önemsendiğini görüyoruz”, demiştir.

Etik Veganlık; hayvan özgürleşmesini temel alan bir harekettir. Bu düşünceyi benimseyenler, insan-merkezci ve faydacı tüm yaklaşımlara karşı durarak, hayvansal içermeyen besinlerin dışında, hayvanlı sirkler, deniz parkları, akvaryumlar gibi hayvanların kötü muameleye maruz kaldığı ve tutsak edildiği her türlü eyleme katılmayı da reddederler. Etik veganlar tüm bunları ahlaki bir yükümlülük olarak görmektedirler (TVD).

20.Yüzyıl ortalarından itibaren Peter Singer, Tom Regan, Richard Ryder gibi filozoflar ve onların yorumlamalarıyla veganlık, birçok çeşide ayrılmıştır. Sosyo-Politik varoluşa; çevrecilik, hayvanlara karşı hoşgörü, köleliğe karşıtlık, vegan anarşizm gibi birçok tür eklenmiştir. Aynı zamanda türçülük ve hissedebilirlik kavramlarının tanımlanması, vegan düşüncenin temel dokusunu oluşturmuştur. Bu temel üzerinde birçok farklı yaklaşım şekillenmiştir (Casamitjana,2020).

Veganlığın, kendi içinde farklı sebepler taşımasını bir yana bırakalım, etik veganlık dahi kendi içinde farklı grupları barındıran bir hareket haline gelmiştir. Faydacı (utilitarianism) yaklaşımları ile tanınan Singer bu nedenle de hayvan hakları ilk savunucularından ve faydacılığın kurucusu olan Jeremy Bentham'a benzetilmektedir.

Hayvan hakları teorisyeni olan Tom Regan ise; hayvanlara zarar vermek için hiçbir geçerli sebepler olmadığını söyler.

“Geçerli sebep” kavramı, vegan düşünceler içerisinde ayrışmaları yaratan önemli bir konudur. Refahçılar (faydacılar) şartları yumuşatmak adına geçerli sebep argümanları üretebilirlerken, bir diğer grup hiçbir zorunluluğu kabul etmemekte, daha doğrusu sebepleri zorunluluk olarak görmemektedir. Bu grubun düşüncesini basit bir biçimde ifade edecek olursak eğer, önemli menfaatler elde edemiyorsak ve keyfi sebeplerle hayvanlara acı çektiriyorsak, bunu yapmamayı tercih etmeliyiz, yapmayı devam ettirmek ise gayri ahlakidir (Arıkan,2017,s.191).

Londra'da yaşanan bir işten çıkarılma davasında, eski çalışan J.Casamitjana, eski işvereni aleyhine “vegan olduğu sebebiyle kovulduğu” gerekçesi ile dava açmıştır. Davada çıkan ara karara göre ise Hâkim; “etik veganların, (İngiliz işyerlerinde) dini inançlılarla benzer, yasal haklarla korunmaları gerektiğini belirtti”. Bu kararla etik veganlık, felsefi bir inanç statüsüne taşınmıştır. İşveren aleyhine dava açan Casamitjana, kendisiyle yapılan röportajda; son kararın da bu yönde çıkması durumunda, diğer etik veganların da, bu emsal karardan fayda sağlayacağı inancında olduğunu dile getirdi (www.aa.com.tr).

### *1.3.1.1.Etik Veganlıkta Yaklaşımlar*

Hayvanlar, Hayvan hakları, hayvan refahı gibi konuların baskın olduğu seçimler, veganlığın etik yönünü oluştururken, etik yaklaşımlar da kendi içlerinde bazı farklılıklar göstermektedir. Bunları; Abolisyonizm, refahçı yaklaşım, yeni refahçı yaklaşım ve azaltmacı yaklaşım başlıkları altında inceleyeceğiz.

#### *1.3.1.1.1.Abolisyonizm*

Abolisyonist yaklaşımın kurucu teorisyeni Gary L. Francione'dur. Tarih boyunca kölelik karşıtı tüm hareketlerin adı abolisyonizm olmuştur (T.Son,2016,s.76). Abolisyonistler tamamen hayvan hakları ve özgürlüğü odaklı ve hiçbir azaltmacı ve refahçı yaklaşımı kabul etmeyen hatta karşısında duran veganlardır. Azaltmacı yaklaşımların, kötü muameleyi normalleştirdiğini ve insanları vicdanen rahatlattığını, yani hala statükoyu desteklemeyi sürdürdüğünü ama sorunu asla çözemediğini düşünmektedirler. Bu nedenle de harekete zarar verdiği gerekçesiyle diğer oluşumları da sert bir dille eleştirirler.

Francione' göre; hayvan refahçı ve faydacı yaklaşım, hayvanların özellikle mülk olarak görülme durumunu sorgulamamakta, aksine insanlara kendilerini hayvan tüketmek konusunda daha iyi hissettirmektedir([www.abolisyonistveganhareket.org](http://www.abolisyonistveganhareket.org)).

Abolisyonistler veganlığın bir tercih değil, ahlaki bir yükümlülük olduğunu düşünmektedirler. Francione ve Charlton yazdıkları kitapta, özellikle zorunluluk ve insanlara üstün olduklarını düşündüren ahlaki çelişkilerimiz üzerinde dururlar. Hayvan refah yasalarının ise; üretim sürecine, çalışanlara ve insan sağlığına ama en çokta endüstriye faydalı olma çabası olduğu görüşünü savunmaktadırlar ( Francione,Charlton,2018,s.74).

Tom Regan'ı net olarak bir gruba dahil edemeyecek olsakta refah anlayışına karşı bakış açısı sebebiyle abolisyonistler içinde değerlendirmek daha doğru olacaktır. Tom Regan Amerikalı bir hayvan hakları savunucusudur ve Singer gibi o da filozoftur. Tom Regan hayvan haklarına deontolojik <sup>9</sup> bir bakış açısı benimsemektedir. Bu, hayvanların da bir sonu olduğunu ve sömürülmemeleri gerektiğine dair bir inançtır. Regan, Singer 'e göre daha radikal görünmektedir. Regan; avlanmadan, deneye ve onları yemeye yönelik tüm faaliyetlerin durdurulması çağrısında bulunmaktadır. Regan'a göre temelde yanlış olan şey zaman zaman değişen tutumlarımız değil, sistemin kendisidir. Olması gerekenin, hayvanların çektiği acı ya da ıstırap üzerine düşünmek değil, acılarına, ölümlerine, mal olarak görülmelerine izin veren sistemin temeldeki yanlışlığını görmektir. Regan'da tıpkı Francione gibi biraz daha fazla saman, daha geniş bir kafes ya da alan gibi uygulamaların, hayvanların hayatını iyileştireceği yönündeki düşünceler için bunların sadece "daha insanca" bir davranış şekli olduğunu söyleyerek tepki göstermektedir. Kötü muamelenin, empati kuramamaktan ya da daha kötüsü başka birine acı vermekten haz almak anlamına geldiğini vurgulayarak, hayvan hakları ve muamele konusunda eğitimin, tanıtımların, siyasi birliklerin ve çeşitli organizasyonların eylemlerinde oluşacak değişim ihtiyacından bahsetmektedir (Wambui, 2013,s.1-2).

Francione'nin bu denli radikal tutumu eleştiriler de almıştır. Garner'a göre abolisyonistler hayvan kullanımının terk edilebilmesi imkânı düşüncelerinde yanılmaktadırlar. Newkirk<sup>10</sup> paylaştığı bir anısında, sığır üreticilerinin, suyun maliyeti sebebiyle halihazırda kesime gidecek hayvanlara su verme zorunluluğunun kalkması konusunda hükümete baskı oluşturmaya başladığından bahsetmektedir. Hayvan hakları hareketleri, bir araya gelerek bu konuya karşı imza toplamaya başlamıştır ve bu harekete abolisyonistler hayvan kesimine karşı oldukları gerekçesi ile katılmamış, imza vermemişlerdir. Newkirk'e göre bu yaklaşım gerekli kolektif çalışma şansını da yok etmektedir. Bu nedenle Abolisyonistlere gelen en büyük eleştiri Newkirk'den olmuştur. Newkirk; Abolisyonistlerin bu sert tutumunun, ya hep ya hiç diyen tavrının, hayvan hareketinde ciddi bir bölünmeye yol açtığını düşünmektedir. (Olgun,2020,s.3937-3938)

---

<sup>9</sup> Deontoloji: Etik ve ahlaklı görev yürütme

<sup>10</sup> Ingrid Newkirk, PETA'nın kurucularındandır.

Tüm bu sebeplerle abolisyonizm, diğer etik tutumlara göre daha net ve katıdır. Abolisyonistlerin tükettikleri gıdalarda doğrudan hayvansal ürün içermeme konusunun yanı sıra üretimleri esnasında canlılara ve doğaya karşı tutumu da gözettikleri örneklere rastlanmıştır. Bu nedenle abolisyonist veganlar ormansızlaşmaya yol açtığı ve orangutanları evsiz bıraktığı gerekçesi ile içeriğinde palm yağı bulunan (her ne kadar bitkisel bazlı ve vegan bir ürün olsa da) ürünleri tüketmeyi de reddederler.

Bunun bir örneği, Tayland'da doğasından koparılıp, hindistan cevizi toplamak üzerine eğitilen ve seri üretim amacıyla köleleştirilen maymunlar için yaşanmıştır. PETA tarafından; maymunların zincirlenip makine gibi çalıştırıldığı ve bunun sonucunda toplanan ürünlerden hindistan cevizi yağı, hindistan cevizi sütü üretildiği dile getirilmiştir. Bunun üzerine, Waitrose, Boots, Ocado ve Co-op gibi dev İngiliz süpermarket zincirleri bu ürünleri satmayacaklarını açıklamışlardır. Ürünlerin tamamen kaldırıldığını açıklayan firma ise; Morrisons olmuştur. Sainsbury's ise konuyu tedarikçileri ile görüşüğünü bildirmiştir. ([www.yenicaggazetesi.com.tr](http://www.yenicaggazetesi.com.tr))

Dolayısıyla örnekte olduğu gibi özünde bitkisel bir gıda olan, hindistan cevizi ve türevi ürünler de, buna benzer üretim eylemleri sebebiyle veganlar, vejetaryenler ve hayvan hakları savunucuları tarafından menşei önemli ve araştırılır ürünler durumuna gelmiştir. Tüketiciler, zamanla tükettiği her şeyin insan ya da hayvan olsun, emek sömürüsüne dayanıp dayanmadığını bilmek ister duruma gelmiştir. Bu nedenle tüketici grubunu anlamak, doğru değerlendirmek büyük önem taşımaktadır.

#### *1.3.1.1.2.Refahçı (Faydacı) Yaklaşım*

Hayvanlarda refah konusu, 1964 yılında Harrison'un yazdığı 'Animal Machines' (Hayvan Makineler) adlı kitap ile gündeme gelmiş ve modern hayvan refahı yaklaşımının da temelini oluşturmuştur. Kitapta, hayvanların makinelere benzetilmesi kamuoyunda büyük yankı uyandırmıştır (Atasoy,2015,s.109).

Hayvan hakları ve refahı konusundaki bir diğer olumlu gelişme ve aynı zamanda faydacı görüşün de ilk ortaya çıkışı, Jeremy Bentham ile olmuştur (Aşar,2018,s.243). İnsan-merkezciliğe, en büyük darbeyi Bentham'ın birtakım haklara sahip olan tek canlının insan olmadığı, acı ve haz hissedebilen tüm canlıların bazı hakları olduğu görüşü ve yararçı görüşleri vurmuştur. Böylelikle insanlığın ayrıcalıklı olduğu düşüncesi giderek zayıflamaya başlamıştır (Yaşar ve Yerlikaya,2004,s.39-46).

#### *1.3.1.1.3.Yeni refahçı (faydacı) yaklaşım*

Yeni faydacı yaklaşımın temsilcisi olan Singer, hayvan haklarına etik açıdan yaklaşımında, özellikle acı ve hissedebilirliği vurgulamaktadır. Herhangi bir zorunluluk olmadığı müddetçe bir canlıya acı vermenin mantıksız olduğunu ve bunu reddetmemiz gerektiğini söylemektedir.

Singer, Hayvan Özgürleşmesi adlı kitabında, “Paris İstisnası” olarak adlandırılan bir kurgudan bahsetmektedir. Kurguda vegan olan bir birey, daha önce vegan olarak tükettiği bir yemeği Paris’te bir kafede sipariş ettiğinde yemeğin üzerine kaşar rendelenerek servis edildiğini öğrenmiş olur, Singer; artık yemeğin satın alındığını ve yenmemesi durumunda çöpe gideceğini göz önünde bulundurarak yemeğin yenmesi gerektiği savunur ([www.gaiadergi.com](http://www.gaiadergi.com)).

Peter Singer, bu görüşüyle diğerleri tarafından eleştirilmektedir. Bu tamamen faydacı bir tutumun göstergesidir. Bu nedenle Singer Francione ve Regan’dan ayrılır. Aynı zamanda, Singer yüzde yüz vegan olmadığını da dile getirmiştir, uzun yıllar süren vejetaryenliğinin ardından vegan olma çabasını sürdürmüş, esnek bir vegandır. Peter Singer, hayvanlara karşı despotluğu, beyaz-siyah arasındaki ırkçılığa benzetir. Bugünkü duruşu ile de büyük ölçüde Jeremy Bentham’ın ahlak için akıl yerine, hissedebilirliği ölçmek gerektiği görüşünü destekler (Wambui,2013,s.1). Kendisi, lise yıllarından itibaren vejetaryen olsa da, ahlâken mutlak bir vejetaryenliği savunmamaktadır. Singer, vejetaryen felsefeyi daha büyük bir sayıdaki sezgisel canlının çıkarının sağlanmasını mümkün kılan tek yol olduğu için benimsemiştir (Köybaşı,2018,s.367). Bir faydacı olan Jeremy Bentham ile benzer görüşleri sebebiyle Peter Singer’in savunduğu görüş “yeni faydacılar” ismini almıştır.



#### 1.3.1.1.4. Azaltmacı yaklaşım

Etsiz Pazartesi, Fleksiteyanlık, Veganuary (Vegan January) gibi insanları etsiz yaşama ya da daha az et tüketimine adapte ve teşvik etmeye yönelik yaklaşımların tümüne azaltmacı yaklaşımlar denmektedir. Bu tip oluşumlar ve etkinlikler ne kadar vazgeçerlerse o kadar iyi ya da azdan çoğa doğru bir geçişin mümkün olduğu inancıyla hareket ederken diğer vegan çevrelerce eleştirilmektedirler. Gelecekte azaltmacı yaklaşımlar içerisinde kültür bazlı et alternatiflerinin de bazı sebeplerle yer alabileceği ve desteklenebileceği görüşümüz mevcuttur. Bu nedenle alternatif protein kaynakları pazarında yer alan laboratuvar etleri konusunda veganların tutumunu araştırmak çalışmamızın bir parçasını oluşturacaktır.

#### 1.3.1.2. Vegan Beslenme Türleri

(Terimler Türkçeye anlamsız çevrilmektedir o nedenle orijinal isimlendirmeler kullanılmıştır.)

**Dietary Vegan:** Sadece yiyecek yönünden vegan olanlar.

**Whole-Food Vegan:** Vegan tüm gıdalardan zengin beslenmeye yönelik bir diyeti benimserler.

**Junk-Food Vegan:** Alternatif etler, kızartmalar, paketli, işlenmiş ve dondurulmuş gıda gibi abur cuburları büyük ölçüde tüketen vegan grubudur.

**Low-Fat, Raw-Food Vegan:** Meyveciler olarak tanınan bu grup yüksek yağ içeren avokado, hindistan cevizi gibi yiyecekleri tercih etmezler.

**Raw (çiğ) Vegan:** Sadece çiğ meyve, sebze, tohumlar ve kabuklu yemişleri tüketirler. Çiğ veganlık, veganlığın bir alt kümesidir. Gıdaların çiğ sayılabilmesi 40-48 ° C'nin (104–118 ° F) altında işlem görmesi anlamına gelir (Petre,2019;Erk ve ark,2019,s.456).

### 1.3.1.3.Türcülük

Türcülük (Speciesism), "bir kişinin, kendi biyolojik türünün çıkarları lehine ve diğer biyolojik türlerin çıkarları aleyhine önyargılı ya da yanlı davranmasıdır."<sup>11</sup> (Singer,2018,s.53)

**Resim 1 : Türcülük İçin Görsel**



Kaynak: <https://en.wikipedia.org/wiki/Speciesism> (06.01.2021)

Hayvanlara acı çektirmek için geçerli atfedilen herhangi bir sebebin aynısıyla insanlara acı çektirmeye razı olmayan insanlar türcü bir yaklaşım içerisindedirler. Bu tutum, insanları öldürmeyecekleri sebep ve durumlarda, hayvanların öldürülmesine kayıtsız kalmaları sürecinde de sergilenmeye devam eder. (Singer,2018:66)

İnsanlar, genelde toplumdan uzak ve sürü halinde yaşayan hayvanlara karşı, pet hayvanlarına daha fazla ilgi göstermek gibi mantık dışı bir eğilim gösterirler. Bir evcil köpek yaralandığında, hastalandığında, köpeğin zayıf refahı olduğunu düşünmelerine rağmen laboratuvar hayvanlarına ya da çiftlik hayvanlarına karşı aynı şeyi düşünmeyebilirler. Fakat her ikisine karşı aynı tutumu sergilemek ahlaki bir gerekliliktir (Fatih Atasoy,2015:113-114).

<sup>11</sup> Terim ilk defa Richard Ryder tarafından kullanılmıştır

Bireylere, tür mensupluğu üzerinden değer atamak türçülük ismi verilen ayrımcılık şeklidir ve veganlığın etik boyutu bununla ilgilenir. Hayvan hakları paradigması ile faydacı yaklaşım arasındaki temel fark türçülüğe bakış açısı üzerinden görülmektedir (Wikipedia).

Veganlar: Diğer hayvanlardan üstün olduğumuz algısı ile şekillenen türçülüğü, hayvanların herhangi bir sebeple kötü muameleye maruz kalışını ve sömürsünü reddetmektedir, aynı zamanda gücü yettiğinde de engellemeye çalışmaktadır. Diğer hayvanları da hissedebilir ve sosyal canlılar olarak görür ve temel hakları olması gerektiğine inanmaktadır. Hayvanların, insan çıkarları için sömürülmesi, köleleştirilmesi, mal, ürün, kaynak ve mülk gibi kavramlara indirgenmemesi gerektiğini düşünmekte ve tüm bu tutumlara karşı çıkmaktadır. Hayvanların ve insanların kullanılmadığı, gezegene ve doğaya dost, etik alternatiflerin gelişmesini desteklemektedir (TVD).

Tüm bu bilgiler doğrultusunda, türçülüğü basit şekliyle herhangi bir türe sebepsiz daha fazla önem atfetme olarak da tanımlayabiliriz. Canlılara yönelik tüm eylemlerimizin ise türçülük kavramı ile birebir bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

#### *1.3.1.4.Hayvan refahı*

Refah kelimesi, İngilizce kökenli olup zenginlik, mutluluk anlamlarına karşılık gelen “welfare” kelimesi ile ilk defa modern Avrupa yasalarında duyulmuştur. Türkiye’ de refah yerine bazen gönenç kelimesinin de kullanıldığı görülmüştür (Atasoy,2015,s.111).

Hayvan refahı konusu, temelinde faydacı yaklaşımı barındırmaktadır. Bu yaklaşıma göre, bir eylemin doğru olup olmadığına o eylemin sonuçlarına bakılarak karar verilir. Sonuçlar için ölçütler ise mutluluk, iyi olma hali ve zevktir. Yaklaşıma göre iyiliğin, kötülüğe ne derece üstün geldiği davranışın ahlaken doğru ya da yanlış olduğunu gösterecektir. (Köybaşı,2018,s.361) Hayvan refahının, kamuoyu tarafından da konuşulması süreci aslında medyanın insanlara gerçekleri göstermesi ile yakından ilişkili bir süreçtir. Çoğunlukla insanlar, market raflarında sergilenen ürünleri, fiyatına ve markasına bakarak satın almakta ve ardındaki süreci ya da eylemleri düşünmemektedirler.

Bunu bir örnekle açıklayacak olursak; 2008 yılında, Amerika Birleşik Devletleri'nde, televizyonda yayınlanan akşam haberlerinde, gizlice çekilmiş bir videonun yayınlanması, milyonlarca Amerikalı izleyiciyi dehşete düşürmüş ve ABD tarihindeki en büyük et ürünleri 'geri çağırması' yaşanmıştır. Videoda, yürüyemeyecek durumda olan hasta sığırlar tekmeleniyor, elektrikli sopalarla dürtülüyor ve çatalı kaldırımlarla itilip kakılıyor, gözlerine sopalar batırılıyordu (Singer,2018,s.15).

Kamuoyunun haberdar olduğu, buna benzer durumlar, insanların sorgulama, araştırma ve bilme isteklerini artırmaktadır. Bilinçlenen toplumlar ise, yanlış olduğunu düşündükleri bu tür olaylara tepki göstermekte ve yöneticilerden iyileştirmeler ve düzenlemeler talep etmektedirler. Bu istekler beraberinde yasaları ve düzenlemeleri getirmektedir.

Hayvan refahı konusu 1960'lı yıllarda konuşulmaya başlanmış ve ilgili ilk yasalar, önce, Avrupa daha sonra ABD'de çıkarılmaya başlanmıştır. Bu yasalar, kesim yöntemleri ve hayvan haklarına yönelik olmuştur. Bu süreçte, Ruth Harrison tarafından yazılan, Animal Machines (Hayvan Makineler) kitabının önemli etkisi olmuştur. Kitabın yayımlanmasının ardından, İngiliz Hükümeti tarafından, Brambell <sup>12</sup>adında bir uzmanın başkanlığında, çiftlik hayvanları ile ilgili çalışma ve araştırma yapmak amacıyla bir komite kurulmuştur. Çalışmanın sonucu olarak paylaşılan raporda, hayvanların duygularının da önemszenmesi gerektiği görüşü vurgulanmıştır. Ardından yine İngiliz Hükümeti eliyle, Çiftlik Hayvanları Refah Komitesi oluşturulmuştur. 1993 yılında bu komite, hayvanlar için belirlenmiş özgürlüklerde bazı değişiklikler yapmıştır (Atasoy,2015,s.110-111).

Francione ve Charlton (2016,s.74)' a göre ise hayvan refahı yasalarının çoğu daha verimli bir üretim süreci elde etmek adına gösterilen çabalardır.

---

<sup>12</sup> Bu nedenle komitenin adı Brambell komitesi olarak tarihe geçmiştir.

### 1.3.1.5.Hayvan hakları

Hayvan hakları konusu, uzun ve karmaşık bir süreçtir. Yazılan akademik yayınlar ve kitaplarla insanların ilgisini çekerek toplumsal harekete dönüşen bu teoriler, zamanla hükümetlerin de gündemine girerek yasalar üzerinde değişim, iyileştirme gibi süreçleri zorunlu hale getirmiştir. Hayvanlar üzerine tartışmalar, yüzyıllardır var olsa da hak ve özgürlükler konusunda artan bir bilinçlenme süreci yaşansa da hayvan haklarının kendine özellikle felsefi alanda önemli bir yer bulabilmesi ancak 2.Dünya Savaşı sonrası olabilmıştır. Artan toplumsal hareketlerle beraber, hayvan etiği konusu, özellikle 1968'lerde diğer özgürleşme hareketlerinin yanında kendine yer bulmuş ve güçlü bir zemine sahip olma imkanı yakalamıştır (Köybaşı,2018,s.360).

Hayvan hakları, iki şekilde değerlendirilmelidir. İlki; hayvanları şiddet, sömürü, kötü muamele ve istismara karşı korumaya hatta mümkünse özgürleştirmeye yönelik harekettir. Diğerisi ise; insanlar gibi onların da haklara sahip oldukları inancını taşıyan düşüncedir (Hawthorne,2019,s.19-20).

İnsanların üstün oldukları ve hayvanların hissetme ve akıl yürütme yetilerinden yoksun olduğu düşüncesi, modern felsefe çağında da tartışılmaktaydı. İnsanların üstün olduğu görüşüne sahip olan Aristoteles, hayvanların kullanılmak için uygun kaynaklar olduğunu savunmaktaydı. Bu görüşlere karşı gelen Jeremy Bentham , John Stuart Mill gibi isimler bulunmaktaydı. Bu görüşe karşı gelen bir diğer isim olan Arthur Schopenhauer, otonomluk, akıl yürütme, benlik ya da gücün ahlaksal statü belirleyicisi olamayacağını ve acı çekebilen tüm canlıların şefkate gereksinim duyduğunu belirtmiştir. Konfüçyus adıyla bilinen bir Uzak Doğu geleneği ise; tüm varlıkların arasındaki birlikteliği vurgulamıştır. Modern bilim alanındaki en önemli katkıyı Charles Darwin'in 19.yy 'da başlattığı evrim çalışmaları sunmuştur. Darwin, çalışmalarında birçok hayvanın akıl yürütme becerisine sahip, ahlaksal duyarlılık temelleri olan ve karmaşık duyguları olan türler olduğunu savunmuştur. Batılı ve Batılı olmayan gelenekler arasında, hayvan hakları konusunda önemli farklılıklar bulunmaktadır. Batı gelenekleri, Batılı olmayanlara göre hayvanların yaşam hakkına daha az saygılı olsa da, buna rağmen modern hayvan haklarının doğuşu Batı'da gerçekleşmiştir (Degrazia,2006,s.14-20).

Avrupa Birliği mevzuatında, hayvanların “hissedebilme becerisine sahip varlıklar” olarak güncellenmesi önemli bir değişimdir. Bu değişim öncesi, hayvanlar hukuken mal olarak nitelendiriliyordu (Singer ,2018,s.13).

#### 1.3.1.5.1.Hayvan Haklarına Yönelik Bazı Düzenlemeler

Avrupa ülkelerinde ve özellikle Avrupa Birliği’nde 19. yüzyılın başlarından itibaren, hayvan haklarına ve refahına yönelik bir takım antlaşma ve düzenlemeler yapılmıştır. Ülkemizde de son dönemde Avrupa Birliği uyum sürecine bağlı olarak çeşitli çalışmalar yapılmıştır. İlgili düzenleme ve çalışmaların bazılarına Tablo:1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1: Avrupa’da , AB’de ve Türkiye’de mevzuatlar**

<i>Avrupa'daki Durum</i>	<i>AB'deki Durum</i>	<i>Türkiye'deki Durum</i>
1911 - Hayvanları Koruma Kanunu.	1974 - Hayvanların Kesimine Yönelik Kanun.	2004 - Hayvanları Koruma Kanunu.
1951 - Hayvan Refahı Enstitüsünün Kurulması.	1976 - Çiftlik Hayvanlarının Korunması Kanunu.	2004 - Organik Tarım Kanunu.
1957 - Roma Antlaşması.	1977 - Hayvan Nakillerine İlişkin Kanun.	2010 - Veteriner Hizmetleri , Bitki Sağlığı , Gıda ve Yem Kanunu.
1964 - Ruth Harrison : Hayvan Makineleri Brambell Raporu.	1988 - Yumurtacı Tavuklara Yönelik Kanun.	2011 - Hayvanların Nakilleri Sırasında Refahı ve Korunması Yönetmeliği .
1972 - Hayvanları Koruma Kanunu.	1991 - Nakiller Sırasındaki Taşıma Süreleri ve Hayvan Yoğunluklarına İlişkin Yönetmelik.	2014 - Buzağıların Korunması İle İlgili Yönetmelik.
1974 - Hayvan Kesimi Yasası.	1991 - Buzağı ve Domuzlara İlişkin Kanun.	
1978 - Hayvan Hakları Evrensel Beyannamesi.	1993 - Hayvanların Kesim Sırasında Korunmasına Yönelik Kanun.	
1996 - Taşımada Hayvan Refahı.	1998 - Çiftlik Hayvanları Koruma Yasası.	
1997 - Hayvanları Koruma ve Refahı.	1998 - Amsterdam Antlaşması.	

*Kaynak:(Sert, Uzmay,2017,s.265)*

Hayvan hakları konusunda, günümüzde, vegan aktivistler, Dünya çapında adına “Cube of Truth” (gerçeklik küpü) ismini verdikleri eylemleri gerçekleştirmekte ve insanlara, elektronik cihazlar yardımı ile mezbahane görüntüleri izletmekte, tepkilerini ölçmektedirler. Eğer kişiler dehşete kapılmış şekilde tepki veriyorlarsa, onlara neden görmeye dayanamadıkları şeye sebep olduklarını sormaktadırlar.

**Resim 2“Gerçeklik Küpü Eylemi”- Bursa/Heykel Resim 3“Gerçeklik Küpü Eylemi”- Bursa/Fsm**



*Kaynak :Bursa Vegan İnisiyatifi*



*Kaynak :Bursa Vegan İnisiyatifi*

Dünyadaki en büyük ve en etkin hayvan hakları kuruluşu uluslararası bir organizasyon olan PETA (Hayvanlara Etik Muamele İçin Mücadele Edenler)'dır. Ingrid Newkirk ve Alex tarafından 1980 yılında Norfolk, Virginia merkezli kurulmuş ve kar amacı gütmeyen bir organizasyondur. Dünya genelinde 5 milyondan fazla üyesi bulunmaktadır. PETA Zulüm soruşturmaları, hayvan kurtarma, araştırma, eğitim, organizasyonlara katılım gibi faaliyetler ve mücadele için protesto ve kampanyalar yürütmektedir (Springirth,2016,s.5).

*1.3.1.5.2.Türkiye 'de Hayvan Hakları*

Türkiye'de, hayvan hakları ve hak ihlallerine yönelik ilk çalışmalar, cemiyetler aracılığı ile olmuştur. Resmi olarak ilk dernek, Himaye-i Hayvanat Cemiyeti adıyla 1912'de kurulmuştur. Bu dernek, Cumhuriyet Dönemi'nde, varlığını, Türkiye Hayvanları Koruma Derneği olarak sürdürmüştür (Wikipedia).

1926 yılında, hayvancılığın geliştirilmesi ve salgın hastalıkların önlenmesine yönelik olan “Hayvan Islah Kanunu” kabul edilmiştir. Bu kanunla, aynı zamanda veteriner hekimlerin sorumluluk ve yetkileri de belirlenmiştir. Hayvan haklarına yönelik yasal düzenlemeler bu şekilde başlamıştır (M.Gürler ve Osmanağaoğlu,2009,s.325-330). Hayvanlara karşı, kötü muameleye yönelik Türk Ceza Kanunu’nun 521 ve 577’nci maddeleri işleme konmuş olsa da, asıl iyileştirmeler Avrupa Birliği adaylık süreci ile gelmiştir (Wikipedia).

19 Aralık 1975’te, 65 No’lu Hayvanların Uluslararası Taşıma Sırasında Korunmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi ve bu sözleşmeye ek olan 103 sayılı protokol 19 Mayıs 1989’da imzalanmıştır. 17 Eylül 2017’de, 102 nolu Kesim Sırasında Hayvanların Korunmasına Dair Avrupa Sözleşmesi imzalamıştır (T.C. AB Bakanlığı,2011,s.9).

Kanun ve yasaların kapsamı dışında kalan, yaban hayvanları ile ilgili düzenlemeler ve uluslararası sözleşmeler, Türkiye’nin taraf olması aracılığı ile yürütülmüştür. (Paris, Bern, Ramsar, Cites, Biological Diversity ). Sahipsiz hayvanlara yönelik çalışmalar, 1991 yılına kadar belediyelerin sorumluluk ve görev alanındayken, Çevre Bakanlığı’nın kurulması ile iki kurum arasında görev paylaşımı olmuştur. 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu’nun kabul edilmesi süreci, Türkiye’nin 2003 yılında; Türkiye Ev Hayvanlarının Korunmasına Dair Avrupa Sözleşmesine taraf olması ile gelişen bir süreçtir. Bu kanunla beraber, uygulamalar, merkezlerde Hayvanları Koruma Şube Müdürlükleri ve taşralarda İl Çevre ve Orman Müdürlüğü ya da Doğa Koruma ve Milli Parklar Şube Müdürlüğü’nün sorumluluğuna geçmiştir (M.Gürler,Osmanağaoğlu,2009). 2006 yılında ilgili Bakanlık tarafından yayınlanan; hayvanların korunmasına ilişkin uygulama yönetmeliği, 5199 sayılı kanunundaki hükümlerin uygulanmasına yönelik detayları içermektedir (T.C. AB Bakanlığı,2011,s.9).

Hayvan hakları için çalışan dernekler ve birlikler hayvan haklarına yönelik kanunların onları mal statüsüne koyduğunu ve cezaların caydırıcı olmadığını dile getirmekte, aynı zamanda cezaların kabahat kanunundan çıkarılması için çağrı ve eylemlerde bulunmaktadır.



Hayvanların vücut bütünlüğüne karşı, şiddet, saldırı ve benzeri eylemler Türk Hukuk sisteminde suç kapsamına alınmamakta ve kabahat olarak nitelendirilmektedir. Bu da eylemlerin karşılığında yaptırım olarak sadece idari para cezasını mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla yaptırımlar caydırıcı değildir, hayvanlara yönelik saldırı ve şiddet eylemleri sergileyenler mahkeme karşısına dahi çıkmamaktadır (T.C. AB Bakanlığı,2011,s.10).

Hayvan haklarına yönelik eylemler çok boyutludur ve her noktada görülebilir. Bunun bir örneği, çoğunluğu veganlardan oluşan, Adalar'da yıllardır çözüm bekleyen bir sorun olan, atların kullanımına yönelik "Atlı Fayton Eylemi" oldu. Atlarda görülen Ruam hastalığından dolayı, Büyükkada'daki atların itlafının açıklanması kamuoyunda yankı uyandırmıştır ve İstanbul Vegan İnisyatifi, Hayvan Özgürlüğü İnisyatifi, Bağımsız Hayvan Hakları Topluluğu gibi grupların üyeleri tarafından, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Binası önünde eylem başlatılmıştır. Topluluklar adına belirlenen üç kişi, yetkililerle görüşerek konuya ilişkin bilgi almışlardır(www.sozcu.com.tr). Yaşanan bu olayın ardından gelen değişim sürecinin, Belediye'nin ticari faaliyetleri ile de doğrudan ilişkisi olmuştur. Eylemler ve talepler sonucunda, Adalar'da atlı fayton faaliyetine son verme kararı alınmış ve yerine elektrikli araçlar satın alınmıştır.

Sonuç olarak, Türk firmalarının yerel yönetimce desteklenme arayışı ve çağrısı karşılık bulamamıştır ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi, araçları Çin'den ithal etme kararı almıştır. Çin'den toplamda 60 adet olmak üzere, farklı büyüklüklerde araç ithal edilmiştir (www.sanayigazetesi.com.tr).

#### *1.3.1.6.Hayvan Deneyleri*

Viviseksiyon kelimesi, Latince, canlı anlamına gelen vivus ve kesim anlamına gelen sectio kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Çoğunlukla, merkezi sinir sistemine sahip canlı organizmalar üzerinde, deney çalışmaları kapsamında, ameliyat ve diğer işlemlerin uygulanmasını ifade etmektedir (Kınıkoğlu ve Güven,2020,s.19).

Deney hayvanları, bilimsel temelli araştırmalar ve biyolojik testlerde kullanılan hayvanları ifade etmektedir. Deney hayvanları kelimesi, bu çalışmalarda kullanılan, omurgalı, omurgasız tüm canlıları kapsayan bir terimdir. M.Ö. 400 yıllarında Corpus Hippocraticum tarafında yazılan kitapta rastladığımız, deney hayvanı kullanımına ilişkin ifadeler, bilimsel kaynaklara göre ilk sayılmaktadır. O dönemdeki bu çalışmalar, anatomik yapıyı anlamaya yönelik çalışmalar olmuştur. Deneysel denebilecek ilk çalışmanın ise Galen tarafından yapıldığı görülmektedir. Galen, çalışmalarında, organların fonksiyonlarını anlamaya çalışmıştır. Bu araştırmalar, canlı hayvanlar üzerinde yapılmış olan ilk fizyolojik araştırmalardır. Bu çalışmaların sayısı giderek artmıştır fakat bir süre sonra, sonuçlarda tutarsızlıklar olmasının nedeni, şartların ve kullanılan hayvanların farklı olmasına bağlanmıştır. Bunun zerine, deney hayvanları kategorileri oluşturulmuş ve ortam, beslenme şartları gibi konulara standartlar getirilmiştir (Altuğ,2009,s.53). Bu tür çalışmaların karşısında olan insanlar da bulunmaktadır. Bu insanlara Deney karşıtı denmekte ve Antiviviseksiyonist terimi ile ifade edilmektedir.

Antiviviseksiyonistlerin ilk eylemleri, 1863 yılında İngiltere’de gerçekleşmiştir. Daha sonra hareket Fransa’da yayılmıştır. İlk antiviviseksiyonist kuruluş, 1875 yılında Londra’da kurulan The Victoria Street Society olmuştur. Aynı yıl kurulan bir diğer dernek ise Frances Power Cobbe olmuştur ve TVSS ile birlikte çalışmışlardır. Bu birliktelik sonucunda Royal Commission ortaya çıkmıştır ve “Hayvanlara İnsancıl Davranma Yasası” adı verilen ilk etik yasa, 1876 yılında çıkarılmıştır. İngiltere’nin ardından, Amerika ve Avrupa’da da benzer oluşumlar görülmeye başlanmış ve gelecek yüzyılda birçok yasa ve anlaşmalar yürürlüğe konulmuştur (Yaşar ve Yerlikaya,2004,s.41;Ergün,201,s.:222). En önemli dönüm noktası ise, 1959 yılında, W. M. S. Russell and R. L. Burch tarafından Londra’da yazılan, “The principles of human experimental technique” (İnsancıl Deneysel Tekniğin İlkeleri) kitabı sayılabilir. Yazarlar, kitapta, bugün 3R kuralı olarak bilinen; yerine koyma (Replacement), azaltma (Reduction), iyileştirme (Refinement) konularında tavsiyelerde bulunmuştur. Hayvan haklarına yönelik bir başka önemli çalışma ise 1978 yılında, Paris’te gerçekleşen, “Hayvan Hakları Evrensel Beyannamesi” (Universal Declaration on Animal Welfare)’nin deklarasyonu olmuştur(Ergün,2010,s.222-223).

Deklarasyon, 1989 yılında, Hayvan Hakları Federasyonu tarafından yeniden gözden geçirilmiş ve 1990 yılında UNESCO Genel Direktörü'ne sunulmuş ve halka açıklanmıştır (<http://www.esdaw.eu/unesco.html>). Halka açıklanan bildiri, 14 maddeden oluşmaktadır ve beyannamenin 8.maddesi deney hayvanlarına yöneliktir.

Bu maddede; “hayvanlara fiziksel ya da psikolojik acı çektiren deney yapmak, hayvan haklarına aykırıdır” ifadesi yer almaktadır (Ilgar,2007:349). Son önemli adım ise Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün de desteklediği, bağımsız bir kuruluş olan Council for International of Medical Sciences (CIOMS)'in, 1982 yılında başlatmış olduğu çalışmadır. Bu çalışma; “Hayvan Deneyleri Etik Yasası” olarak adlandırılmış olup, 1984 yılında, Avrupa Tıp Araştırma Konseyi'nin de onayını alarak yayınlanmıştır. Metnin ana ilkeleri, hayvan deneylerinin uygulanmasının aslında istenmediği ve başka imkanlar varsa onların kullanılmasının daha uygun olduğu ve varsa kaçınılmazlık durumları şeklindedir (Ergün,2010,s.223).

Avrupa Birliği, kozmetik ürünler için bir direktif yayınlamıştır. Bu direktifle beraber hayvan deneylerine bazı kısıtlama ve yasaklar getirilmiştir. Bu yasaklar, nihai ürünün yanı sıra bileşimindeki maddeleri de kapsamaktadır. Direktif, sadece testleri yasaklamaya yönelik değildir, hayvansal deneylere tabi tutulmuş ürün bileşenlerini içeren ürünleri ve nihai hali teste tabi tutulmuş tüm ürünlerin pazarlamasını da yasaklamaktadır. Bu yasak da, Üçüncü Ülke mallarında, hayvan testi ile karşılaşıldığı takdirde, AB piyasasına sokulmasını engellemektedir. Bitmiş ürünlerin hayvan deneylerine tabi tutulmasına yönelik yasak, 11 Eylül 2014, bu ürünlerin pazarlanmasına ilişkin yasak ise, 11 Mart 2009'dan itibaren uygulanmaktadır. Bileşenlere ve pazarlanmasına ilişkin yasaklar da yine, 11 Mart 2009'dan itibaren uygulanmaktadır. 2009 yılındaki bu yasaklarda üreme toksisitesi, doz toksisitesi ve toksikokinetilere ilişkin testler dahil edilmemiştir. Bu testlere ilişkin yasak, 11 Mart 2013 tarihinden itibaren uygulanmaya başlamıştır (Avrupa İşletmeler Ağı,2011,s.16;[www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu)).

Bu ve benzer yasalar, AB pazarına satış yapan ülke ve firma politikalarını etkilemektedir. Firmaların, pazardaki paylarını koruyabilmeleri için, pazarda oluşacak bu tür değişimler karşısında hızlı aksiyon alabilmeleri önem taşımaktadır.

Didim, Türkiye’de ilk defa bir belediye kendi gözetimindeki sokak hayvanlarının denek olarak kullanılmasına karşı aldığı kararla, Türkiye’nin ilk deneysiz belediyesi olmuştur. Daha önce de Türkiye’nin ilk, dünya’nın ikinci vegan dostu kenti olmuştur (www.haberler.com).

### *1.3.2.Çevreci Veganlık*

Bir önceki bölümde, etik veganlıktan bahsettik. Hayvan (canlı) odaklı olan bu tutum, yani etik yalnızca canlı merkezli bir anlayış değildir.

20. yüzyılın sonlarına doğru, canlı merkezli etik anlayış çevre merkezli bir anlayışa evrilmiştir. Bunun en temel sebebi, küresel hale gelen çevre sorunlarıdır. Bu küresel sorunlar; sera gazı emisyonlarındaki artış, ozon tabakasının delinmesi ve iklim değişiklikleri olarak sıralanabilir. Bu değişimler cansız öznelerden başlayarak, insanları ve diğer tüm canlıları etkilemektedir. Örneğin: Sera gazı emisyonlarındaki artıştan kaynaklı küresel ısınma, kutup bölgelerindeki canlıların yaşam alanlarını etkilemiş ve yine küresel ısınmanın etkisi ile yağış rejimlerinde meydana gelen değişimler, çok sayıda bölgede tarımsal verimliliği büyük ölçüde azaltmıştır. (Külcü,2020,s.43-44).

Dünyadaki bu değişimlerin ve sorunların farkına varan insanlar, tüketiciler; tüketim kararlarında bazı değişimlere gitmişlerdir. Çevre sorunlarında hayvancılık endüstrisinin yüksek oranda payı olduğunu düşünen tüketiciler, çevreyi korumak adına hayvansal bazlı ürün tüketiminden vazgeçmişler ve bugün çevreci veganlar olarak isimlendirilen tüketici grubunu oluşturmuşlardır.

Fabrika çiftçiliğinin, küresel ısınmada önemli rol oynayan gazlardan, metan için önemli bir emisyon kaynağı olduğu ve üretim esnasında da ciddi bir su ve toprak kaynağına ihtiyaç duyulduğunu göz önünde bulundurunca, iklim sorunları ile mücadele ve sürdürülebilir tarımda (Encyclopaedia Britannica,2020) veganlığı teşvik etmek önem kazanmıştır.

1960' lara kadar büyüyen ve Amerikan ana akımını etkileyen hareket, 1970'lerde Yüksek Lisans öğrencisi olan Francis Moore Lappe'nin 'Küçük Gezegen için Diyet' isimli kitabını yazmasıyla hız kazanmıştır. Kitap; vejetaryenliğe etik çerçeveden değil, bitki bazlı beslenmenin çevre üzerindeki etkisinin hayvansal beslenmeye göre daha az etkisi olmasından bahsetmekteydi (Butler,2014). Bu kitapla beraber, beslenmenin çevre üzerine etkisi konusuna dikkat çekildiğini söyleyebiliriz.

Tarımın ve özellikle hayvancılığın bir petrol endüstrisi ya da madencilik kadar konuşuluyor olmasa da ekolojiye devasa boyutta etkileri vardır. Toplumların, süt ürünlerinin yoğun şekilde yer aldığı beslenme alışkanlığı ve özellikle, orta sınıfın et talebi sebebiyle , hayvan çiftlikleri kurabilmek adına ormanlar yok edilmektedir. Domuz, koyun ve büyükbaş hayvanları beslemek için çok fazla suya ve yeme ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca hayvanların dışkıları ve çıkardıkları gazlar toprak, deniz, göl, nehir ve gökyüzünü zehirlenmektedir (Roussopoulos,2017,s.10).

Uppsala Üniversitesi'nden, Tijana Kojic (2020,s.1-2) isimli bir araştırmacı tarafından yürütülen çalışmada; veganların çevre konusunda diğer insanlara göre daha duyarlı olduğu ve çevre sorunları, veganlığın çevreye katkıları gibi konularda daha bilgili oldukları sonucuna varıldı. Ayrıca veganların, tutum ve davranışlarında diğerlerine göre daha çevreci oldukları görülmüştür.

Dopelt ve ark,(2019,s.14) tarafından yapılan başka bir çalışmada ise kadınların erkeklere oranla daha fazla çevreci olduğu tespit edilmiştir Çevrecilik bakış açısı ile vegan olmayı tercih edenleri ve alandaki yatırımları anlayabilmek için çevrenin ne olduğunu ve sanayi devrimi, ticaret serbestisi ile beraber alanı genişleyen sorunları ve bu sorunlar üzerine ulusal, uluslararası çalışmaları incelemek ve hayvancılık endüstrisinin çevre ile ilişkisini, sebebi olduğu tahribat yönüyle incelemek faydalı olacaktır görüşündeyiz.

### 1.3.2.1.Çevre

Çevre, en genel yorumla, insanların beraber yaşadığı, tüm canlı ve cansız varlıklardır. Çevre, fiziksel, biyolojik, kimyasal ya da toplumsal olarak canlıları etkileyen, etkileyebilecek tüm etkenlerdir (Yazgan,2010,s.229).

Son yıllarda, çevre ve ticaret ilişkisi, uluslararası gündemin önemli bir konusu halini almıştır. Bu çerçevede uluslararası alanda birçok çalışma ve sözleşmeler yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde bu konular üzerinde durulacaktır.

İktisat bilimi, çevre sorunlarını çok uzun yıllar göz ardı etmiştir (T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,1976,s.3-4). Fakat çevre sorunları çoğunlukla ekonomik faaliyetlerimiz ve tüketim alışkanlıklarımızdan kaynaklanmaktadır. Sanayi devrimi ve küreselleşme ile birlikte, sınırların ötesine taşınan çevre sorunları ve bilim insanlarının çağruları, akademik yayınlar, kamuoyunun ilgisini çekmekte başarılı olmuş ve kitlesel bilinçlenmeyi beraberinde getirerek çevreci hareketlerin oluşmasına yol açmıştır.

Çevre ile ilgili sorunların, özellikle Batı'da büyük yankı uyandırması, Rachel Carson tarafından 1962 yılında kaleme alınan "Silent Spring" (Sessiz Bahar) ile olmuştur. Kitap sanayileşmenin çevreye zararı üzerine yoğunlaşmış ve dikkatleri bu yöne çekmeye çabalamıştır (Bozlağan,2010,s.1015).

Dünya yaşamının tarihçesi, canlıların çevreleri ile etkileşimi ile oluşan tarihtir. Dünya'nın günümüze kadarki tüm ömrünü dikkate aldığımızda, yaşamın çevre üzerine etkisi, çevrenin yaşama etkisinden daha büyük ve uzun süreli olmamıştır. Ancak yaşadığımız yüzyıl dünyanın doğasını değiştirebilecek kadar güçlenen insana ve insan faaliyetlerine sahiplik yapmaktadır (Carson,2004,s.5).

Ekolojik dengenin bozulması ve toplumlar tarafından da bu bozulmanın hissedilir hale gelmesi sonucunda, çevre sorunları, ele alınmaya başlanan bir konu haline gelmiştir. Doğal dengenin bozulması; aşırı tüketme ve yenilenmesi mümkün olmayan kaynaklar açısından iki önemli başlığı içinde barındırmaktadır. Çevre; doğa ve insan diyalektiği içerisinde hem etkilenen hem etkileyen yönünde insan eliyle oluşan, değişen, yapay ve doğal her şeydir. Bu tanımlama tarih ve yaşam sürekliliğinin vazgeçilmez ögesi kültür ve toplum bilinci yönünden de ele alınmıştır (T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,1976,s.3-4).

Dengenin, doğa aleyhine bozulmaya başladığı ve insanların üretim yöntemleri, sistemleri karşısında, kendini yenileme ve koruma olanaklarının, sınırlar içinde kalabilmesinin güçleştiği, hatta bazı noktalarda geri dönüşü olmayan bir hal alışı, insan ve doğa ilişkisini gündeme getirmiştir. Buzullar erimekte, ormanlar tahrip edilmekte, sular kirletilmekte, hava zehirlenmekte ve mevsimler değişmektedir. Dolayısıyla kirlilik ve çözüm arayışı günümüzün güncel ve gerçek konusu haline gelmiştir. (Baykal ve Baykal,2008,s.4)

İnsanların, doğası gereği sahip olduğu, tüketme eğilimi ve alışkanlıkları, canlı yaşamını ve sürdürülebilirliği dolaylı şekilde etkileyen çevre sorunlarını yaratır. Çevresel sorunlar, özellikle gelişmiş ülkelerin, ekonomik büyümeyi birincil hedef olarak görmelerinden dolayı ve geçmişte çevresel sorunların, sınırlı ve bölgesel olması sebebiyle, bir sorun olarak görülmemiş ve çözüm aranmamıştır. Bilimsel çalışmalar ve teknoloji, küresel bir bilinçlenmeyi beraberinde getirmiştir. İklim değişikliğinin yol açtığı büyük sorunlar (ormanların, meraların, endemik türde flora ve faunanın tükenme tehlikesi ile yüz yüze gelmesi), çevre sorunlarının basit olmadığı ve kalkınma politikalarından kaynaklı karmaşık bir sorun olduğu, uluslararası alanda kabul edilmiştir. Özellikle; 1960'lı yıllardan sonra, uluslararası ve ulusal düzeyde, çevreye yönelik kaygılar artmaya başlamış ve sorun sürekli gündemde olmuştur. Geçmişte, kaygılar, ekonomik faaliyetlerin, çevreye olan etkisi üzerineyken daha sonra ekolojik problemlerin, ekonomik faaliyet beklentileri üzerindeki etkilerine yönelmiştir (Yıldız ve Şengün,2018,s.234).

Günümüzde, ekonomik faaliyetler ve ekoloji arasında bir çatışma vardır. Bunun en önemli sayılabilecek nedeni ise doğal varlık ve kaynakları, ekonomik büyüme için basit kaynaklar olarak görmemizdir. Doğal kaynakları, varlıkları zapt etmek hususunda hiçbir sakınca görmemekte ve her gün daha da fazlasına ihtiyaç duymaktayız. Fakat bu ihtiyaçlara cevap vermek her geçtiğimiz gün daha da zorlaşan bir hal almakta, bu nedenle sınırları aşır tüm kaynaklara ulaşmaya çalışmaktayız, bu da gezegen limitlerini oldukça zorlamaktadır. Ayrıca bu aşırı tüketim, ekolojik ayak izimizi de büyütmektedir. Dünya limit aşım günü<sup>13</sup> ise her yıl daha da erkene çekilmektedir (Gündoğan ve ark,2016,s.5).

Çevrenin, insan eylemleri ile tahrip edici kullanımı yeni bir sorun değildir. Yaklaşık 4200 yıl önce Sümer kentlerinin terk edilmesi, Dünya'daki tarımsal üretim fazlalığı sebebiyle sulanan toprakların, normalin üstünde tuz ve su tutması ve iklim değişikliğinden dolayı çölleşmesi ile ilgili olmuştur. Platon'un kayıtlara geçen söylemlerinde; Attica kenti tepelerinin, aşırı otlatma ile erozyona uğradığını ve yakacak gibi diğer sebeplerle de ormanların tahrip edildiğine dair şikayetlere rastlanmıştır. Hayvancılığın sonucu olarak ortaya çıkabilecek mahsul kıtlığı ve toprak erozyonuna karşı uyarılara, M.S. 1.yy'da Roma imparatorluğu döneminde dahi rastlanmıştır (Roussopoulos,2017,s.15).

T.C. Anayasası 56'ncı maddesine göre; Dengeli ve sağlıklı bir çevrede yaşamak herkesin hakkıdır. Çevre sağlığını korumak, çevrenin kirlenmesini engellemek, çevreyi geliştirmek ise hem devletin hem de vatandaşların görevidir (www.saglik.gov.tr;T.C. Anayasası,2010,s.57).

---

<sup>13</sup> Gezegendeki doğal kaynak kapasitesini aştığımız zamanı işaret eden gün



### *1.3.2.1.1.Uluslararası Çevre Sözleşme-Anlaşma ve Kuruluşları*

Günümüzde ticari politika ve çevre konusu, karşılıklı ilişki içerisinde olmaya başlamıştır ve bu yaklaşımda, ticaretle ilgili kurumları çevre başlığını da konu ve faaliyetlerine eklemeye zorunlu kılmıştır. Özellikle, son yıllarda, uluslararası arenada yer bulan çevre sorunları hem ekonomik, sanayi ve ticari yapılanmalardan etkilenir hem de bu yapılanmaları etkiler hale gelmiştir. Bu sebeple, uluslararası piyasalarda oluşan, değişim ve gelişimlerin iyi gözlemlenmesi ve dikkate alınması gerekmektedir. Çünkü çevre konusu üzerine yapılan çalışmaların ve geleceğe yönelik oluşan düşüncelerin vardığı boyut, büyüme ve ticari eylemlerin strateji boyutunda ele alınması imkanını olanaksız kılmaktadır (Yıkılmaz,2002,s.5).

Hayvan hakları, hayvan refahı, çevre gibi başlıkların ticareti ya da ticari faaliyet maliyetlerini dolaylı ya da doğrudan etkilediğini söyleyebiliriz. Bu nedenle alandaki tüm gelişmeler ve değişimler ticari faaliyetleri etkilediğinden uluslararası ticaret açısından bütüncül olarak önem taşımaktadır.

1880' li yılların ortalarında, kıyafet ve şapkalarda tüy kullanmak amacıyla kuşların öldürülmesi, kadınların liderliğinde olacak olan bir hareketin başlamasına yol açmıştır. Bu hareket aynı zamanda İngiltere ve sömürgelerinde çeşitli örgütlerin kurulmasına da neden olmuştur ve gittikçe büyüyen eylem ve boykot sonucu Hindistan'da vahşi yaşam ürünlerinin, ticaretini yasaklayan bir kanunun yürürlüğe girmesine sebep olmuştur (Roussopoulos,2017,s.20). Örneğimizde görüldüğü gibi, toplumsal hassasiyet ve sonucunda ortaya çıkan eylem ve istekler ticari, faaliyetler üzerinde kısıtlama ve değişimlere yol açmaktadır. Günümüzde çevre ve hayvan hakları konusundaki toplumsal hassasiyetin giderek arttığını düşünecek olursak, gelişmelerin ticareti yakından ilgilendireceğini söyleyebiliriz.

Hava kirliliği ile ilgili ilk kapsamlı kanun, 1863 yılında, Britanya’da yürürlüğe girmiştir. Bu kanun, aynı zamanda ilk kirlilik denetim kurumunun ortaya çıkışına da yol açmıştır. 1886 yılında, ilk çevre sözleşmesi imzalanmıştır. 1945 yılında, Quebec’te Birleşmiş Milletler bünyesinde The Food and Agricultural Organization (Gıda ve Tarım Örgütü-FAO) kurulmuştur. Örgüt; beslenme sorunlarına yönelik doğal kaynakların geliştirilmesini amaçlamaktaydı. FAO’nun başlangıçtaki çabaları, doğacılık bakış açılarının sınırlarını yansıtmakta diyebiliriz, çünkü insani amaçlardan çok tarımsal üretimi idare etme ve yönetme amacı güdüyordu. 1947 yılında UNESCO-Doğa Bilimleri Departmanı, Amazon Ormanları üzerine araştırma başlatmıştır. UNESCO, düzenlediği konferansta, doğanın kültürden ayırıştırılmayacağını ve özgünlüğü olup, nadir bulunan bitki ve hayvanların koruma altına alınmasının, bilimsel çalışmaların önemli bir parçasını oluşturduğunu vurgulayarak, ufakta olsa, ileri doğru bir adım atmıştır. Bu adım, 1947 yılında, Provisional International Union for the Protection of Nature (Doğanın korunması için Geçici Uluslararası Birlik-IUPN) kurulmasında rol oynamıştır. 1949 yılında, United Nations Scientific Conference on the Conservation and Utilization of Resources (Kaynakların Korunması ve Kullanımı Üzerine Birleşmiş Milletler Bilimsel Konferansı-UNSCCUR) düzenlenmiştir. 1956 yılında, ABD’nin baskısı ile IUPN adını International Union for Conservation of Nature and Natural Resources (Dünya Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği- IUCN) olarak değiştirmiştir. 1960 yılında, IUCN’nin bir ikizi sayılabilecek, yaban hayatı korumaya yönelik bağışlar toplama amacı ile World Wildlife Fund (Dünya Doğayı Koruma Vakfı-WWF) kurulmuştur<sup>14</sup>(Roussopoulos,2017,s.16-29).

#### *1.3.2.1.1.1. "The Limits Of Growth (Büyümenin Sınırları)" Raporu*

Büyümenin Sınırları Raporu, 1972 yılında yayınlanmıştır. Rapor, bir grup ekonomist, sosyolog, bilim insanı, sanayici, eğitimci, uluslararası ve ulusal çalışanlardan oluşan bir strateji geliştirme merkezi olan Roma Kulübü tarafından yayımlanmıştır (Aksu,2011,s.12). Rapor, sanayileşme sebebiyle doğal kaynakların tükenmeye başladığını, tarımsal üretimin artan nüfus hızına yetişmekte zorlandığını, endüstriyel ve tarımsal atıkların çevrenin kapasitesinin çok üstünde bir kirliliğe neden olduğu görüşünü savunmuştur (Karaca,2007,s.6). Raporda, World 3 adı verilen bir modelden faydalanılarak, küresel ekonomik sistemin en önemli beş başlığı (nüfus, çevre kirliliği, üretim, gıda güvenliği, doğal kaynaklar) arasındaki bağlantılar araştırılmıştır. Araştırmanın zaman ölçeği, 1900-2100 yıllarını kapsamaktadır. Raporun sonucuna göre, küresel alışkanlıklar bu şekilde sürmeye devam ettiğinde, öngörülemez sonuçlar doğacaktır. Nüfus artışı

<sup>14</sup> WWF resmî sitesinde kuruluş tarihi 1961 olarak geçmektedir.

ve bunun doğal kaynaklar üzerindeki baskısı, yüzyıl içerisinde Dünya'yı büyümenin sınırlarına ulaştıracaktır. Yani başka bir anlamda, belirtilen beş önemli başlık doğal büyümenin önüne geçerse, Dünya'nın taşıma kapasitesi aşılmış olacaktır ve bu da insanlığı ciddi tehditlerle yüz yüze getirecektir (Aksu,2011,s.12).

#### *1.3.2.1.1.2.Stockholm-Birleşmiş Milletler Çevre Konferansı*

Çevre, küresel bir sorun olarak ilk defa 1972 yılında, Stockholm Konferansı'nda, kalkınma ve gelişme konularıyla beraber ele alındı. Konferansın en önemli amacı, her bir ülkenin, çevreye karşı sorumluluklarının bilincinde olmasını ve bu yükümlülüklerin kabul edilmesini sağlamaktır. Ayrıca, çevre sorunlarının göz ardı edilmemesinin, yeryüzünde varlığımızı devam ettirebilmenin, en önemli koşulu olduğu konusunda inanç birliği sağlamaktır (Türkiye Barolar Birliği Yayınları,2014:8). Stockholm Konferansı, çevre üzerine düzenlenmiş ilk uluslararası konferans olmuştur (Kaypak,2011,s.23).

Konferansa, 113 ulus-devlet, 19 devletlerarası kurum ve 400'e yakın resmi ve sivil toplum örgütü katılmıştır. Almanya Cumhuriyeti ile oy hakkı konusunda anlaşmaya varılamadığı için, Romanya haricinde, Sovyet Blok ülkelerinin hiçbiri konferansa katılım göstermemiştir. Çin Halk Cumhuriyeti konferansta yer almıştır. Siyasi temsilciler, çevreyi koruma programlarının, ekonomik büyüme ve kalkınma ile dengeli bir şekilde ilerlemesi gerektiğini belirtmişlerdir. ABD, Stockholm'de ciddi zorluklar çıkaran bir ülke olmuştur ve üçüncü dünya ülkelerinin oluşturduğu ya da desteklediği pek çok programa karşı çıkmıştır. Öncesinde 15 bin civarında çevre örgütleri bulunurken, Stockholm sonrası 20 yıl içinde, 10 bin kadar yeni çevre örgütü oluşturulmuştur (Roussopoulos, 2017,s.36-37).

Stockholm Çevre Konferansı, çevre hukukunun bir anlamda “miladı” olarak kabul edilmektedir. Ancak bağlayıcılık gücü olmayan ilke ve prensipler, çevre sorunlarıyla mücadelede yeterli olmamıştır. (Aksu,2011,s.13) Stockholm Konferansında, İnsan ve Çevresi adı verilen bir bildiri yayınlanmış ve izlenecek yol için 109 adet öneri içeren İnsan ve Çevresi Eylem Planı Bildirgesi oluşturulmuştur. Stockholm konferansından sonra, 1972 yılında, UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Örgütü) kurulmuştur. Örgüt merkezi olarak, Kenya-Nairobi seçilmiştir (Mısır,2016,s.8). İnsanların, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkından bahsedilmiştir ve sonrasında bu hak, AGİT, Avrupa Birliği, Avrupa Konseyi temel metinlerine ve doğayı korumaya yönelik sözleşmelere eklenmeye başlamıştır (Türkiye Barolar Birliği Yayınları,2014,s.8) Birleşmiş Milletler’in ardından; OECD ve Dünya Bankası gibi, önemli uluslararası kuruluşlar da, çevre koruma programları yürürlüğe koymuşlardır.

#### *1.3.2.1.1.3.Brundtland “Ortak Geleceğimiz” Raporu*

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED), Birleşmiş Milletlere, sürdürülebilir kalkınma çalışmalarında, hükümetlere rehber olabilecek evrensel ve hukuksal bir belgenin hazırlanması ve hukuksal ilkelerin, şartların bir başlıkta birleştirilmesi önerisinde bulunmuştur (Pallemaerts,1997,s.616).

Birleşmiş Milletler, 1983 yılında, bir komisyon kurarak, başkanlığına Gro Harlem Brundtland’ı getirmiş ve bu komisyondan bir rapor hazırlamaları istemiştir.” Ortak Geleceğimiz” adı verilen bir rapor hazırlanarak, 1987’de Birleşmiş Milletlere sunulmuştur. Rapor; çevre sorunlarının ciddi seviyelere ulaştığı, kalkınma ve büyüme gibi taleplerin, çevre konularını göz ardı ettiği, tarımsal ve endüstriyel genişlemenin hala devam ettiği, ormanlar üzerindeki baskı ve tahribatın artarak sürdüğü belirtilmiştir. Rapor, genel olarak, nüfus artışı, yoksulluk, kaynakların dağılımında eşitlik, çevre dostu teknolojiler gibi konularla ilgilenmekte ve bu başlıkları sürdürülebilir kalkınma ilkesi çerçevesinde ele almaktadır (Mısır,2016,s.9-10). Kuzey ve Güney ülkelerinden, konularında uzman kişilerin katılımıyla, dikkatle hazırlanan bu rapor, ne yazık ki, ne Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’nca ne UNCED Hazırlık Komitesi’nce ne de arkasından gelen Rio Konferansı tarafından dikkate alınmamıştır (Pallemaerts,1997,s:616).

#### 1.3.2.1.1.4.Rio Konferansı

Bugüne kadarki çabalar ve hazırlanan raporlar hem sınırlı hem de teorik kalmasına rağmen, 1992 yılında, Rio de Janeiro’da gerçekleşen, Rio Konferansı olarak adlandırılan konferans, Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (UNCED) için bir temel oluşturmuştur. Uluslararası alanda, en büyük katılımın gerçekleşmesi sebebiyle (178 ülke), Dünya Zirvesi olarak da isimlendirilmektedir. Konferansta, Birleşmiş Milletler’in, çevre sorunları üzerine küresel tek yetkili kurum kabul edilmesi onaylanmıştır (Aksu,2011,s.14). 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Zirvesi; “Küresel İklim Değişikliği” konusunu, geri döndürülemez şekilde gündeme eklemesi ve Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS)’ni imzaya açması bakımından tarihi bir önem arz etmektedir (Perçin,2017,s.1)

Rio Zirvesi’nde, Brundtland’daki gibi, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tanımlamalar geçmese de, yayımlanan Gündem 21, İklim Değişikliği Sözleşmesi, Orman İlkeleri, Rio Bildirgesi ve Biyoçeşitlilik gibi sözleşmelerin tamamında sürdürülebilirlikten söz edilmektedir (Ergün,Çobanoğlu,2012,s.105). Konferans, çevrenin göz ardı edilmesi konusunda ekonomik faaliyetlerin bahane edilemeyeceği gibi ilkelerin, konuşulması ve benimsenmesi adına büyük bir adımdır (Aksu,201,s.14). Rio konferansı, UNEP’in gelişme ve güçlenmesine katkı sağlamıştır ([www.mfa.gov.tr](http://www.mfa.gov.tr)).

Gündem 21 ve Konferans sırasında alınmış kararların uygulanmasındaki başarısızlık, Kuzey ve Güney ülkelerinin ortak noktada buluşamamasından kaynaklanmıştır. Bu uyuşmazlık az gelişmiş ülkelerin de talebi üzerine “ortak fakat farklı düzeylerde sorumluluk sahibi olma” ilkesini gündeme getirmiştir ve ilke kabul edilmiştir (Ergün ve Çobanoğlu,2012,s.105). İlke, sanayinin ve ticaretin gelişim düzeyine bağlı olarak ülkelerin çevreyi kirletme oranlarının, gelişmiş ülkelere az gelişmiş ülkelere doğru azalarak ilerlediğini kabul eder ve çevre sorunlarına yönelik olumsuz etkilerin gelişmiş ülkelere daha yoğun olduğu fikrini savunur.

#### 1.3.2.1.1.5.Kyoto Protokolü

Kyoto Protokolü, Japonya'nın Kyoto şehrinde, 169 ülke tarafından, 1997'de imzalanmış Protokol'dür. BMİDÇS'ne ek olarak sunulmuş, uluslararası bir anlaşma niteliğindedir. 2005 yılında yürürlüğe girmiştir. Uzun süre beklenmesinin amacı; tüm dünya toplam emisyonlarının %55'inin katılım sağlaması talebiydi. 2005 yılında, Rusya'nın da protokolü imzalaması ile hedef değere ulaşıldı. 2009 yılında, protokolü imzalayan ülke sayısı 184'e ulaştı ([www.dunyaatlası.com](http://www.dunyaatlası.com),2017). Kyoto Protokolü süreci, BMİDÇS ile başlamıştır. Sözleşme, 1992 yılında, New York'ta kabul edilmiştir ([www.csb.gov.tr](http://www.csb.gov.tr)). Protokol ve Sözleşme'nin en önemli farkı, hukuki niteliğidir. BMİDÇS, bağlayıcı nitelikte değilken, Protokol, taraf olan sanayileşmiş ülkeler için sera gazı salınımlarını azaltma veya sınırlama konusunda bağlayıcı yükümlülükler getirmiştir ([www.iklim.csb.gov.tr](http://www.iklim.csb.gov.tr)). BMİDÇS ve Kyoto Protokolü arasındaki fark, BMİDÇS'nin amaçladıklarını gerçekleştirebilecek somut ve bağlayıcı sorumlulukların Protokol'de oluşturulmuş olmasıdır. Protokol'de, hedeflere yönelik sayısal veriler ve sınırlamalar ortaya konulmuştur (Kaya,2020,s.174).

Protokol, Türkiye'de, Bakanlar Kurulu tarafından, 2009 yılında onaylanarak 27227 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Ek-1'de yer alan taraflar (ülkeler) sözleşmeye göre sayısal ölçütlerle belirlenmiş sınırlandırmalara ve azaltımlara uyma taahhütlerini yerine getirmeli ve aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmayı da teşvik etmelidir. Sözleşme, sanayi kaynaklı atıkların ve sera gazı emisyonlarının sınırlandırılmasının yanı sıra enerji verimliliği artırma ve geliştirme, sürdürülebilir orman yönetimi, ağaçlandırma ve ormanlaştırmanın teşvikine yönelik taahhütleri de içermektedir.

Yenilenebilir enerji sistemleri, karbondioksit emici teknolojiler ve çevre dostu, inovatif yatırımların teşviki ve araştırılması da önemli bir başka başlıktır. Sözleşme amaçlarına uygun olmayan ya da aykırı olan tüm ticari faaliyetlere yönelik, mali teşvikler, vergi ve gümrük istisnaları, sübvansiyonların azaltılması ya da tamamen ortadan kaldırılması, uyum gösteren sektörlerle yönelik ise özendirici politikalar geliştirilmesi konuları yer almaktadır. Hayvancılık endüstrisi kaynaklı metan gazı salınımlarına yönelik ise atık yönetimi dağıtım ve geri kazanım işlemlerinde de sınırlandırma, azaltma talebi yer almıştır. Ek-1 tarafları içerisinde işbirliği, şeffaflık ve bilgi paylaşım konusuna da değinilmiş ve taraflar arasında deneyim aktarımının önemi vurgulanmıştır ([www.csb.gov.tr](http://www.csb.gov.tr)). Bu maddelerden anladığımız üzere çevre korunması ve iklim değişikliği üzerine taraf olunan sözleşmelerin bağlayıcılığı olmasa dahi, ticaret üzerinde dönüştürücü hatta baskılayıcı etkileri olabilir. İlgili sanayi işletmelerince, yapılması muhtemel, inovatif dönüşümler ise oldukça yüksek maliyetlidir, bu nedenle çevreye yönelik yatırımlarda hükümet politikaları büyük önem taşıyacaktır diye düşünmekteyiz.

Protokol kuralları, gerekli ayrıntılarla uygulamaya hazır hale getirilerek 2001 yılında, Marakeş'te yapılan, 7.Taraflar Konferansında onaya sunulmuştur. Kurallar<sup>15</sup> 2005 yılında gerçekleşen Protokol'ün 1. Taraflar Toplantısı'nda onaylanmış ve yürürlüğe girmiştir. Kyoto Protokol'üne, Mayıs 2010 itibarıyla, Avrupa Birliği ve 191 ülke taraftır ([www.iklim.csb.gov.tr](http://www.iklim.csb.gov.tr)). Protokol, gelişmiş ülkeler için daha bağlayıcıdır. Gelişmiş ülkelerin, gelişmişliklerine paralel olarak, yüksek oranda sanayileşmiş olması, çevreye saldıkları sera gazı miktarını artırmaktadır. Bu nedenle, bu tür sözleşmelere taraf olmak, gelişmiş ülkeler için zaman zaman endişe vericidir. 2001 yılında, Amerika Birleşik Devletleri ve 2011 yılında Kanada sözleşmeden çekilmiştir. Buna karşın yüksek nüfus oranına sahip Çin ve Hindistan gibi ülkeler, anlaşmaya taraf olmuşlardır. Protokol'ün asıl amacı, küresel ısınmanın yaşamı tehdit eder boyutlara varmasından dolayı küresel ısınmanın önemli etkeni olan, sera gazlarını azaltmaktır. Az gelişmiş ülkelerde bu oran zaten düşük olduğu için herhangi bir hedef tutturma yükümlülükleri bulunmamaktadır. Bu ise gündeme "salınım ticareti"<sup>16</sup> kavramını kazandırmıştır ([www.dunyaatlası.com](http://www.dunyaatlası.com),2017).

---

<sup>15</sup> Kurallar Marakeş Uzlaşmaları olarak da adlandırılmaktadır.

<sup>16</sup> Salınım ticareti atmosfere aşırı derecede sera gazı salan ülkelerin, salması gerekenin altında sera gazı yayan ülkelerin kredilerini satın alma hakkını ifade etmektedir.

Kyoto Protokolü ile gündeme gelen, emisyon kota ticareti (salınım ticareti), Protokol'ün 17.maddesine göre, sanayileşmiş ülkeler, az gelişmiş ülkelere kotaları satın alabilecekler ve böylece sera gazı emisyonları sınırlarını artıracaklardır. Kotaları raporlama uygulaması, 2008-2012 süresince gönüllülük esasına göre ve 2013-2015 yılları arasında zorunlu olacak şekilde belirlenmiştir. 2020 yılına kadar uzatılan Kyoto protokolü sonrası, kota raporlama şartları, 2015 yılında imzalanan Paris Anlaşması'na göre belirlenecektir (Köse,2018,s.63-64).

Türkiye, OECD ülkesi olması sebebiyle, BMİDÇS'nde, Ek-1 ve Ek-2 listelerine dahil edilmiştir. Ancak, Türkiye'nin itirazına karşılık, 7.Taraflar Konferansı'nda alınan kararla, Ek-2 taraflarından farklı konumu tanınarak listeden çıkarılmıştır ve Ek-1 listesine dahil edilmiştir. Böylelikle, Türkiye, az gelişmiş ülkelere teşvik ve yardımdan muaf tutulmuştur. Türkiye 2004 yılında BMİDÇS 'nin 189. taraf ülkesi olmuştur (Bozoğlu,2019,s.60;www.csb.org.tr).

#### *1.3.2.1.1.6.Paris İklim Anlaşması*

Kyoto Protokolü, 2020 yılında sona ermiştir. Bu nedenle, Paris Anlaşması, 2015 yılında, Paris'te gerçekleştirilen, BMİDÇS Taraflar Konferansında (COP 21), 195 ülke onayı ile kabul edilmiştir. Türkiye, Paris Anlaşmasını 2016 yılında imzalamış fakat henüz taraf olmamıştır. Anlaşma, iklim değişikliğine karşı verilen mücadelede önemli bir dönüm noktası olmuştur. Anlaşmaya göre, küresel ortalama sıcaklık artışındaki hedef; 2 santigrat derecenin altında tutulması olsa da, anlaşma 1,5 santigrat derecenin altında tutulması için küresel çabanın ve bu çabanın sürdürülmesinin önemini vurgulamaktadır. Sürdürülebilir kalkınma, yoksullukla mücadele, iklim değişikliğine uyum, sera gazı emisyonlarının düşürülmesi, anlaşmanın önemli başlıklarındandır. Anlaşma, temiz enerjiye geçişi zorunlu kılmakta ve yatırım kararlarının bu hususu gözeterek alınması gerekliliğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, Paris Anlaşması, iklim değişikliği konusunda, tüm dünya emisyonlarını kapsayan ilk çok uluslu anlaşma niteliği taşımaktadır (www.iklim.csb.gov.tr; Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu,2016).



Anlaşmada, ülkeler gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler olarak gruplandırılmış fakat grupların hangi ülkeleri kapsadığı net olarak ifade edilmemiştir. Bunun yanında, gelişmiş ülkelerin, sera gazı emisyonlarını azaltmak konusunda öncü olmasına yönelik madde Anlaşma'nın onaya sunulmasından önce değiştirilerek, esnetilmiştir. Yine de gelişmekte olan ülkelerin, sera gazı emisyonları azaltımı ve iklim değişikliğine uyum çabaları hususunda gelişmiş ülkeler tarafından maddi olarak destekleneceği maddesi Anlaşma'da yer almıştır (Bozoğlu,2019,s.76).

İklim değişikliği, küresel boyutu nedeniyle günümüzdeki en önemli sorundur. 2018 yılında, Birleşmiş Milletler Afet Risklerinin Azaltılması Ofisi tarafından yayınlanan rapora göre, 1998-2017 sürecinde oluşan, iklim ilişkili afetler nedeniyle, hayatını kaybeden insan sayısı 1,3 milyon olmuştur ve bu afetlerin maddi hasarı 2,245 milyar ABD doları olarak hesaplanmıştır. Avrupa Birliği İklim Değişikliği Gözlemeleme Kurumu, 2019 yılının temmuz ayını, ölçülmüş en yüksek sıcaklık olarak kaydetmiştir. Düşük karbonlu ekonomilere geçilmesi konusu, iklim değişikliği ile küresel düzeyde bir mücadele anlamına gelmektedir. Bu dönüşüm, kişilerin yaşam tarzını, üretim sistemlerini değiştirecek köklü bir dönüşümdür. Bu sebeple, tüm bunları sadece bir çevre problemi olarak algılama yanlılığına düşülmemelidir. Çünkü, aslında tüm bu çabalar tüm ülkelerin; tarım, sağlık, enerji politikalarını, büyüme stratejilerini, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini etkileyecek ve yönlendirecek gelişmelerdir. Paris Anlaşması ile belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesi, özellikle gelişmiş ülkelerin taahhütlerini yerine getirmeleri hususunda önem arz etmektedir ([www.mfa.gov.tr](http://www.mfa.gov.tr)).

Paris Anlaşmasına taraf olan tüm ülkelerin bildirecekleri emisyonlar sonucunda, beş yıllık periyotlarla yenilenmesi öngörülen envanter hazırlanması ve çalışmanın tüm detayları ile birlikte, Paris Anlaşması Geçici Çalışma Grubu tarafından yürütülmesine, ilk envanter çalışmasının ise 2023 yılında sunulmasına karar verilmiştir (Bozoğlu,2019:85). Dönemin Çevre ve Şehircilik Bakanı, iklim zirvesi kapsamında yaptığı görüşmelerde, Anlaşma'nın, BMİDÇS'nde yer alan "ortak fakat farklılaştırılmış sorumluluk" ilkesinin sürdürülerek oluşturulmasının önemini vurgulamış ve Türkiye'nin sera gazı emisyonlarını azaltma konusunda önemli bir potansiyele sahip olduğunu, bu nedenle de, teknolojik ve mali desteklerden yararlanma koşullarının oluşturulması gerektiğini dile getirmiştir (Bozoğlu,2019,s.70).

Paris Anlaşması'yla beraber, 2020 yılından sonra, gelişmekte olan ülkelerin faydalanabileceği mali destek ve haklar için, Türkiye Heyeti Temsilcileri, gelişmekte olan ülkeler grubuna tanınan haklara özel şartları, Taraflar Konferansı'nda, tanınmış ülkeler de dahil olmak üzere ifadesini ekletmiştir. Fakat, taslak anlaşma ve karar metninin son halinde bu konuya ilişkin bir not yer almamıştır. Aynı zamanda, 10 Aralık 2015 tarihli taslak metinde yer almış olan 73 nolu teknoloji transferi, kapasite artırımı, teknoloji geliştirme konularını kapsayan, Türkiye'ye yönelik teşvikin önünü açan madde, 12 Aralık 2015 tarihli metinden kaldırılmıştır (Bozoğlu,2019,s.73-74). Paris Anlaşması gereğince taraflar, emisyon değerlerini belli bir sınırdan tutma taahhüdünde bulunmuşlardır. Bu taahhütlerin, BM tarafından yayınlanması kararı alınmıştır. Buradaki amaç; kamuoyu baskısının taraflar üzerinde bağlayıcı etki yaratacağı inancıdır. Paris Anlaşması'nın 21.maddesi gereğince, tarafların taahhüt ettikleri emisyon oranlarındaki durumlarını, iki yılda bir olmak üzere raporlaması ve bu raporların, BM web sitesi üzerinden yayınlanması zorunlu hale gelmiştir (Köse,2018,s.71).

Sera Gazı emisyonlarından CO2 salınımında, %47'lik bir oranla ABD ve Kanada ilk sıradadır. ABD, Paris Anlaşması kapsamında, 2025 yılına kadar, CO2 salınımını yüzde 26-28 oranında azaltacağını, az gelişmiş ülkelere ise 3.000.000.000 ABD doları yardımda bulunacağını taahhüt etmiştir. Fakat, Donald Trump Başkan seçildiğinde, bu taahhütlerin ülkedeki işsizliği artıracaklarını ileri sürerek, 2017 yılında, Paris Anlaşması'ndan geri çekilmiştir ve taahhütlerinden vazgeçmiştir (Köse,2018: 60). 4 Kasım 2020 itibarıyla artık ABD resmi olarak, Paris İklim Anlaşması'nın taraflarından biri değildir. Aynı tarihte ABD'nin yeni Başkanı seçilen Joe Biden ise, Anlaşmaya yeniden taraf olmak istediğini BM'ye iletmiştir. Çevre örgütleri, STK'lar, vegan birlikler gibi birçok oluşum Türkiye'nin anlaşmaya taraf olması konusunda çağrılarda bulunmaktadırlar.

#### *1.3.2.1.2.Hayvancılık Endüstrisi ve Çevre*

Hayvancılık endüstrisi, küresel çevre sorunlarının önemli bir oyuncusudur. Hayvancılık faaliyetlerinin neredeyse çevreyle ilgili hava, iklim, arazi ve toprak gibi tüm alanlara doğrudan ya da dolaylı olarak büyük etkisi vardır. Su, toprak biyolojik çeşitlilik ve iklim değişikliğine önemli ölçüde etki eder. Örneğin: Otlama ya da dolaylı olarak hayvan beslemesi için üretilen yemlik soya fasulyesindeki artış, Güney Amerika'daki orman tahribatlarına yol açmaktadır. Hayvancılık endüstrisinin çevre üzerindeki etkisi zaten çok önemli iken etki günümüzde hızla büyümektedir (FAO,2006,s.3).

Hayvancılık endüstrisinin, çevreye verdiği zararların anlaşılma süreci ağır gerçekleşse de kesin bir şekilde bilince yerleşmiştir. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün, 2006 yılında yayınladığı raporda, hayvancılığın, hava ve su kirlenmesinin yanında küresel ısınmaya da neden olduğu, sera gazı salınımında en büyük paya sahip olduğu ve biyoçeşitliliğe de ciddi zararlar verdiği bilgileri yer almıştır (Colb,2020,s.22).

Artan nüfus, beslenmede hayvansal protein ihtiyacı sebebiyle, hayvancılığın yoğun yapılmasına yol açmıştır. Ancak bu durum çevre kirliliği ile çevre sorunlarını beraberinde getirmiştir. Hayvansal üretim çiftliklerinde oluşan sızıntılar, sulara karışarak su kirliliğine de neden olmaktadır (Karaman,2006,s.133).

Çiftlik hayvanları kaynaklı organik maddeler ve besin maddeleri yayan hayvancılık endüstrisi, toprak kirleticilerinin başında yer alır. Bu maddeler ve yanı sıra ilaç kalıntıları, patojenler, göllere, nehirlere, denizlere karışır (FAO,2006,s.4). Hayvancılık endüstrisi teknolojileri, çevreyi kirleten kaynak olmuştur. Potansiyel kirleticilerin azaltılması mümkünken, tamamen giderilmesi güçtür. Hayvancılık endüstrisinin sebep olduğu kirlilik, diğer kaynaklardan farklı olarak daha geniş alanlara yayılabilmesinden dolayı, neden olduğu su kirliliğinin sınırlarını saptamayı güç hale getirir. Hayvansal atık ve gübreler yer altı ya da yüzey sularına karışarak kirlilik yaratmakta ya da kaynakları kullanılamaz hale getirmektedir (Karaman,2006,s.133).

Ayrıca, tarımsal faaliyetler, en büyük su kullanıcılarıdır. Tarım faaliyetleri için tüketilen su miktarı toplam tatlı su kullanımının %70'ine denk gelmektedir (WWF,2014,s.10). Bu, Dünya'daki toplam tatlı suyun üçte biri demektir (Kojic,2020,s.13). Tüm bunların dışında, en büyük sorun, bazı bulaşıcı hastalıkların da ana kaynağı olmasıdır. Hastalık yapıcı etkenler, doğrudan ya da dolaylı atım şeklinde çevreye yayılmaktadır. Kümes ve ahırlardan alınan atıkların toplanma yerleri insan sağlığını tehdit etmektedir. Hayvan kaynaklı hastalık etkenlerinin, doğada canlı kalma sürelerinin çok uzun olabilmesi (1 hafta-3 yıl) kirliliğin ne kadar uzun sürebileceğine yönelik önemli bir bilgidir (Karaman,2006,s.133-134).

FAO<sup>17</sup>(23) (Gıda ve Tarım Örgütü) raporuna göre; küresel sera gazı emisyonlarının, hayvancılık endüstrisi %18'inden, başka bir kaynağa göre ise %51'nden sorumludur. Hayvancılık endüstrisi, ulaşımdan dahi daha büyük bir kirletici olarak, enerji endüstrisinin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Hayvancılık üretiminin, sera gazı emisyonu, Dünya'nın toplam ulaştırma sektöründen daha büyüktür. Hayvancılık endüstrisi, Dünya genelinde salınan metan emisyonlarının %34-40'ını ve Dünya genelindeki azot oksit emisyonlarının %68'ini oluşturmaktadır (Kojic,2020,s.12). FAO'nun Livestock's Long Shadow adlı raporunda verilen rakama göre ise; hayvancılık, emisyonların sırasıyla; % 37 ve % 65'inin üretiminden sorumludur. Her iki gaz da karbondioksitin çok üstünde olumsuz etkiler yaratır (CIWF).

IPCC tarafından yapılan çalışmada, metan gazı emisyonları etkisi, karbondioksitin 21 katı ve diazotoksitin etkisi ise 310 olarak saptanmıştır (Bozoğlu,2019:36). Hayvancılık besin maddelerinin önemli bir kısmını, mısır ve soya oluşturur. Dünya'daki toplam üretimin mısırdaki %50, soyada ise %80'i hayvan besi maddesi olarak kullanılmaktadır. Mısır üretimi için yüksek oranda azotlu gübre kullanımı gerekmektedir. Bu nedenle, toprağa karışan azot miktarı önemli ölçüde artmaktadır. Bu da küresel azot döngüsünün ciddi düzeyde bozulmasına yol açmıştır. Kullanılan azotlu gübreler sudaki azotun miktarını artırıp kalitesini bozarken aynı zamanda küresel ısınmaya etkisi açısından oldukça önem taşımaktadır (Görgülü ve K.Darcı ve Göncü, 2009,s.4).

İnsanların tüketimi için kesilen kara hayvanı, yıl başına yaklaşık 56 milyardır. Verge ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmada; endüstriyel hayvancılığın, tarım kaynaklı sera gazı salınımının mera yetiştiriciliğine göre 6 kat, geleneksel karma üretime göre ise 2 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra hayvancılık endüstrisinin kullandıkları tarım arazisi ekili alanların %70'ine ve tüm karasal alanların %30'una denk gelmektedir. Kurak bölgelerde arazi bozulmalarının yaklaşık %70'inden aşırı otlatmanın ve buna bağlı erozyonun sorumlu olduğu belirtilmektedir (Koyuncu ve Akgün, 2017,s.153).

---

<sup>17</sup> Gıda ve Tarım Örgütü, açlığı yok etmek ve beslenme şartlarını iyileştirmek amacıyla 1943'te kurulan ve 1946'da Birleşmiş Milletler'in uzmanlık kuruluşu haline gelen bir örgüttür.

Sera gazları emisyonlarının, çevreye zararının ve küresel ısınmaya etkisinin yanı sıra bu tür gazlar çiftlik çalışanlarının ve çevrede yaşayan insanların sağlığını da olumsuz etkileyebilmektedir (Kojic,2020,s.1).

İnsan etkinliklerinden kaynaklı, sera gazı salınımı  $\frac{1}{4}$  - $\frac{1}{3}$ 'ü gıda üretiminden kaynaklanmakta ve en büyük payı da hayvancılık oluşturmaktadır. Dört kişilik ortalama bir ABD'li ailenin ürettiği sera gazı, iki otomobilin ürettiği gazdan daha fazladır. Buna rağmen, küresel ısınma tartışılırken gündeme gelen et değil, otomobillerdir. Oxford Üniversitesi'nde araştırmacı, Marco Springmann; bir bilgisayar modeli hazırlayarak, 2050'ye kadar herkesin vejetaryen olması halinde, gıda bağlantılı sera gazı salınımının yüzde altmış azalacağı sonuna vardı, vegan olmaları halinde ise bu oran yüzde 70'e kadar çıkabileceği sonucuna ulaşmıştır. Leeds Üniversitesi'nden, Tim Benton ise; iklim değişikliği üzerine düşünürken çoğu insanın gıdayı hesaba katmadığını fakat daha az et yemenin gelecek için daha iyi olabileceğini dile getirmektedir (Nuwer,2016,BBC).

İklim değişikliğini önleme çabaları, uzun yıllar boyunca Exxon, Shell gibi enerji üreticilerini eleştirileri ile odak noktası haline getirirken, kurumsal hayvancılık endüstrisini büyük ölçüde göz ardı etmiştir. Halbuki dünyanın en büyük hayvancılık endüstri firmaları (JBS<sup>18</sup>,Cargill ve Tyson Foods) çevreye bazı ülkelerden daha fazla ve büyük petrol şirketlerini yakalayacak kadar çok sera gazı (greenhouse gas) salınımı yapmaktadır. Konuya ilgi çekmek için IATP, GRAIN ve Heinrich Böll Stiftung Derneği, küresel hayvan ticaretinin iklim ayak izini incelemek için bir araya gelmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; Dünya'nın en büyük et üreticilerinden ilk yirmi firma, 2016 yılında toplamda, Almanya'nın toplam salınımından daha fazla sera gazı salınımı yapmıştır. Eğer şirketler bir ülke olsaydı, dünya genelinde sera gazı yayıcısı ülkelere yedincisi olurlardı. JBS, Cargill ve Tyson, 2016 yılında, 484 milyon ton sera gazı salınımı ile İngiliz enerji şirketi BP (British Petrol)'yi 46 milyon ton farkla geride bırakmıştır (Sharma,2017).

---

<sup>18</sup> En yakın rakibi Tyson Foods'dan 2016'da yaklaşık 20 milyar dolar fazla kazanç elde eden JBS, dünyanın en büyük et işletmecisi konumundadır.

GRAIN&IATP (2018,s.5-6) araştırmasında, Dünya'nın en büyük hayvancılık endüstrilerinden, ilk 35 şirketi inceleyerek, sera gazı emisyonlarına dair kamuya açık verilerin eksik ve ulaşılabilir olmadığını gördüklerini iletilmişlerdir. Sadece 4 şirketin emisyonlarını güvenilir ve eksiksiz paylaştıkları saptanan çalışmada, şirketlerin çoğunun tedarik zinciri sürecindeki emisyonları ise hesaplara dair etmedikleri saptanmıştır.

Günümüzde gıda tedarik zinciri, insan kaynaklı sera gazı emisyonlarının yüzde 26'ına eşit olan 13,7 milyar metrik ton karbondioksit üretiminden sorumludur. Ayrıca 2,8 milyar metrik ton CO<sub>2</sub>eq (% 5), gıda dışı tarım üretimi ve diğer ormansızlaşmanın etkilerinden kaynaklanmaktadır. Gıda üretimi, küresel karasal asitleşmenin yaklaşık olarak yüzde 32'sini ve ötrofikasyonun yüzde 78'ini oluşturur. Bu emisyonlar, biyolojik çeşitliliği ve ekolojik direnci azaltarak, doğal ekosistemlerin tür kompozisyonunu temelinden değiştirebilir. Çiftlik aşaması daha baskın bir yapıya sahiptir ve gıda üretiminde sera gazı emisyonlarının yüzde 61'ini (ormansızlaşma dahil yüzde 81), asitleşmenin yüzde 79'unu ve ötrofikasyonun yüzde 95'ini temsil eder. Günümüzün tarım sistemi, ayrıca inanılmaz derecede yoğun kaynak gerektirmekte ve dünyanın buzlu ve çölsüz topraklarının yüzde 43'ünü kapsamaktadır. Bu arazinin yüzde 87'si gıda, yüzde 13'ü biyoyakıt ve tekstil ürünleri için veya yün ve deri gibi gıda dışı kullanımlara tahsis edilmiştir. Tatlı su kullanımının üçte ikisinin tarımsal sulama için olduğu tahmin edilmektedir. Bununla birlikte, sulama, nehirlere ve yeraltı sularına endüstriyel ve yerleşim bölgelerinde mesken kullanımına göre daha az su ulaşmasına neden olur ve yılın belirli zamanlarında küresel su kıtlığına neden olan kullanımının yüzde 90 ila 95'ini oluşturur (Poore,Nemecek,2018,s.5).

Birleşmiş Milletler, tarihinde ilk defa, Almanya'nın Bonn şehrinde gerçekleşen, COP23 konferansında, hayvancılık yönetimi üzerine iş birliği yapmaya yönlendirildi. Birçok açıdan önemli bir adım olarak görülmektedir. Fakat özellikle ticarete oluşacak olan endemik<sup>19</sup> çıkar çatışmaları sebebiyle önemlidir (Heinrich Böll Stiftung Derneği).

---

<sup>19</sup> Endemizm, bulunduğu bölgenin ekolojik şartları yüzünden yalnızca belirli bölgede yaşayan/yetişen, dünyanın başka yerinde yaşama/yetişme ihtimali olmayan, yöreye özgü hayvan/bitki türüdür.

Günümüzde bu ve benzer birçok sorun hem insanlara zarar vermekte hem de kaynakların niteliğini bozmaktadır. Gerekli önlemler alınmadığı takdirde insanlık çok daha büyük çevre sorunları ile yüz yüze gelecektir (Muşmul,Yaman,2018,s.68).

#### *1.3.2.1.3.Uluslararası Ticaret ve Çevre*

Piyasa yanlısı ekonomistlerde, sürece katılan her ülke için uluslararası ticaretin fayda sağlayacağı görüşü hakimdir. Fakat üretim ve tüketim faaliyetleri hem doğadan beslenip hem de atık üretip, kirlilik yaratmaktadır. Bu nedenle, ticari faaliyetler kaçınılmaz bir şekilde çevresel yıkımın sebeplerindedir. İhtiyaçları gidermek ve hep daha fazlasını sunmak çabası, enerji döngüsünü bozarak doğal kaynakların tükenmesine yol açar (Kamber,2020).

Ticarete yönelik yaklaşımlar, temelini David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler teorisi ile ona dayalı geliştirilen Hecksher-Ohlin modelinden alır. Yaklaşımları, çevresel ve geleneksel olarak ikiye ayırabiliriz (Yeni, 2015,s.45).

Çevresel önlemler, ticareti kısıtlamak için kullanılabilir ve bu durum gelişmekte olan ülkelerin aleyhine sonuçlanabilir. Geleneksel görüşe göre, çevresel düzenlemeler kötüdür, çünkü ticareti kısıtlamaktadır. Çevresel görüş ise bozulmanın, kazançları etkileyeceğini hatta çevresel maliyetlerin kazancı aşabileceğini, bu nedenle düzenlemelere ihtiyaç olduğunu söyler (Kamber, 2020). Çevre ve uluslararası ticaret ilişkisi, ticaretin başlangıcı kadar eskilere dayanır. Fakat bu etkileşim ve ilişkinin etki ve sonuçlarının farkına varılması, yakın zamanlara dayanmaktadır. 1960' lı yılların sonuna doğru, çevresel sorunların gözle görülür hale gelmesi, konuyu gündeme getirmiştir ve özellikle gelişmiş ülkelerin dış ticaret etkisi ve rekabet gücü etkisi gibi konularda dikkatini çekmeyi başarmıştır. Çevre sorunlarını ve büyümeyi ele almaya başlayan kurumsal aktörlerin sayısında hızla artış yaşanmıştır (Yıkılmaz,2012,s.2).

Çevre sorunlarına karşı, ülkelerin kaynak ve değerlerini korumasına yönelik düzenlemeler oluşturulması için oluşan ulusal ve uluslararası kamuoyu, itici güç olmuştur. Çevre-ticaret ilişkisi, özellikle son yıllarda DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü)'nün odak noktası haline gelmiştir. Aynı zamanda çevre konusu, Birleşmiş Milletler (BM), Avrupa Birliği (AB), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Dünya Bankası gibi kurumların da tartışmalarında önemli bir yere sahip olmuştur (Yeni, 2015:44). Düzenlemelerin başında bazı standartlar yer almıştır. Bu standartlar hem üretim hem ürün<sup>20</sup> için belli ölçütlerden oluşmaktadır. Ülkelerin, ürünlere yönelik geliştirdiği çevresel teknik düzenlemelerin temelini ise bu standartlar oluşturmaktadır. Bu standartlardan en yaygın kullanılanı etiketleme ve paketleme için oluşturulanlardır. Örneğin: Almanya'ya ihracat yapmak isteyen bir firma, ürünlerinin paketlenmesinde %100 geri dönüşümlü malzeme kullanmak zorundadır. Ürün standartlarını, çevresel anlamda belirlemede kullanılan en önemli kriter, ürünlerin çevresel risk değerlemesidir (Gül, 2015,s.5-8).

Çevre ile ilgili standartların önemi; toplumun, üreticiden tüketiciye her kesiminin, ekonomik kararlar alırken çevreyi de dikkate almalarını amaçlamasıdır. DTÖ (WTO) tarafından belirlenen, çevre ve ticarete yönelik bu kurallar hala uluslararası alanda en çok tartışılan konudur. Toplumdaki çevre konusunda bilinçlenme ile birlikte özellikle gelişmiş ülkelerde, standartlar yükselmekte ve buna bağlı olarak çevresel yatırımlar için ayrılacak kaynak miktarı yükselmektedir. Dolayısıyla, bu gibi yatırımlar doğrudan maliyetleri yükseltecektir. Diğer yandan çevresel yatırım zorunluluğu bulunmayan az gelişmiş ülkeler, aynı ürünü gelişmiş ülkelere göre daha düşük maliyetle imal edebileceklerdir (İriç,2014). Bu nedenle gelişmiş ülke üreticileri çevresel düzenlemelerin rekabet gücü üzerinde aleyhlerine etki yaratacağı endişesine kapılmışlardır. Az gelişmiş ülkeler ya da çevresel düzenlemelerin daha gevşek olduğu ülkeler, çevre gündeminin, kendileri aleyhine, ticarete engelleyici kurallar oluşturacağını dile getirmektedirler (Gül,2015,s.2).

---

<sup>20</sup> Ürün standartları; ürünün şekil, kalite, içerik, kullanım, atık, ambalaj ve etiketine ilişkin tüm kriterleri kapsar. Çevrenin korunmasına ilişkin ürün standartları ise, ürünün nihai kullanımı ve yok edilmesi sırasında ortaya çıkabilecek çevresel riskleri azaltmak için uyulması gereken kriterlerdir.



Bu, uluslararası ticarete, doğrudan bir çatışmayı doğurmakta ve DTÖ'ye haksız rekabet olduğuna dair, gelişmiş ülke (Avrupa Birliği ülkeleri, Kanada, ABD, Japonya) şikayetleri artmaktadır. Bu ülkeler, durumu “ekolojik damping” olarak adlandırmakta ve çevresel standartların düşük olduğu ülkelere (hem endüstri çevresi hem çevreci örgütler aracılığı ile) gümrük tarifelerine ek olarak “ekolojik tarife” uygulanması talebinde bulunmaktadırlar (İriç,2014). Tüm bu endişe ve korkulara karşın üretici ve yatırımcıların çözüm çabaları karşımıza “kirlilik sığınağı hipotezi” kavramını getirmektedir.

#### *1.3.2.1.3.1. Kirlilik Sığınağı Hipotezi*

Günümüzde OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ülkeleri, çevre sorunlarının yaratıcısı konumundadır. Bu nedenle sanayileşmiş OECD ülkeleri geliştikçe, buna paralel olarak çevre bilinci de gelişmekte ve bu da beraberinde taraf olunan çevre sözleşmelerini getirmektedir. Sözleşmelere taraf olmanın getirdiği yükümlülükler firmaların maliyetlerine yansımakta ve rekabet gücünü kırabilecek bir etken olma potansiyeli taşımaktadır.

Faktör Donanım Hipotezinin doğal bir devamı olan, Kirlilik Sığınağı Hipotezine göre, gelişmiş ülkeler avantajlı oldukları alanlarda uzmanlaşırken, gelişmekte olan ülkeler doğal kaynakların ve çevrenin yoğun olarak kullanıldığı alanlarda uzmanlaşacaktır (Faysal, Yıldırım,2004:100). Çevre düzenlemelerine yönelik ülkeler arası farklılıklar, özellikle kirlitici sanayi üretimlerinin, çevresel sorumlulukların daha düşük ya da gevşek olduğu gelişmekte olan ya da az gelişmiş ülkelere kaymasına sebep olmaktadır. Ekonomi dilinde, bu olgu Kirlilik Sığınağı Hipotezi (Pollution Havens Hypotesis) olarak adlandırılmaktadır (Çınar ve ark,2012,s.216). Aynı zamanda, Kirlilik Sığınağı Hipotezi, uluslararası ticaretin serbestleşmesi ile beraber, endüstrinin gelişmekte olan ülkelere kaymasıyla, gelişmiş ülkelerde çevre kalitesinin artmasına yararırken, gelişmekte olan ülkelere bozulma yaratacaktır (Faysal ve Yıldırım,2004,s.100).

Kirlilik Sığınağı Hipotezini destekleyici, uygulamalı birçok çalışmaya, literatürde rastlamak mümkündür (Çınar ve ark,2012,s.216).

Çevre sorunlarının önlenmesi için yapılması gerekenlerin, sınai etkinlik olduğunu anlayabilen gelişmiş ülkeler, bu etkinliklere hızlıca uyum sağlamakta ama bunu kaynak israfı olarak nitelendiren, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler, ciddi bir yanılığa düşmektedir. Bu yanılığa gelişmiş ülkelerin, kirletici sanayilerini ihraç ederek bu ülkeleri kirletmesine yol açmakta, buna zemin hazırlamaktadır. Ayrıca gelişmiş ülkeler, bunu ekonomik silah olarak kullanılabirler. Bu nedenle, çevreye yönelik iyileştirmelerin tümü kalkınmanın ve sanayileşmenin ayrılmaz bir parçası olarak görülmelidir (www.sbb.gov.tr).

Ekolojik antidamping konusuna, Türkiye açısından bakacak olursak, yakın tarihte yaşanmış olan Türk deri üreticilerinin, atık su arıtma gibi önlemleri almaması, bunun için gerekli yatırımları yapmaması ve çevreye zarar vermesi sebebiyle, Avrupa Birliği ülkeleri, anti-damping ve miktar kısıtlaması süreçlerini başlatacağını söylemiş ve bunun üzerine sektör üreticileri gönüllü bir deklarasyona imza atarak, gerekli tedbirlerin alınacağını açıklamışlardır. Gerekli altyapı çalışmalarının başlatılması ile Avrupa Birliği'nin girişimleri engellenmiştir (İriç,2014).

#### *1.3.2.1.3.2.Çevresel Kuznets Eğrileri*

İktisatçılar, özellikle son yıllarda, gelir ve çevre arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını incelemekteler. 1991 yılında, Grossman ve Krueger tarafından yapılan bir çalışmada ortaya çıkan Çevresel Kuznets Eğrileri, alandaki tartışmaların temelini oluşturmuştur. Fakat, bilim insanlarına bir paradoks gibi gelmiş, bu nedenle de dikkatlerini çekmiştir. 1950'li yıllarda Simon Kuznets'in teorisine göre kişi başına düşen gelir arttıkça, önce gelir adaletsizliği artıyor fakat ardından düşmeye başlıyordu. Temelini bu teoriden alan ve çevreye uyarlanan Çevresel Kuznets Eğrileri de benzer şekilde, gelir arttıkça önce çevre kalitesinde bir düşüş yaşanacağı ama daha sonrasında durumun değişmeye başlayacağı görüşünü savunuyordu (Gündoğan ve ark,2016,s.13).

Çevresel Kuznets Eğrisi (ÇKE) hipotezinin geçerliliği araştırılmaktadır. Hipoteze göre, gelir artışı ile çevre kirliliği arasında ters-U şeklinde bir ilişki vardır (Albayrak,Gökçe,2016:280).

ÇKE, endüstrileşme ile geçerlilik kazanmıştır. Hipotezin geçerliliğine yönelik çalışmaların sonuçları, ampirik modellerin farklılıklarına, kirlilik emisyon türüne, ülkelere ve zaman kesitine göre farklılık gösterir. Bu farklılıklar, ÇKE'nin grafiğini ve dönüm noktalarını değiştirmektedir (Erataş, Uysal, 2014,s.8).

ÇKE ilişkisi incelenirken, çoğunlukla başvurulan temel kavramlar; kompozisyon etkisi, ölçek etkisi ve teknoloji etkisidir. Ölçek etkisi, pozitif eğimi açıklarken, kompozisyon ve teknolojik etki negatif eğimi açıklar (Erdoğan ve Türköz ve Görüş,2015, s.114).

ÇKE hipotezine yönelik eleştiriler;

- Eşanlılık ve geri döndürülemezlik,
- Dış ticaretin etkileri,
- Ekonometrik sorunlar,
- Hava konsantrasyonuna karşı emisyon,
- Asimptotik davranış,
- Ortalamaya karşı medyan gelir,
- Çevresel sorunların toplanması şeklindedir (Erdoğan ve Türköz ve Görüş,2015,s.115).

Yapılan çalışmalar göstermiştir ki ÇKE günümüzde, çevre ve büyüme arasındaki ilişkiyi açıklamakta oldukça yetersiz kalmaktadır. Yapılan bir araştırmada, iklim değişikliğinden sorumlu sera gazlarının ÇKE ile yorumlanıp yorumlanamayacağı araştırılmış ve politik tedbir ve teşvikler olmadan bunun mümkün olmayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Çevre kalitesine ilişkin en önemli faktörün gelir değil, politika tedbirleri olduğu bulgusuna varılmıştır (Gündoğan ve ark,2016,s.13).

Dal ve ark.(2014,s.93)'nın çalışmaları sonucu elde edilen bulgu ise; kişi başı gelir arttıkça, kirliliğin de arttığı yönündedir. Bu sorunları çözmek için; çevre bilincinin artırılması, temiz enerjilerin teşviki, teknolojilerin çevresel konuları göz ardı etmeden geliştirilmesi, Sivil Toplum Örgütlerinin eğitilmesi, bilinçlendirilmesi gerekliliği vurgulanmıştır.

Uluslararası ticarete yönelik en büyük tehdidi, çevre sorunları oluşturmaktadır. Çevre, günümüzde bir rekabet gücü aracı haline gelmiştir. Aynı zamanda ticari politikalar geliştirilirken, çevrenin, mutlaka konu edinilmesi duruşu güçlenmeye başlamıştır. Özellikle son senelerde, çevre sorunları, uluslararası arenada yer bulmakta ve sanayi, ticari ve ekonomik yapıları hem etkilemekte hem de bu yapılardan etkilenmektedir. Günümüzde, çevre sorunları artık sadece teknik bir problem değil ideolojik boyutları da olan ciddi bir ekonomik ve siyasal mücadele alanı halindedir. Fakat Türkiye'nin ise ekonomi, büyüme, sanayi gibi konuları çevre ile ilişkilendirilip, planlanması gibi süreçlerden henüz uzak durduğu görülmektedir (Yıkılmaz,2002,s.5).

#### *1.3.2.1.4.Sanayi Devrimi*

Sanayi devriminin başlangıcına ilişkin çeşitli görüşler bulunmaktadır. Sanayi devrimi sürecinin net olmayışı farklı yaklaşımların oluşmasına neden olmuştur. Sanayi Devrimi'nin 18. yüzyılın yarısında, İngiltere'de, makinelerin teknolojiyle adaptasyonu sürecinde başladığı düşünülmektedir (Aksoy,2016,s.32-33).

Sanayi Devrimi (Industrial Revolution), kas gücüne dayalı üretimden, makinelerin hâkim olduğu üretim yöntemlerine geçiş sürecidir. Öncelikle, dokuma sektöründe başlayan süreç, zamanla diğer sektörlerle de yayılmıştır. Makineye dayalı üretim yöntemlerine geçişle hem üretim sistemleri değişmiş hem de üretim miktarları artmıştır. Sanayi Devrimi, ikinci büyük dönüm noktası olarak kabul görmektedir. Devrimle beraber, özellikle Batı ülkelerinde insanların yaşam tarzı köklü bir değişime uğramıştır. İlk kez, hayat standartlarının artışı ve nüfus artışı birlikte gerçekleşmiştir. Bu sebeple, nüfus artışının ekonomik büyümeyi engellemediği tek başarılı örnektir diyebiliriz (Küçükcalay,1997,s.52).

Fakat çevre sorunları, sanayileşme ile birlikte değişen üretim yöntemlerine dayanmaktadır (Karaca,2007,s.6). Sanayi Devrimi ile birlikte, üretim hacminde yaşanan artış aynı zamanda daha fazla enerji ihtiyacı, daha fazla mal üretimi ve daha fazla atık ve ulaştırma demektir (Küçükcalay,1997,s.52). Özellikle, sanayi devrimi sürecinde ortaya çıkan, Sanayi Toplumu birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Sanayi devrimi, beraberinde, çevreyi üretim unsuru olarak görüp yoğun bir şekilde tüketmeyi getirmiştir. Çevreyi üretim unsuru olarak görmek, kirlilikten başka başlıklara kadar, çeşitli birçok çevre sorununu beraberinde getirmiştir.(Karaca,2007,s.6)

Doğaya yönelik, tahribatın boyutlarına yönelik toplumsal kaygılar ancak sanayi devrimi ile görünür hale gelmiştir ve sanayileşmenin, sürdürülemez olduğuna dair ilk teori, coğrafyacı ve filozof olan Peter Kropotkin tarafından ele alınmıştır. Sonrasında süregelen çalışmalar ve bilimsel bilgi birikimi konuya karşı hassasiyetin ikinci Dünya Savaşı sonrasına dek giderek artmasıyla sonuçlanmıştır (Roussopoulos, 2017,s.16).

Üretim; insan ve doğa arasında değişim ve takas mekanizmasına dayalı karşılıklı bir ilişkidir. Her ikisinin de, bu döngüde arz ve talebe uyarak yer almaları, yani alınıp satılabilen metaller olmaları gerekmektedir. Piyasanın düzeni, tam olarak buna yöneliktir, insan emek adıyla ve doğa toprak adıyla satılabilir duruma gelmiştir (Polanyi,2020,s.192).

Sürekli ekonomik büyüme odaklı olan bu yapı, endüstriyel toplumun sonuçlarını göz ardı ederek fiziksel sınırları zorlamaktadır. Bu inanış, çevreci ideolojilerin temelini oluşturan bir yapı taşıdır denebilir. Çevre sorunları ve politikalar insan-merkezci olmasından çok, işletmeye açık bir kaynakmış gibi ele alınmaktadır. Bu nedenle, çevreci ideolojinin görüşüne göre, sanayileşme, talebin kışkırtılması ile şekil alan, teknoloji yoğun bir üretim örgütlenmesidir ve bu süreçte yalnızca ufak bir azınlık fayda sağlarken geri kalan çoğunluk yoksulluğa mahkum edilmektedir (Karaca,200,s.6).

Ancak yine de çevreye yönelik bilinçlenmenin oluşumu için asıl önemli süreç, 19. yüzyıl olmuştur. Özellikle 1960'larda toplumsal hareketlerin, ortak noktasını, çevre sorunları oluşturmaya başlamıştır (Roussopoulos,2017,s.16).

#### *1.3.2.1.5.Ticaretin Serbestleşmesi ve Küreselleşme*

Neoklasik kuramcılar, serbest ticaretin herkesin faydasına olduğu inancındadır. Bu görüşe göre; serbest ticaret, ihracatçı ülke için de, ithalatçı ülke için de refah artışı ve büyümeyi özendiricidir. Büyümenin, devlet vergi gelirini artırdığını ve bu vergilerin çevre için kullanılabilceğini, ayrıca büyüme ile beraber daha iyi bir çevreye olan talebin de artacağı görüşündeler (Yeni,2015,s.45). Bu nedenle ticarete serbestleşmeyi desteklerler. Çünkü çevre politikalarının ticaret önünde engel oluşturacağı görüşündeler.

Çevre ve ticaret ilişkisi, 1947 yılında imzalanan ve 1948 yılında yürürlüğe giren GATT (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması)'nda gündeme gelmiştir. Fakat savaş sonrası toparlanma ve kalkınma çabaları sürecine denk gelen dönem, çevre sorunları konusunda yetersiz kalmıştır. GATT, çok uzun bir süre kendisini çevre sorunlarından uzak tutan ve sadece dünya ticaretinin prensipleri ile ilgilenen bir tarafta yer alsa da, nihayetinde ticaret ve çevre konusunu birlikte ele almaya başlamıştır (Yıkılmaz,2002,s.2). GATT'a göre üye ülkeler ayrımcılığa yer vermeyecek ve ticareti kısıtlamaya yönelik olmayacak biçimde, insan, hayvan yaşamını ve sağlığını korumak için veya kaynakları korumak için gerektiğinde önlem alabilirler. Bu madde ile yine de çevre ve ticaret ilişkisi, yetersiz kalsa dahi GATT ve DTÖ (Dünya Ticaret Örgütü)'nün gündemindeki tartışmalarda önemli bir yer edinmiştir (Yeni, 2015,s.47).

Çevre ve ticaret ilişkisini incelerken, alandaki kuruluşların uygulamaları, mutlaka göz önüne alınmalı ve dikkatle incelenmelidir (Yıkılmaz,2002,s.1).

Verimlilikle beraber, karların artış hızındaki düşüş, 1960'larda netleşmeye başlamıştır. Bu da beraberinde sermaye birikimlerinde daralmayı ve kapitalist düzendeki en uzun süreli kriz dalgasını getirmiştir. Krizin ana kaynağını oluşturan sebep sermaye olduğundan, çözüm sermayenin özgürleşmesinde bulunmuştur. Yani küreselleşme konusu gündeme gelmiş ve sermayeye ulusötesi bir nitelik kazandırmıştır. Dolayısıyla yatırım ya da üretim kararları alınırken, geçmişe oranla daha kısa süreli rasyonellik görülmektedir. Bu kısa süreli rasyonellik, geleceği dikkate almadan, kaynakları kullanım durumunu, ülke ve kıta boyutundan dünya boyutunda bir sömürüye evirmiştir (Minibaş,?,s.1)

Küreselleşme üzerine, birbirine benzer farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Küreselleşme, farklı disiplinleri ilgilendirdiği için üzerine net bir tanım yapmak kolay olmasa da (Kıvılcım,2013,s.221) küreselleşme, dünya genelinde ilişkilerin ekonomik ve toplumsal olarak yoğunlaşması ve zaman-mekan bazında yakınlaşmasını ifade eder. Küreselleşme, çok taraflı olduğundan ve içinde birçok unsur (politika, ekonomi, teknoloji, kültür) barındırdığından henüz ortak bir tanımlaması yapılamamıştır. Temel olarak küreselleşme, her yönden güçlü bir entegrasyon sürecidir ve bu sürecin içinde karşılıklı bağımlılık ve karmaşık ilişkiler yer almaktadır (Bayraç ve ark,2018,s.5). Küreselleşme, en basit tanımla: Dünya'nın ayrı bölgelerinde yaşayan devlet, toplum ve insanları arasındaki etkileşimin "karşılıklı bağımlılık" olgusu çevresinde artarak şekillenmesi şeklinde ifade edilebilir. Küreselleşme statik değil aksine dinamik ve değişkendir; yerel ve evrensel görünümde her iki tarafa doğru ilerleyen bir süreci ifade etmektedir (Bayar,2018,s.25).

Tüm tanımlamalarda, ortak noktanın, karşılıklı bağımlılık olduğunu görmekteyiz. Bu bir muhtaçlık olduğu kadar bir menfaat ilişkisidir de. Küreselleşmenin sonucu olan, gelecek kuşakların hakkının bugün için tüketilmesi gündeme "sürdürülebilir kalkınma" tartışmasını getirmiştir.(Minibaş,?,s.1)

Küreselleşme, aslında yeni bir olgu değildir ve sürekli bir biçimde kendisini genişleyerek çağa uyarlanmaktadır. Küreselleşmenin, günümüzdeki halini alması üç evreden geçmesiyle olmuştur. Birinci evre; 19. yüzyıl sonlarından başlayarak, 1914'lere kadar olan süreçtir. Bu süreç, küreselleşmenin ilerlemesinin en yoğun olduğu dönem denilebilir. Bu süreçte, ticaret önündeki engeller ve tarifeler yok denilecek kadar az ve uluslararası entegrasyonlar oldukça derindir. Fakat bu süreç, I. Dünya Savaşı, Büyük Buhran, II. Dünya Savaşı süreçlerinin başlangıcı ve devamı ile küreselleşme aleyhine dönmüştür. Bu dönemde, siyasi alanda görülen aşırı milliyetçilik ve ekonomik alanda kendine yetebilme, korumacılık gibi anlayışlarla küreselleşme dinamikleri ve entegrasyon süreçleri sekteye uğramıştır. 1950'lerden başlayarak özellikle, 1980'lerde küreselleşme tekrar hız kazanmıştır. Üretim süreçleri büyük bir değişime uğramış, sermaye akımları hızlanmıştır. Savaş sonrasına denk gelen bu süreç aynı zamanda siyasi küreselleşmeyi de beraberinde getirmiştir. Tüm bu gelişmelerin sonunda, özellikle 1980 sonrasında, dünya gündeminde, küreselleşmenin çevresel de dahil olmak üzere, diğer boyutları da konuşulmaya başlanmıştır (Bayar,2018,s.26-27).

Küreselleşme sürecinde meydana gelen bu gelişmeler, sadece üretime odaklanmış kesimlerde baskı yaratmıştır. Düşük maliyetle ve kaliteli üretim küresel bir rekabet halini almış ve üreticileri bu baskıyla yüz yüze getirmiştir (Tağraf, 2002,s.37).

Küreselleşmenin boyutlarını; ekonomik, siyasi, sosyo-kültürel, coğrafi ve ekolojik, teknolojik küreselleşme şeklinde sıralayabiliriz (TASAM,2006).

#### *1.3.2.1.5.1.Küreselleşmenin Coğrafi ve Ekolojik Boyutu*

1990'lı yıllardan başlayarak küreselleşme, beraberinde çevre konusunu getirmiştir. Hava kirliliği, kuraklık, sel felaketleri, biyoçeşitlilik, nükleer ve kimyasal atıklar, küresel ısınma, asit yağmurları, türlerin yok oluşu, su kaynaklarının kirliliği gibi bir çok problem küreselleşme ile bağlantılıdır (Bayar,2018,s.30).



Küreselleşme sonucunda, her alanda yaşanan hızlı gelişme ve dönüşümler insanlık için olsa da, ekolojik dengeyi bozacak duruma gelmiştir. Çevresel kaygılardan dolayı alınan önlemler, sistem içinde üretilen politikaların zeminini oluşturmuştur. Gelişmiş ülkeler, yatırımlarını az gelişmiş ülkelere kaydırarak hem doğal kaynaklardan yararlanmış hem de atıklarını kendi ülkelerinden uzak tutmuştur. Dünya nüfusunun hızla artışı, talepte de, tüketimde de hızlı artışa neden olarak, doğal kaynak arayışındaki hızlanmayı da gündeme getirmiştir (TASAM,2006). Dünya nüfusu, yaklaşık 7,594 (2018) milyardır ve 2050 için öngörülen nüfus 9,4 milyardır. Nüfustaki bu artışın çok büyük oranda gelişmekte olan ülkelerde yaşanacağı ve beraberinde getireceği açlık, kıtlık, kuraklık, göç gibi sorunların, tüm dünyayı etkileyeceği öngörülmektedir (Bayar,2018,s.30). Küreselleşme, tüm boyutları ile Dünya'nın ekolojik dengesine zarar vermektedir (TASAM,2006). Sorunların küreselleşmesi, ulus-devlet ötesi bir çabayı zorunlu hale getirmiştir (Bayar,2018,s.30). Fakat önlemler yine de şahsi politikalar olmanın ötesine geçememiştir (TASAM,2006).

#### *1.3.2.1.6.Sürdürülebilirlik*

Sürdürülebilirlik kavramı, giderek büyüyen çevre problemleri ile birlikte sık sık konuşulan bir konu durumuna gelmiştir. Sürdürülebilirlik kavramı, tüm disiplinleri ilgilendiren çok geniş bir kavram olduğundan üzerinde anlaşılabilmiş tek bir tanımı yoktur; her bilim dalı için anlamı farklılık gösterir.

Terim, her alanda karşılaştığımız bir terim ama buna rağmen ne anlama geldiğine dair herkesin aklında başka bir tanım bulunmaktadır. En basit anlamda; bir şeyin belli bir sürede azalmadan kalabilmesidir (Gündoğan ve ark,2016,s.4).

Kelime anlamı olarak, var olanı koruma ve devam ettirme, muhafaza etme şeklinde ifade edilebilir. Sürdürülebilirlik; sosyal, kültürel, doğal ve beşerî, bilimsel, ekonomik tüm kaynakların dikkatli kullanılmasını amaçlamaktadır. Bu nedenle de katılımcı bir süreçtir (Bayraç ve ark,2018,s.15).

Sürdürülebilirlik kavramının tarihi, ormanlık alanlar ve korunması üzerine yazdığı metinlerle, Alman, maden işletmecisi ve muhasebeci Hans Carl von Carlowitz'e kadar gitmektedir (Gündoğan ve ark,2016,s.4). Sürdürülebilirlik terimi, ilk kez, 1982 yılında, Dünya Doğayı Koruma Birliği (IUCN) tarafından onaylanan Dünya Doğa Şartı belgesinde geçmiştir (Karakurt Tosun, 2009,s.1).

Sanayi Devrimi ile birlikte, özellikle, Kuzey Amerika ve Batı Avrupa'nın başı çektiği, gelişen uygarlık, çevre ve sürdürülebilirlik gibi sorunları kat be kat artırdı. Sorunlar, ulusların ötesine geçerek küreselleşen büyük bir sorun haline dönüştü (Gündoğan ve ark,2016,s.4).

Sürdürülebilirlik, önemli bir kavramdır ve aslında ciddi bir yükümlülüktür de. Geleceğe yaşanılabilir bir dünya bırakmak ve onların hakkını çalmamak, her bir bireyin ahlaki yükümlülüğüdür. Haddinden fazla tüketilen kaynaklar, bizlere, günümüzde bazı alarmlar vermeye başlamıştır. Bu nedenle, sürdürülebilir kelimesi, neredeyse her eylemin başına eklenir hale gelmiştir: Sürdürülebilir Tarım, Sürdürülebilir Enerji Politikaları gibi...

Özellikle, 1960'larla beraber, yaşam tarzımızın, üretim biçimi ve tüketim alışkanlıklarımızın sürdürülebilir olmadığı yönünde birçok bakış açıları geliştirilmiştir. 1990'lardan sonra, birçok alanı ilgilendiren ve gündemde var olan bir konu haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik kavramı, daha öncede çevre bağlamında konuşuluyor olsa da, uluslararası siyaset alanında ilk yer buluşu Stockholm Konferansı diye de adlandırdığımız Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı'nda olmuştur (Gündoğan ve ark,2016,s.4).

#### *1.3.2.1.7.Kalkınma ve Refah*

İktisadi kalkınma, insanların sonsuz ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla, iktisadi alanda başlıca tartışılan konulardan biri olmuştur ve günümüze kadar gelmiştir. Günün dinamiklerine uygun olarak, birbirinden farklı anlamlar kazanmıştır. Bazen kendisine yakın anlamlar içeren ilerleme, sanayileşme, büyüme, modernleşme gibi kavramlarla karıştırılmış , iç içe geçmiş ve yerlerine kullanılmıştır. Bu nedenle de zaman zaman anlam kaymasına uğramıştır (Tıraş,2012,s.58).

Kalkınma, genel anlamda toplumsal dönüşüm sürecidir. Kalkınma ve büyüme kavramları genelde karıştırılmaktadır. Büyüme üretimde ve milli gelirden bir önceki yıla oranla artışı ifade ederken, kalkınma, üretim süreçlerinin yüksek katma değerli mal üretebilecek şekilde dönüşümünü ve çıktının toplumu oluşturan bireyler arasında adaletli biçimde pay edilmesini ve buna bağlı olarak bireylerin refah artışını tanımlar (Bayraç ve ark 2018,s.16).

Sanayi üretiminin makineleşmesi sonucunda, kas gücünden, buhar gücüne ve daha sonra elektrikle çalışan makinelere geçilmiştir. Bu durum, enerji tüketimini artırmış ve büyüme, refah gibi olgular da enerjiye bağımlı hale gelmiştir. Daha çok enerji kullanımına dayalı bir ekonomi, daha fazla çevresel soruna yol açabilmektedir.

Kalkınmanın temel amacı, insan refahını artırmaktır ve bu da doğal çevrenin korunmasıyla mümkündür, fakat insan, kendi eliyle çevreyi bozmaktadır. Dolayısıyla kalkınma hedefleri belirlerken, doğal çevreyi de düşünmek kaçınılmazdır. Aksi şekilde davranmak, imalat sanayi lehine ve turizm, tarım gibi sektörlerin aleyhine olacaktır. Aynı zamanda bu tutum, refahının artırılmasını bekleyen toplumun, kendi yaşamsal tabanına zarar verecektir (DPT,1993,s.12).

Tüm bu tanımlamalara bakarak refahın kalkınmanın bir sonucu olduğunu söyleyebiliriz. Fakat refahın sadece gelirle değil, aynı zamanda yaşadığımız çevre ile de ilişkili olduğunu görmekteyiz; bu nedenle, toplumlar, kalkınma kavramı dışında kalan her şeyi yok sayarsa ve var olması gereken dengelyi kuramazsa, bu noktada, kalkınmanın, toplum üzerindeki olumlu etkisinden çok yıkıcı etkilerinden bahsetmek mümkün olacaktır. Kalkınma görüşünün getirdiği tahribatın yanı sıra, yükselen refah, toplumsal dönüşüme de yol açıyor ve tüketimi artırıyor. Bu da talebin yükselmesinin beraberinde daha da artan üretim, daha fazla kaynak kullanımı ve daha fazla atık anlamına gelmektedir.

Örneğin; refah artışı daha fazla et tüketimine sebep oluyor ve bu da beraberinde çevre tahribatı, toplumun sağlığında bozulma ve etik açıdan da hayvanların daha fazla acı çekmesine yol açıyor (Singer,2018,s.13).

Kaynakların kıt olmadığı bir dünyada yaşıyor olsaydık, paylaşım, bölüşüm gibi sorunlar olmazdı ve herkes özgür olurdu. Çünkü, kıt kaynaklarla sonsuz ihtiyaçların karşılanması gibi bir sorun, bu durumu optimize etmek gibi çabalar olmazdı. Fakat böyle bir dünyada yaşamıyoruz, aksine her geçen gün kaynakların azaldığı ve nüfusla beraber ihtiyaçların arttığı ve buna bağlı olarak birçok çıkar çatışmasının yaşandığı bir dünyada yaşıyoruz (Sayılğan, 1994,s.165).

Bu nedenle çevreyi göz önünde bulunduran kalkınma hedefleri ve bilinçlendirilmiş tüketici toplumu oldukça önem arz etmektedir.

#### *1.3.2.1.8.Sürdürülebilir Kalkınma*

Birleşmiş Milletler'in, 1982 yılında, Çevre ve Gelişme Komisyonunu kurmasıyla beraber, çevre ile kalkınma birlikte ele alınan bir süreç olmaya başlamıştır. İmzalanan anlaşmalar ile küresel bir işlerlik kazanmıştır (Bayraç ve ark,2018,s.20). Sürdürülebilir kalkınma kavramı, 1987 yılında, ilk kez, Gro Harlem Brundtland başkanlığında; Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (WCED) tarafından hazırlanan "Ortak Geleceğimiz "raporunda kullanılmıştır. Raporunda; sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin hakkını gasp etmeden, bugünün ihtiyaçlarını karşılamak şeklinde tanımlanmıştır (Aksu,2011,s.6). OECD'nin tanımına göre; sürdürülebilir kalkınma, gelecek kuşakların ihtiyaçlarının karşılanmasından ödün verilmeden, günümüz ihtiyaçlarını karşılamaktır (Ozmehmet,2008,s.1863).

Brundtland Raporu, 1960 yıllarının kalkınmacı ideolojisi ile, 1970'li yılların çevreci ideolojisini harmanlayıcı ve ortak noktada buluşturucu görevini üstlenmiştir (Aksu,2011,s.6). Özellikle, geleceği sahiplenmek anlamına gelen bu tutumda, hedef herkesin temel ihtiyaçlarının karşılanmasına yöneliktir. Bu nedenle, çevre ve ekonomi arasındaki ilişkilerin iyi bir strateji ile kurgulanması gerekir. Çevresel bozulmanın, geri döndürülemez olduğunu ve büyümenin sınırlarının hangi noktada çevreye felaket olarak döneceğinin kestirilemez olduğunu düşündüğümüzde bu doğru kalkınma stratejilerinin ne derece önemli olacağını anlayabilmekteyiz ([www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr)).

Brundtland ise; insanlığın, sürdürülebilir kalkınma tanımının gerekliliklerini yerine getirme gücüne sahip olduğunu dile getirmiştir. (Mısır,2016,s.10)

Sürdürülebilir kalkınma kavramının amaç ve hedeflerini anlamak, kavramı anlamayı kolaylaştıracaktır. Ekonomi ve çevrenin beraber ele alınması, sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturur. Bu nedenle ekonomi, insan, çevre, teknoloji odaklı düşünceler, sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin yönünü göstermektedir (Bayraç ve ark,2018,s.16).

“Ortak Geleceğimiz” raporunda bazı hedefler şu şekilde belirlenmiştir (Aksu,2011,s.6):

- Nüfusu kontrol altına almak,
- Kaynakları korumak ve geliştirmek,
- Büyüme sürdürmek,
- Büyümenin kalitesini değiştirmek,
- Ekonomik karar süreçlerinde çevreyi göz önünde bulundurmak,
- İnsanların temel ihtiyaçlarını karşılamak,
- Teknolojiyi dönüştürmek ve riskleri yönetmek.

Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi, bu hedeflere bağlıdır. Fakat koşullar her ülke için aynı değildir ve hedefleri her ülke için aynı anda gerçekleştirmek mümkün olmayacaktır. Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi için; üretim-tüketim sistemlerinin değiştirilmesinin güç oluşu, kaynaklar yönetilirken doğru stratejilerin kullanılmaması, ulusal ya da uluslararası gelir dağılımı eşitsizliği gibi bazı engeller bulunmaktadır (Bayraç ve ark, 2018,s.17).

Sürdürülebilirliğin temelini, bugünün ve geleceğin tüm fırsatlardan hakkaniyetli şekilde yararlanabilmesi felsefesi oluşturur ([www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr)). Sürdürülebilirlik kavramındaki bu hakkaniyet ve ileri görüşlü düşünce, görüldüğü üzere nesil içi olduğu kadar, nesiller arasındaki fırsat eşitliğini de vurgulamaktadır (Bayraç ve ark,2018,s.17). Geçmişte yaşanmış deneyimler, bu yaklaşımın ne derece önemli olduğunu bize daha iyi göstermektedir ([www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr](http://www.surdurulebilirkalkinma.gov.tr)).

Sürdürülebilir kalkınma amaçları için çalışan, en önemli kuruluş, Birleşmiş Milletler'in öncü kalkınma ajansı UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı -United Nations Development Programme)'dir. Bu hedefler, 2012 yılında, Rio de Janeiro'da toplanan, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı'nda ortaya konmuştur. Amaçlar 17 madde olarak (Resim 4: bkz) tanımlanmıştır.

**Resim 4 : Sürdürülebilir Kalkınma Amaç ve Hedefleri**



*Kaynak: UNDP*

Belirlenen 17 hedef, temelini; “Binyıl Kalkınma Hedeflerinin” başarıları üzerine kurmuştur ve bu hedeflere iklim değişikliği, yenilikçilik, sürdürülebilir tüketim, ekonomik eşitsizlik, barış ve adalet gibi yeni alanları da eklemiştir (UNDP). Görüldüğü gibi, iklim krizi her başlığın altında kendine yer edinmekte olan günümüzün en önemli sorunlarından.

#### 1.3.2.1.9.Çevre Sorunları

Çevre sorunları çoğunlukla insan faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Bunun temel nedeni ise eylemleri gerçekleştirirken doğal çevreyi dikkate almamaktır. Üretim, tüketim gibi insan faaliyetleri esnasında çevrenin tahrip edilmesi çevre sorunlarını meydana getirmektedir (Muşmul ve Yaman,2018,s.73).

Ekonomik bağlamda bakıldığında çevre sorunları ile karşılaşılıyor olmamızda en temel iki nedenin varlığından söz edilebilir. Bunlardan ilki doğa faktörünü sınırsız, tükenmez saymak hatta tamamen ücretsiz görmek ve doğa faktörlerini “serbest mal” olarak nitelendirmektir. İkincisi ise neredeyse tüm iktisadi eylemlere yansıyan maliyet minimizasyonu anlayışıdır (Ulucak ve Erdem,2012,s.81).

Çevre sorunları, sosyo-ekonomik sorunlarla da iç içe geçmiş, karmaşık ve küresel düzeyde sorunlardır. Çölleşme, ormansızlaşma, biyoçeşitlilik kaybı, iklim değişikliği, asit yağmurları, su, toprak ve hava kirliliği ve benzeri küresel çevre sorunları sınır tanımadan çevreyi ve sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. Bu sorunlar aynı zamanda insan ve diğer canlı türlerinin sağlığını, güvenliğini ve geleceğini tehlikeye atmakta , gıda ve su konusunda büyük problemler yaratmaktadır.(www.mfa.gov.tr)

İnsanların çevre üzerindeki hakimiyeti gelişmişlik düzeyi ile doğru orantılıdır. Bu nedenle gelişmiş ülkeler ve gelişmekte olan ülkeler arasında çevre sorunları farklılıklar göstermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde meydana gelen çevre sorunları genelde az gelişmişlikten kaynaklanırken, gelişmiş ülkelerde sorunlar daha çok sanayileşme ve kentleşme sebebiyledir (Muşmul ve Yaman,2018,s.73).

Çevre sorunlarının çözümü için kamu ve özel sektör kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve benzer çalışmalarının yanında ulusal, bölgesel ve uluslararası iş birliklerinin önemi de büyüktür. Çevre sorunlarının zincirleme reaksiyon özelliği bu tür birliktelikleri zorunlu kılmaktadır (www.mfa.gov.tr).

Bu başlık altında özellikle hayvancılık endüstrisi ilişkili dört ana çevre sorununa değineceğiz. Bunlar; küresel ısınma ve küresel ısınmaya bağlı iklim değişikliği, ormansızlaşma-ormansızlaştırma, su kirliliği ve biyoçeşitliliklerdir.

### 1.3.2.1.9.1.Küresel Isınma ve İklim Değişikliği

İnsan faaliyetleri sonucu ortaya çıkan gazların sera etkisi yaratması ile birlikte okyanuslarda ve atmosferde meydana gelen sıcaklık artışı küresel ısınma olarak adlandırılmaktadır ([www.mgm.gov.tr](http://www.mgm.gov.tr)). Atmosfer, CFC (Kloroflorokarbon), CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, O<sub>3</sub> gibi gazlardan oluşmaktadır. Bu gazlar güneşten yeryüzüne direk gelen ısıyı tutarak yeryüzünü belli bir sıcaklıkta sabit tutar. Atmosferdeki bu gazların ısıyı tutması sayesinde, okyanuslar ve denizlerin donması engellenmektedir. Atmosferin bu etkisine ise, sera etkisi denmektedir (Akın,2006,s.30).

Normal şartlarda, sera etkisi doğal bir oluşumdur ve iklimler üzerinde etkindir. Fakat sanayi devrimi ve özellikle 2. Dünya Savaşı sonrası, insan faaliyetlerinden kaynaklı sera gazı salınımı her geçen yıl daha da artmaya başlamıştır ([www.mgm.gov.tr](http://www.mgm.gov.tr)). Bu da yeryüzünden normalin üzerinde bir ısınmaya yol açarak küresel ısınmayı günümüzün en önemli çevre sorunu haline dönüştürmüştür. İklim değişikliği ise küresel ısınmanın sonuçlarından biridir. Küresel iklim değişikliği ise küresel ısınmanın etkisi ile diğer etmenlerin (nem, hava, kuraklık, yağış ve benzeri) iklime etkileri anlamını taşımaktadır (Bayraç ve ark,2018,s.35).

İklim değişikliğini ilk tanımlayan Nobel ödüllü S.August Arrhenius' tur. İsveçli bir kimyacı olan Arrhenius, bu tanımlamayı 1896 yılında yapmış ve atmosferde bulunan gazların bileşiminde yaşanan değişimlerin, Dünya'nın ısı üzerinde değişiklikler oluşturacağı öngörüsünde bulunmuştur (Bayraç ve ark, 2018, s.36).

İklim değişikliği BMİDÇS' de kıyaslanabilir bir süreçte gözlemlenen ve doğal süreçlere dolaylı ya da doğrudan eklenerek atmosfer bileşenlerinin dengesini bozarak iklime etki eden, insan faaliyetleri şeklinde tanımlanmıştır. Bilim insanları sera gazı salınımının özellikle sanayi devriminden sonra gözlemlemeye başlamıştır (Talu,2015,s.28).



## İklim değişikliğinin başlıca nedenleri;

İklim değişikliğinin nedenleri iki başlık altında toplayabiliriz. Bunlar; doğal faktörler ve insan kaynaklı faktörlerdir (Bayraç ve ark,2018, s.36-44).

### 1.Doğal faktörler

- Dünya'nın Presizyon hareketi<sup>21</sup>
- El Nino ve La-Nina etkileri<sup>22</sup>
- Kıta kayma Hareketleri, Volkanik ve diğer olaylar
- Güneşin etkisi

### 2.İnsan kaynaklı faktörler

- Sera etkisi
- Fosil yakıt tüketimi
- Nüfus artışı, Sanayileşme, Kentleşme
- Ormansızlaştırma
- Biyoçeşitlilik kaybı
- Kentlerin ısı adası etkisi
- Tarımsal faaliyetler
- Ozon tabakasının delinmesi
- Atıklardan kaynaklı etkiler (geri dönüşüm)

İklim değişikliğinin sebep olduğu olaylar aşağıdaki gibidir; (TASAM,2006)

Küresel ısınmanın artması ile birlikte,

- Bitki örtüsü ve buzul alanlarda azalma
- Okyanusların ısınması ve ortalama su seviyesinde artış
- Mevsimlerin uzaması
- Buz tabakalarının daha geç oluşup, daha erken erimesi
- Bitki ve hayvan nüfuslarında azalış
- Buzulların küçülmesi

---

<sup>21</sup> Belli sürelerde oluşan basıklaşma, eksende doğrusal bir kayma ve dairesel sapma ve tüm bunlara bağlı olarak zaman zaman soğuk ve bunların içinde uzunca sürelerde de sıcak dönemler geçirilmesidir.

<sup>22</sup> Okyanuslardaki akıntuların değişimlerinde dünyaya yaptığı etki. el nino(mevsim normallerinden daha soğuk dönemler) ve la Nina (mevsim normallerinden daha soğuk dönemler) yüzey sularının aşırı ısınma ve soğumasına sebep olarak aşırı hava olayları ve doğal felaketlere yol açar.

Tarımsal faaliyetler kaynaklı, küresel ısınma sebebi olan, en önemli iki etken; metan gazı ve azotoksittir. Gübreleme, sulama, ilaçlama, kullanılan tarımsal araçlar, üretimde verimlilik sağlasa da atmosfere salınan gaz miktarını artırarak dengeyi bozmaktadır. %32 gibi bir oranda metan gazı salınımı hayvanların beslenmesi esnasında ortaya çıkmaktadır (Bayraç ve ark,2018,s.43).

Tarımsal kaynaklı sera gazı salınımı incelemelerinde endüstriyel hayvancılık salınımlarının geleneksel karma üretimden 2 kat ve mera tipi üretimden ise 6 kat daha fazla olduğu görülmüştür. Gazların sera etkisinde metan birincildir. Metan gazının ısı tutma etkisi, CO<sub>2</sub>'ye göre 21 kat daha fazladır. Toplam metan emisyonlarının %70'i insan faaliyetleri kaynaklıdır. Metan gazı Ruminant hayvanlar öncelikle olmak üzere gübre depolanması ve benzer faaliyetlerle ortaya çıkmaktadır. Metan emisyonunun toplam ısınmaya etkisi %13'tür (Koyuncu ve Akgün, 2018,s.153-155).

Metan gazının yanı sıra yine atmosferde çok etkili gazlardan bir diğeri de azotdioksittir (bazı kaynaklarda diazot oksit olarak da adlandırıldığı görülmüştür).

Meralarda otlatma sonucu oluşan idrar, gübre ve meralarda kullanılan gübre birikimleri önemli bir N<sub>2</sub>O kaynağıdır. Küresel alanda ortaya çıkan N<sub>2</sub>O salınımlarının %65'i hayvansal üretim kaynaklıdır (Koyuncu ve Akgün, 2018,s.153-155).

N<sub>2</sub>O gazı salınımına tarımsal faaliyetlerin etkisi, atıklarla birlikte ele alındığında %79,4 oranında, CH<sub>4</sub> ise %46,5 oranındadır. (Şahin ve Avcıoğlu,2016,s.159) İklim değişikliği insan ve canlı yaşamını tehlikeye soktuğu gibi tarımsal faaliyetleri de etkilemektedir.

Ulusal Bilimler Akademisi'nin 2014 yılında hazırladığı rapora göre; Amerika Birleşik Devletleri'nde mısır, soya fasulyesi, buğday ve pirinç üretiminde iklim değişikliğine bağlı yaşanacak olan kuraklığın etkisi ile 21. yüzyıl sonlarına kadar %43 düşüş öngörülmektedir (Talu,2015,s.38).

Türkiye de küresel ısınmadan etkilenecek olan riskli ülkeler arasındadır. Türkiye'nin özellikle su kaynaklarının azalması, kuraklık, orman yangınları ve çölleşme ile bu sorunlara bağlı ekolojik tahribatlar gibi sorunları yaşayacağı öngörülmektedir (Köknaroğlu ve Akünal,2010,s.68). Türkiye'nin riskli ülkeler arasında yer almasının nedeni ise, yarı-kurak bir iklime sahip oluşudur. Aynı zamanda Türkiye'nin güneyi çöl kuşağına ev sahipliği yapmaktadır ve küresel ısınmayla beraber güneydeki iklim, kuzeye doğru taşınmaktadır. Sıcaklıkta meydana gelebilecek 1- 3,5 C derecelik bir değişim orta enlemde hâkim iklim koşullarının, yaklaşık 150-550 km kutuplara taşınmasına yol açacaktır. Bu değişime karşı adaptasyon süreci bazı türler için mümkün olmayacaktır ve bu da ciddi bir biyo-çeşitlilik kaybına yol açarak Türkiye'yi de çölleşme sorunu ile baş başa bırakacaktır. Bu nedenle gerekli önlemlerin hızla alınması gerekmektedir (Aksay ve ark,2005,s.39).

Yeni yapılan çalışmalarda küresel ısınmanın sanayileşmeden kaynaklı oluşu Batılı ülkelerin asıl sorumlular olduğu inancını sorgulamaktadır. Bu konu üzerine çalışan James Hanson bazı dikkat çekici bulgular elde etmiştir. Hanson'a göre petrol ürünlerinden kaynaklanan küresel ısınma başka gazlarla dengelenmektedir. Hanson'a göre dengelenemeyen gaz metan'dır. Hanson, metan gazının petrol ürünlerinden değil hayvancılık faaliyetlerinden kaynaklandığını dile getirmektedir. Bu bilgiye göre, küresel ısınmanın gelişmişlikle bağlantısını tekrar sorgulamamız gerekecektir (Şahin,2002).

Aynı zamanda iklim değişikliğine neden olan ülkeler kendileri dışındaki ülkelerin de insanlarına ve doğasına zarar vermektedir. Bu da akıllara etik konusunu getirecektir. Örneğin; 2050 yılına kadar Bangladeş'in kıyı şeridinde yaşamlarını sürdüren insanlar, iklim değişikliğine bağlı olarak yaşanacak; sel, erozyon, kalitesizleşen içme suyu gibi sorunlardan dolayı topraklarını bırakmak ve göç etmek zorunda kalacaklardır. Özellikle yoksul küçük ada ülkelerinin hemen hemen hepsi yaratıcısı olmadıkları bir problemden dolayı topraklarını kaybetmek durumunda kalacaklardır (Talu,2015,s.69).

Küresel ısınma, dünyada kıtlık, kuraklık, hastalıkları tetikleyecek, bu sebeple de önemli ticari ve diplomatik sorunlara neden olabilecek, oldukça önemli bir problemdir (Bayraç ve ark,2018,s.35-36). Probleme dikkat çekmek isteyen tarafları incelediğimizde sorunun boyutunun ne kadar büyük olduğunu görmekteyiz.

Ruhani Lider Papa Francis insanların doğayı hırpaladığını ve buna hızla devam ettiğini oysa bunun en büyük günah olduğunu belirterek, tüm siyasi liderleri Paris İklim Anlaşmasını imzaya davet etti (Talu,2015,s.50-51). 2015 yılında Katolik kilisesi tarihinde ilk defa iklim değişikliği üzerine bir genelge hazırlayarak, tüm Hristiyan dünyasını diyaloga davet etti (Talu,2015,s.51).

İslami liderler de, Müslümanları, iklim değişikliği mücadelesinde aktif rol oynamaya ve Paris İklim Anlaşmasını imzaya çağırıldılar. Sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik çaba ve yatırımlar için çağrı yapan liderler aynı zamanda özellikle petrol üreten, nispeten daha zengin ulusları, sera gazı emisyonlarını azaltmaları ve en geç 2050 yılına kadar durdurmaları konusunda da uyardı. Hindular, Budistler, Hahamlar ve diğer Hristiyanlardan da benzer tepkiler ve çağrılar yükseldi. Pew Araştırma Merkezi verilerine göre; inanç grupları dünya nüfusunun yaklaşık % 84'üne denk gelmekte ve bu da dini grupların çağrı ve desteklerinin önemini göstermektedir ([www.unfccc.int](http://www.unfccc.int)).

#### *1.3.2.1.9.2.Ormansızlaşma-Ormansızlaştırma*

Ormansızlaşma, geri dönüştürme, yeniden ağaçlandırma amacı ve çabası olmaksızın ağaçların kesilmesi demektir ([www.topraktema.org](http://www.topraktema.org)). Ormanlar dünya genelinde toplam arazinin % 31'ini oluşturmaktadır. Bu da yaklaşık 4 milyar hektara denk gelmektedir. Fakat 1990-2000 yılları arasında yılda 8,3 milyon, 2000-2010 yılları arasında ise yılda 6,2 milyon hektarlık alan kaybedilmiş bulunmaktadır. Ormansızlaşma, dünya genelinde azalma eğiliminde olsa da Brezilya-Amazon ormanlarındaki tahribatın hızı, %36 oranında artmış bulunmaktadır. Tarımsal alan ihtiyacı, besi hayvancılığı, mera alanlarının bozulması ve enerji-maden gibi yatırımlar sebebiyle artan ormansızlaşma, ormanların tahribatı kaynaklı sera gazı salınımlarının %17-18'inden sorumludur (Gündoğan ve ark,2016,s.76). Fotosentez ile karbondioksit gazının tutulmasını gerçekleştiren ormanların tahrip edilmesi, depo görevi gören ağaçların ve bitkilerin azalması demektir (Talu,2015,s.29). Bu da küresel ısınmanın bir diğer önemli sebeplerindendir.

Ormansızlaşma, biyoçeşitliliği de zarar verir çünkü ormansızlaşma aynı zamanda canlıların yaşam alanlarını da yok etmek demektir ([www.topraktema.org](http://www.topraktema.org)). Ormansızlaşmanın öncelikli nedenlerini anlamak için eylemi gerçekleştirenleri tanımak gerekir. Eylemi gerçekleştirenler; hayvan otlatanlar, tarla açıcılar, çiftçiler, yakacak toplayıcılar ve maden ticareti yapan işletmeler gibi kimselerdir. Ormansızlaşma üzerine tartışılan konularda, nedenler ve gerçekleştirenler konusunda bir ayrıma gidilmemektedir. Bu nedenle ormansızlaşmaya sebep, ekonomik açıdan rasyonel davranış gösteren gruplara indirgemektedir. Fakat, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü, 2001 yılında yayınladığı orman raporunda ilk defa yolsuzluğun ormansızlaşmanın ana nedeni olduğunu ifade etmiştir (Koyuncu ve Yılmaz,2005,s.73).

Ormansızlaşmanın ana nedeninin tarımsal üretim nedeniyle ormanlık arazilerin tahribatı olduğunu bilmekteyiz ([www.topraktema.org](http://www.topraktema.org)). Her yıl İngiltere'nin yüzölçümünün yarısına yakın bir alan mera ve tarım arazisi elde etme, kentsel genişleme, ihtiyaçlara yönelik hammadde veya yangınlar nedeniyle yok olmaktadır ([www.worldwildlife.org](http://www.worldwildlife.org)).

Oxford Üniversitesi araştırma görevlisi Joseph Poore'un araştırmalarına göre; Dünyadaki tarım arazilerinin yaklaşık %80-85 i hayvancılık tarımı için kullanılmakta olduğu ve eğer hayvanları beslemeyi durdursaydık, bir milyar tondan daha fazla ek gıda ürünü insanların için temin edilebileceğimiz sonucuna ulaşılmıştır. Bazı tahminler, tarihi küresel ısınmanın %40'ının ormanların hayvancılık tarımı için tahrip edilmesinden kaynaklandığını söylüyor. Görüş; vegan olmanın bu arazilerin kullanımını % 75 oranında azaltabileceği ve aynı zamanda 25.000 nesli tükenme tehlikesiyle karşı karşıya olan türleri kurtarmaya da yardımcı olabileceği yönündedir (Million Dolar Vegan).

Tüm bunların yanı sıra, toprağı bitki örtüsünden yoksun bırakmak erozyonun en önemli sebeplerindendir. Erozyon suyun niteliğini bozar ve miktarının azalmasına yol açar. Balık ve diğer su canlıların yaşamlarını tehdit eder. Bu nedenle gerekli önlemlerin alınması oldukça önemlidir (Güler ve Çobanoğlu,1994,s.15).

### 1.3.2.1.9.3.Su Kirliliği ve Su Kıtılığı

Su, insan yaşamı için gerekli en temel öğelerden birisidir ve içerisinde barındırdığı mineral ve vitaminler insan vudunu için vazgeçilmez niteliktedir. Vudumuzda birçok görevde yer alan su, aynı zamanda PH dengesinin korunmasında ve vuttaki atıkların atılmasında yardımcı olur (Akın ve Akın:2007,s.107).

Varoluşumuz suya bağlıdır, vudumuzdaki etkilerinin yanı sıra sudan yiyecek ve içecek elde etmek için de faydalanırız. Tarım faaliyetleri nehir ve gllerden gelen tatlı su ve yağmur suyuna bağlıdır (Qu Dongyu, FAO, 2020:Foreword).

Yer altı su kaynaklarının aşırı şekilde ve dikkatsizce kullanımı kaynakların varlığını tehlikeye atar, hatta tükenmesine neden olabilir. Bu kaynakları eski haline getirmek çok uzun yıllar alır. Günümüzde endüstri ve sulama alanlarındaki plansız ve yanlış uygulamalar ölleşme ve su kaynaklarında azalmaya yol açmaktadır. Bunun yanı sıra endüstriyel atıkların arıtılmadan toprakla buluşturulması, atıkların su kaynaklarına karışması da su kirliliğine yol açarak kullanılabilir su miktarında azalmaya yol açmaktadır (Güler ve obanoğlu,1994,s.15).

iftliklerde toplanan gübrelerin depolarında sızıntılar meydana gelebilmektedir ve bu da su kirlenmesine yol açan kaynaklardan biridir (Koyuncu ve Akgün,2018,s.156, Polat ve Olgun,2009,s.72).

Gelecekte, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sanayinin gelişmesiyle beraber küresel su talebinin büyük oranda artacağı öngörülmektedir. İnsan refahının artışı ile daha fazla hayvansal ürün, enerji ve gıda ihtiyacı artacaktır. Bunun sonunda ise su kıtlılığı sorunu yaşayan ülke ve bölgeler sayıca artacaktır. Su kıtlılığı sorunu, bol yağışlı bölgelerde dahi üretim ve nüfus artışına bağlı olarak yaşanabilecek bir sorundur. 2025 yılı için öngörülen ise dünya nüfusunun yaklaşık %64'ünün susuzluk sorunu çeken bölgeler içinde kalacağıdır (Doreau and Corson, and Wiedemann,2012,s.9).

İnsanlar genelde su tüketimini yalnızca musluktan akan su ile bağdaştırma eğilimindedirler ve gün içinde tükettikleri ürünlerin üretimi esnasında kullanılan miktarı ya da ürünün sebep olduğu su kirliliği akıllarına gelmez. Başka bir deyişle küresel su ayak izlerinden bihaber biçimde eylemlerini gerçekleştirirler. Oysaki dolaylı su tüketimi doğrudan tüketimin 50-100 kat üstüdür (Soytürk,2019,s.94).

Susuzluk ve su kirlenmesi konusunda hayvancılık endüstrisi başı çekmektedir. Atıkların ve hayvansal gübrelerin yeraltı ve yerüstü su kaynaklarını kirletmesinin yanı sıra hayvansal gıda üretiminde hayvanlar için kullanılan su miktarı da oldukça yüksektir.

Dünya çapında su kullanımının %70'ini tarımsal sulama oluşturmaktadır (www.weforum.org). Bu oran DSİ'nin rakamlarına göre %71,3, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün 2016 yılında yayınladığı rapora göre %69 dur (www.csb.gov.tr). Kırmızı et ve kümes hayvanları en yoğun su tüketen gıda ürünleridir. Bir kilo sığır eti elde edebilmek için gereken su miktarı ortalama 15.415 litredir. Özellikle hayvanların tükettiği besinlerin yetiştirilmesi esnasında fazla su kullanılmaktadır (www.weforum.org). Hayvansal besinlerin yetiştirilmesi için gereken su miktarının yüksek olmasının yanı sıra hayvanların su tüketimi de oldukça yüksektir.

KOP (Konya Ovası Projesi) İdaresi Başkanı Prof. Dr. Mehmet Babaoğlu'nun verdiği bilgilere göre bir sığır günde yaklaşık 50-200 litre arası su tüketiyor. Bir inekten, bir litre süt elde edebilmek için, ineğin 3-4 litre su içmesi gerekiyor. Ahır temizliğini de hesaba katarsak bir baş için harcanan günlük su miktarı 300 litrele varıyor. Yani bir kilogram et için üretim esnasından sofraya gelene kadar harcanan su miktarı sığırlarda 15,5 ton, koyunda 10 ton, keçide ise 5,5 ton olarak hesaplanmaktadır. Hayvancılık işletmelerinde zorunlu yem bitkileri ekimi dahil, bir büyükbaş için gerekli olan ortalama yıllık su miktarı 2 bin tondur (www.aa.com.tr). Özellikle hayvancılığın yoğun olarak yapıldığı Brezilya'da, su, nehirlerin kurumaya başlaması nedeniyle karneye bağlanmıştır (Talu,2015,s.38).

Yukarıda verilen bilgilerden anlaşılacağı gibi, hayvancılık endüstrisinin sürdürülebilirliği konusu tartışmaya açıktır. Hem arazi ihtiyacının fazlalığı hem de su tüketiminin fazlalığı, hayvancılık endüstrisinin dünyanın geleceği adına sorgulanması gereken bir faaliyet alanı olduğunu göstermektedir.

Diğer tüm sorunlar gibi, su ayak izindeki ekonomik sürdürülebilirlik de çevresel ve sosyal açıdan sorunlara neden olma potansiyeli taşır. Bu nedenle sorunlar ele alınırken daha bütüncül bir bakış açısı geliştirilmelidir. Farklı disiplinlerden de faydalanarak sürdürülebilirlik; çevresel, toplumsal ve ekonomik olarak her yönüyle değerlendirilmelidir (Soytürk,2019,s.105-106).

Tahminler; 2030 yılında artan su talebi ve giderek azalan temiz su kaynaklarının eğrilerinin birbiriyle kesişeceğini göstermektedir. Bu durum aynı zamanda evrensel bir krizin var olabileceğinin göstergesidir ve bu nedenle elimizde var olan kaynakların korunması büyük önem taşımaktadır (Ertaş ve Sarımehmetoğlu,2019,s.142).

#### *1.3.2.1.9.4.Biyoçeşitlilik*

İçinde bulunduğumuz ekolojik ortam ve canlı organizmalar arasındaki değişkenlik ve çeşitliliğe “biyolojik çeşitlilik” denmektedir. Hayvan, bitki ve mikroorganizmalar gibi canlılar ile onların bir arada yaşadığı; toprak, hava, su ,mineral gibi cansız varlıkların etkileşim içinde oldukları yapıya ise “ekosistem” denmektedir. Canlı yaşamı, tarih boyunca oluşan tür, genetik, ekosistem çeşitliliğine yönelik tüm birikimler, biyolojik çeşitliliktir. Biyoçeşitlilik ve ekosistem, ekolojik dengenin işlemlerini ve değişen dengelerin yeniden kurulmasını sağlarlar. Bu da yaşamı olanaklı kılmak demektir.



Geçtiğimiz yüzyılda, ekosistemler ve biyolojik çeşitlilik insan faaliyetleri ile beraber çok ciddi zararlar görmüştür. Yanlış arazi kullanımı, ormanların tahrip edilmesi ve insan faaliyetlerine dayanan iklim değişikliği, kirlenme gibi sebeplerle oluşan tahribat yavaş gerçekleşse de dönüşü imkansızdır. Bu eylemler ekosistemlerin yapısını ve fonksiyonlarını bozarak biyolojik dengenin zarar görmesine yol açmaktadır. Biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemlerin zarar görmesi türlerin göç etmesine, yok olmasına ya da bazı türlerin sayılarının artmasına yol açmaktadır. İklim değişikliğinin, biyoçeşitliliğe ve ekosisteme verdiği zarar, ekolojik sistemin parçası olan besin zincirinde bazı değişim ve kopmalar gibi henüz netleştiremediğimiz birçok felaketle insanlığı yüz yüze bırakmaktadır (Demir,2009,s.43-44).

İklim değişikliği, kirlilik, aşırı arazi ve girdi kullanımı, ormansızlaşma gibi bir çok unsurun birbiriyle etkileşimi biyoçeşitlilik üzerindeki baskıyı artırmaktadır. Kentleşme, ticaret, demografik değişimler ve özellikle gıda sistemlerinin, gıda ve tarımın biyoçeşitliliği ve dolayısıyla ekosistem üzerinde olumsuz etkileri olduğu bilinmektedir. Bu olumsuz etkiler kısmen de olsa, yanlış tarım uygulamaları nedeniyle oluşmaktadır. Biyoçeşitlilik kaybındaki temel nedenleri ormanların tahribatı, suların kirlenmesi ve ekosisteminin bozulumu, entansif üretime geçiş şeklinde sıralamak mümkündür. Ülkeler özellikle gıda ve tarıma yönelik biyoçeşitlilik kaybının nüfus artışı ve kentleşmenin yanı sıra gıda sistemlerinin makineleşmesi ve bu sebeple kullanımının aşırı hale gelmesi sebebiyle olduğunu belirtmektedirler. Politik önlemler sürdürülebilir kullanım ve koruma konusunda büyük önem taşımakta ancak bu amacı destekleyecek politikalar genellikle yetersiz kalmaktadır (FAO,2019,s.6).

Biyolojik çeşitlilik kavramı artarak ekonomi ve politika gibi alanlarda da konuşulmaya başlamıştır. Rio sözleşmesinde de, biyoçeşitliliğin korunmasına yönelik maddeler yer almıştır ve hükümetlerin, işletmelerin, eğitim ve araştırma kurumlarının desteklerinin önemi vurgulanmıştır. Günümüzde, içerisinde bulunduğumuz çevre sorunlarının ana kaynağının, insan faaliyetleri olduğunu kabul etmekteyiz. Bu nedenle sorunların çözümü de yine insanlarla gelecektir. Bunun için çevre, biyoloji ve bireysel sorumluluklar gibi konularda verilecek eğitim ve motivasyon yöntemleri büyük önem taşımaktadır (Erten,2004,s.98).

### *1.3.3.Sağlık Nedeniyle Veganlık*

Sağlık, Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımlamasına göre; yalnızca sakat ve hastalığın olmaması durumu değil; toplumsal, psikolojik ve biyolojik yönlerin bütünüyle bir iyilik halidir. İnsanların vegan olma nedenlerinden biri de sağlıktır, yapılan birçok araştırmada vegan/vejetaryen beslenenlerin sağlığının, hayvansal gıda ile beslenenlere göre daha iyi durumda oldukları saptanmıştır. Vegan beslenme kilo kontrolü, yüksek tansiyon, diyabet gibi rahatsızlıkların kontrol altına alınmasında ve önlenmesinde etkilidir (Kendilci,2020,s.5;Özcan ve Baysal,2016,s.108).

Vegan beslenmenin daha sağlıklı bir beslenme şekli olduğuna dair çalışmaların sayısı özellikle son yıllarda artmıştır. Beslenmenin bu yöne kaymasında, laktoz intoleransı olan insanların, hayvansal gıdaların yarattığı bu alerjik reaksiyonun, bitkisel alternatiflerde olmaması sebebiyle vegan diyeti benimsemeleri, vegan diyeti benimseyen kişi sayısının artışında önemli etken olmuştur (Erk ve ark,2019,s.455,Tunçay,2018,s.26).

Sağlık nedeniyle vegan/vejetaryenliği tercih edenler, bu seçimden sağlıklı yaşamak, kilo vermek gibi faydalar sağlarlar ve bu nedenle hayvansal gıda tüketiminden kaçınırlar (Fox and Ward,2008,s.3). Yapılan çalışmalarda vegan/vejetaryen beslenmenin obezite gibi hastalıkların tedavisinde bitkisel ağırlıklı beslenmeden daha etkili olduğu görülmüştür (Erk ve ark,2019,s.456).

Dengeli şekilde oluşturulmuş vegan/vejetaryen diyetlerin aynı zamanda kalp-damar hastalıkları ve kanser gibi birçok hastalığın tedavisinde de olumlu etkileri olabilmektedir (Özcan ve Baysal,2016,s.112;Gökçen ve ark,2019,s.51-53). Burada önemli olan nokta dikkatli şekilde hazırlanmış dengeli bir beslenmedir. Veganlar çoğunlukla hayvansal gıdalardan alınan B12 ve D vitaminlerini takviye almalıdırlar. (Kendilci,2020:5;Özcan ve Baysal,2016,s.112;Gökçen ve ark,2019,s.51-53).

Dr.Walter Kemponer'in bazı hastalıkların bitkisel beslenme ile tedavisinin mümkün olabileceği üzerine yaptığı çalışmaların bu alanda ilk çalışmalar olduğu tahmin edilmektedir. Dr. Kempne, hipertansiyon sorununa sahip hastaları; yalnızca pirinç ve meyve içeren bir diyetle tedavi edebilmeyi başarmıştır. 1900 yılında ise, Dean Ornish tarafından, bitkisel beslenmenin kalp krizini engellediğine yönelik ilk çalışma yapılmış ve Lancet dergisinde yayımlanmıştır. Az yağlı bitkisel beslenmenin kalbe giden damarlarda oluşan tıkanıklığı azalttığı tespit edilmiştir. Bitkisel diyete tabi tutulan hastaların %82'sinde damarlarda genişleme görülürken, diyetin uygulanmadığı hastalarda ise daralma artmıştır. Dr.T.Colin Campbell ise, az yağlı vegan beslenme üzerine ilk çalışan bilim insanı olmuştur. Çin Koruyucu Tıp Akademisi ile ortak yürüttükleri çalışmaya göre; hayvansal beslenmenin ağırlıklı ve fazla olduğu kişilerde kalp rahatsızlıklarının yanı sıra kanser riski de artmaktaydı (Kınıkoğlu,2015,s.15). Tüm bu bilimsel çalışmalardan elde edilen verilere göre hayvansal beslenmenin aşağıdaki hastalıklara neden olabileceğini söyleyebiliriz (Kınıkoğlu,2015,s.13).

- Ölüm ve kanser riski artışı,
- Kolesterol yükselişi,
- Kalp krizi,
- Diyabet,
- Bulaşıcı, salgın hastalıklar,
- MS riskini artırır.

Ayrıca sütte bulunan kazein maddesinin etkileri sebebiyle otizmlili bireylerin diyetinden süt ve türevleri ürünlerin çıkartılmasının tedavide etkin olduğu düşünülmektedir (Önal ve Uçar,2017,s.181). İnsanlar için beslenmede en önemli kaynağın protein olduğunu bilmekteyiz fakat beslenme için protein kaynaklarını, sadece hayvansal gıda ile bağdaştırmak ciddi bir yanılgıdır. Vegan diyetlerde tüketilen bitkisel proteinler, kurubaklagiller, çekirdekler, yağlı tohumlar, tahıllardan yeterli düzeyde tüketildiğinde gerekli protein ihtiyacını karşılanabilmektedir. Aynı zamanda bu proteinler kolesterol içermezler (www.hsgm.saglık.gov.tr). Dünya genelinde bulunan bitkiler yenilebilir protein kaynaklarına yönelik talebin %65'ini karşılamaktadır. Yüksek oranda bitkisel protein içeren ürünler, soya sütü, soya peyniri(tofu), tempeh, seitan, baklagiller, tahıllar, tohumlar ve kuruyemişlerdir (Mann,2014,s.14). Hayvansal beslenmenin sağlık üzerindeki etkileri işgücü ve verimlilik kaybı olarak topluma yansiyabilmektedir. Aynı zamanda hastalıkların kamuya önemli bir mali yükü bulunmaktadır.

Dünya genelinde kardiyovasküler hastalıklar, kanser, solunum yolu hastalıkları ve diyabet bulaşıcı olmayan hastalıklar içerisinde en öldürücü etkiye sahip olanlardır. Her şey bugün var olduğu gibi devam ederse, Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)'nün tahminlerine göre 2030 yılında bulaşıcı olmayan hastalıklardan dolayı ölüm sayısı 55 milyona yükselecektir. 2008 verilerine göre bulaşıcı olmayan hastalıklardan dolayı ölüm sayısı 36 milyon olarak gerçekleşmiştir ve bu toplam ölüm sayısının %63'üne denk gelmektedir. Bu oran içerisinde önemli bir paya sahip olan hastalık, diyabet ise, 21. yüzyıl ile beraber insan sağlığı için önemli bir tehdit unsuru olmaya başlamıştır (Öcal ve Önsüz,2018,s.26). Toplam sağlık harcamaları içerisinde diyabet tedavisinin mali yükü, %12 olarak kaydedilmiştir. IDF Diyabet Atlas'ının 2015 yılında yayınlamış olduğu verilere göre diyabet tedavisine yönelik harcamaların 2040 yılında % 19 oranında artacağı öngörülmüştür (Öcal ve Önsüz;2018,s.28).

TÜİK(2019): verilerine göre 2019 yılında sağlık harcamaları bir önceki yıla göre %21,7 oranında artarak, 201 milyar 31 milyon TL'ye yükselmiştir. Özel sektör harcamalarının payı 44 milyar 212 milyon TL olarak gerçekleşmiştir. Tüm bunların dışında hayvancılık salgın hastalıklarla da ilişkili bir endüstridir.

Son 20 yılda insanlık SARS, Domuz Gribi, Ebola, MERS ve son olarak da COVID-19 gibi küresel düzeyde pandemilere tanıklık etmiştir. Yüksek ölüm oranlarına sahip ve büyük kesimleri etkileyen bu hastalıkların kaynağı zoonotik patojenlerdir. Küreselleşen dünyada uluslararası ticaretin artışı, seyahat serbestisi bu hastalıkların yayılma hızını oldukça artırmaktadır. Böylece hastalıklar doğdukları yerden bağımsız olarak kişiler yada ticari faaliyetler aracılığı ile başka ülkelere ve hatta başka kıtalara kolayca taşınmaktadır (Koçer,2020,s.1,Beyaz,2021,s.183).

Özellikle tarım ve hayvancılıkta meydana gelen kapitalistleşme süreci yeni hastalıkların ve sağlık sorunlarının meydana gelmesine yol açmıştır. Halk sağlığının önüne ne yazık ki endüstriyel tarım ve hayvancılık endüstrisinde faaliyet gösteren şirketlerin çıkarları geçmiştir. Küresel ticaretin aksamaması, sağlıklı gıdaya erişimden daha öncelikli bir hal almıştır. Daha düşük maliyetle daha yüksek kar çabası hayvanları, küçük kafeslere hapsedilen makineler haline getirmiştir. Bu tutum hayvanlar arasında çeşitli salgın hastalıklara ve toplu ölümlere yol açmaktadır (Beyaz,2021,s.196).

Hastalıkların bazen bazı bölgelerde uzun süreli hatta kalıcı yoksulluğa neden olan büyük bir sosyo-ekonomik etkisi vardır. Dünya bankası 12 yılda yalnızca zoonotik hastalığın ekonomik yükünün 80 milyar ABD Doları olduğunu tahmin etmektedir. (WWF,2020,s.9)

2020 yılında yayınlanan Proveg- Gıda ve Pandemi raporunda; zoonotik hastalıkların ortaya çıkma ve yayılmalarındaki başlıca sebepler ele alınmıştır. Bu araştırma; gündemimizde var olan Covid-19 ile küresel hayvan bazlı beslenme sistemi arasındaki ilişkileri ve bağlantıları incelemektedir. Zoonotik hastalıkların oluşumunda üç temel sebebin varlığından bahseden rapora göre; ilki ekolojik sistemlerin yok edilmesi ve biyoçeşitliliğin kaybı ki bu sorunlar büyük ölçüde hayvansal tarımdan kaynaklanmaktadır. İkincisi ise; yabani hayvanların yiyecek olarak kullanımı ve sonuncusu ise çiftlik hayvanlarının yiyecek olarak kullanımınıdır. Rapor; nüfusun artışıyla beraber, hayvansal gıdada oluşacak olan talep artışının beraberinde zoonotik başka salgınların riskini taşıdığını vurgulamakta ve gelecek için önlem almak adına küresel gıda sisteminin değiştirilip, dönüştürülmesini ciddiyetle tavsiye etmektedir (Proveg,2020,s.5).

Saydığımız tüm olumsuzlukların yanı sıra hayvanlardan insanlara antibiyotik direnci aktarılabilir. Hayvanlara verimlerini artırmak için aşırı antibiyotik yüklemesi yapılmakta ve hayvanlarda bulunan antibiyotiğe karşı dirençli mikroorganizmalar, iyi pişmemiş hayvansal gıdalar, toprağa karışan sebzeyle etkileşen hayvansal gübreler ve hayvansal atıklarla kirlenen sular yolu ile insanlara aktarılmaktadır (Daş ve Atmaca,2015,s.70).

Tüm bunların dışından insanların sıklıkla yanılıya düştüğü GDO'lu Gıdalar konusu da sağlık açısından önem arz etmektedir. İnsan tüketimine sunulan soya ve mısır dahil hiçbir ürünün GDO'lu olmasına müsaade edilmez, fakat bu ürünlerin GDO'lu versiyonları hayvan yemi olarak sıklıkla kullanılmaktadır ([www.tarimorman.gov.tr](http://www.tarimorman.gov.tr)).

Yukarıda sağdığımız tüm bu nedenlerin ve bireysel bilinçlenmenin bazı tüketicilerin hayvansal gıdalardan uzak durmaları ve sağlık nedeniyle veganlığı seçmeleri konusunda etkili oldukları düşünülmektedir.

## II.BÖLÜM

### DÜNYA'DA ve TÜRKİYE'DE VEGAN YATIRIMLAR

#### 2.1.Uluslararası Pazarlama

İlk olarak ABD' de gelişen pazarlama bilimi sonrasında diğer ülkelere yayılmıştır. İlk pazarlama dersi ABD Pennsylvania Üniversitesi'nde "Malların Pazarlanması" ismiyle W.E. Krewsi tarafından 1905 yılında okutulmuştur. Daha Sonra Wisconsin Üniversitesi'nde R.S. Butler tarafından 1910 yılında "Pazarlama Yöntemleri" ismiyle ders verilmiştir. Bu gelişmeler sonrasında pazarlama bilimi, bir disiplin haline gelerek akademide yer edinmiştir. Pazarlama için farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Pazarlama; insanların değişim yoluyla istek ve ihtiyaçlarını doyurması eylemleridir (Çakırer,2015,s.37-38).

Pazarlama; kar elde etmek amacıyla hedeflenmiş müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını doyumaya yönelik firma eylemleridir. Bu eylemleri işletme kaynaklarının planlanması, çözümlenmesi, örgütlenmesi, denetlenmesi ve kullanılması şeklinde sıralayabiliriz. Uluslararası pazarlama ise tüm bu faaliyetlerin küresel çapta gerçekleştirilmesidir (Kozlu,Karaca,2019,s.8).

Yerel pazarlama için kullanılan pazarlama araçları ülkeler arası pazarlama araçlarıyla aynıdır ancak pazarlamaya yönelik eylemlerin farklı ülke ve ortamlarda uygulanıyor olması sebebiyle araçların içeriğinde bazı farklılıkların oluşabileceği düşünülmektedir (Demirtaş,2020,s.1).

Uluslararası pazarlama; en genel tabir ile, pazarlamaya konu olan tüm ürün ve hizmet faaliyetlerinin birden çok ülkede yapılmasıdır. Örgüt ve kişilerin amaçlarının gerçekleşmesini sağlayacak, mal ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırması, tutundurması ve dağıtımı gibi tüm süreçlerin birden fazla ülkede uygulanmasıdır (Demirtaş,2020,s.2). Uluslararası pazarlama yönetimi oldukça önemlidir. Uluslararası pazarlama yönetimi kapsamında kararlar alınırken, üç önemli başlık bulunmaktadır. Bunlar; uluslararası pazara girme ya da girmeme kararı, girme

kararı alındıysa hangi pazarlarda faaliyet gösterileceği ve seçilmiş olan pazarda hizmetlerin nasıl verileceği şeklindedir (Demirtaş,202,s.3).

ABD'deki gelişmelere bakarak pazarlamanın gelişimini üç bölüme ayırabiliriz; Üretim Anlayışı (Talebin arzdan yüksek olduğu dönemlerdir ve tüketiciler bulduklarını almaya razıdır), Satış Anlayışı (Büyük buhran sonrası arz-talep dengesinin sağlanmasına yönelik çabaların söz konusu olduğu dönemdir, satmayı öğrenmek süreci de denebilir), Pazarlama Anlayışı ( Satış Anlayışı dönemindeki ne pahasına olursa olsun satma çabası uzun vadeli üretici-tüketici ilişkilerinin kurulmasına engel teşkil etmekteydi). 1950'li yılların ortalarından itibaren işletmeler pazarlama anlayışını benimseye başladılar. Bunun anlamı, tüketici tatmini demektir, bu nedenle, bu pazarlama yöntemi, "modern pazarlama" olarak isimlendirildi (Çakırer,2015,s.39-40).

Seçilen bu pazarlarda, işletmelerin hedeflerini gerçekleştirebilmek adına kullanmaları gereken pazarlama araçları bulunmaktadır. Bu pazarlama araçlarını pazarlama karması olarak adlandırmaktayız. Terimlerin İngilizce karşılıklarında baş harflerinin "P" olması nedeniyle pazarlama karması, pazarlamanın 4P'si olarak da isimlendirilmektedir. Bunlar; Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tanıtım (Promotion)dır (Demirtaş,2020,s.3).

Ürettiğimiz hizmet ve ürünleri satabilecek yeni pazar arayışı, uluslararası pazarlara yönelmenin ilk adımıdır. İkinci adımda ise; uluslararası pazarlardaki ihtiyaçları belirlemek ve ürün-hizmet üretiminde bunları göz önünde bulundurmaktır (Kozlu,Karaca,2019,s.11).Uluslararası pazarlara girerken tercih edilen stratejiler pazarda başarılı olmanın en önemli faktörlerindedir, bu nedenle, uluslararası pazarlara giriş stratejileri konusu literatürde önemli bir yere sahiptir (Görgün,2020,s.17). Bunun yanı sıra şirketler hedefledikleri pazarlarda başarılı olmak için kültürel farklılıkları da iyi analiz edebilmelidir (Görgün,2020,s.18). Şirketler stratejilerini oluştururken en doğru kararı alabilmek için marka, rekabet, müşteri gibi konularda, güvenilir, doğru ve harekete geçmeye yardımcı olacak bilgilere ihtiyaç duymaktadırlar. Pazarlama alanındaki profesyoneller yeni bir pazara girmek söz konusu ise, pazardaki potansiyeli belirlemek, talebi öngörmek, yeni ürünü test etmek gibi birçok sorunu ortadan kaldırmak ve en iyi çözümü üretmek amacı ile pazar araştırması yapmaktadırlar. Pazar Araştırması biçimleri/kanalları aşağıdaki başlıkları kapsamaktadır (Kozlu,Karaca,2019,s.46-81).

- Masa başı araştırma ve kaynakların değerlendirilmesi,
- Pazarlama Stratejileri ile ilgili bilgiler,
- Piyasa yoklaması,
- Tüketici araştırması,
- Deneme pazarlaması,
- Dijital çağda pazar araştırması (Sosyal Medya).

Uluslararası pazarlara giriş, firmalara üretim, pazarlama, yönetim ve AR-GE gibi faaliyetlerinde ölçek ekonomilerinden faydalanma imkânı verir. Bunun dışında ürünlerini satışa sunduğu her bir pazarda tutarlı bir marka imajı da yaratmasına olanak sağladığından karlı bir işlem olarak görülmektedir. Ancak tüm bu yararların yanında risklerde barındırmaktadır. Bu nedenle, dış ticaret departmanlarında bulunan uzmanlarca belirlenmesi gereken bazı stratejiler bulunmaktadır. Bu stratejiler belirlenirken bazı önemli kriterler göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlar; varsayılan risk, katılım derecesi ve kardır (Görgün,2020,s.19). Araştırmalar sonucunda pazar girilmeye değer bulunur ya da bulunmaz. Eğer pazara girme kararı verildiyse aşağıdaki pazara giriş yöntemlerinden biri seçilmektedir (Görgün,2020,s. 19).

- Doğrudan ihracat,
- Dolaylı İhracat,
- Lisans Anlaşmaları,
- Doğrudan Yabancı Yatırımlar,
- Franchising,
- Ortak Girişim (Joint Ventures),
- Birleşmeler ve Satın almalar,
- Sözleşmeli ürün.

## **2.2.Niş Pazar**

Niş sözcüğü; Fransızca kökenli mimari bir terimdir ve duvar oyuğu anlamına gelmektedir. Pazarlama açısından baktığımızda ise; niş terimi, pazar boşluğu, pazar açığı, küçük pazar ya da bakir alan olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası literatürde karşımıza targed marketing, concentrated marketing, focused marketing, regional marketing veya micro segmentation gibi kavramlar çıkmaktadır fakat bu kavramların hiçbiri, niş pazarı birebir tanımlamaya



yetmemektedir. Niş pazarlama uygulanış ve esasları açısından farklı bir pazarlama yöntemidir. Bu nedenle uluslararası literatürde niş pazarlama ya da niş pazar kavramları en sık görülendir (Çakırer,2015,s.42;Kaşlı ve ark,2009,s.87).

20. yüzyılın başlarından itibaren küresel alanda ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda oldukça hızlı bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Bu dönüşümler öncelikle pazarlama eğiliminde görülmüştür. Pazarlama alanında gerçekleşen bu dönüşümün başlıca nedenleri tüketici davranışlarında gözlenen değişim, talepteki değişim ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak bilgilendirme tekniklerinde yaşanan değişimler olmuştur. Refah düzeylerindeki gelişime bağlı olarak tüketiciler istek ve ihtiyaçlarının tatmin düzeyini en üst düzeye çıkarmak istemişlerdir ancak kitlesel ürünler bunu başaramamıştır. Tatmin edilememiş müşteriler için, ürün ve hizmetlerin özel olarak üretilmesi, geliştirilmesi ve sunulması amaçlanmış ve işletmelerin gündemine gelmiştir ve böylece niş pazarlama kavramı oluşturmuştur. Literatürde niş pazarlama için birçok tanım bulunmaktadır.

“Niş pazarlama”, ihtiyaçları tam anlamıyla karşılanamamış, benzer özellikleri olan küçük bir gruba az sayıda alternatifi bulunan ürünlerle ulaşma süreci olarak tanımlanmaktadır. ‘Niş pazar’ ise, gereksinimlerin karşılanacağı küçük tüketici grubuna isteklerini tatmin edebilmek adına seçilen dar kapsamlı ve küçük pazar bölümüdür. Niş pazar, pazar bölmesinin daha da küçük alt bölümlere ayrılması ile oluşan bir kavramdır. Benzer özellikler taşıyan küçük bir pazar ya da benzer ihtiyaçlara sahip küçük bir grup tüketici niş pazar olarak tanımlanmaktadır. Benzer ihtiyaçları olan bu küçük tüketici grubunun pazarda onları diğer gruplardan ayırt edici farklılıkları ve özgünlükleri bulunmaktadır (Çakırer,2015,s.43). Bazı işletmelerin harcamaları yüksek miktarda olan tüketicileri için, daha özel ayrı bölümler oluşturması da bu kapsamda değerlendirilmektedir (Kaşlı,İlban,Şahin,2009,s.87-88)

Philip Kotler’a göre niş pazarlama: “İhtiyaçları yeterince karşılanmamış küçük bir pazar parçasına yönelme sürecidir.” Baker Wilder ise niş pazarlamayı: “Özel bir tüketici grubunun ihtiyaçlarını daha sınırlı bir pazara odaklanarak daha iyi karşılama çabasıdır” şeklinde tanımlamıştır (Akt.Çakırer,2015,s.42-43).

Niş pazarlamanın hitap ettiği tüketici grubu zamanla genişleyebileceği gibi tamamen kaybolabilir (Çakırer,2015,s.45).

### ***2.2.1. Niş Pazarlamanın Önemi***

Tüketici grubunun istek ve ihtiyaçlarının değişmesi ve hızla farklılaşması işletmelerin gereksinimlerini de değiştirmektedir. Gereksinimlerde yaşanan değişime bağlı olarak; artan rekabet, teknolojiye yaşanan sürekli değişim ve pazarların yapısal değişimi sadece yeni pazarlama stratejilerinin önemini artırmakla kalmaz, geleneksel pazarlama yöntemlerinin devamlılığını da tehdit eder. Pazarlama biliminin en önemli isimlerinden olan Kotler; günümüzde bilinen birçok kitlese pazarın, aslında niş pazarların zamanla büyümesi ile oluştuğunu söylemektedir. Pazarlama alanındaki diğer önemli isimler de bunu doğrulamaktadırlar (Çakırer,2015,s.47;Albayrak,2006,s.221-222). Niş pazar büyüme potansiyeli barındırmalıdır ancak çok hızla büyüyen bir niş pazar diğer işletmelerin ani ve yoğun girişimlerine maruz kalabilir. Bir niş pazarın en önemli özelliği diğer işletmeler tarafından az ilgi görüyor olmasıdır. Bu nedenle bir niş pazarı doğru tanımlamak oldukça önem arz etmektedir. İlk olarak ulaşılamayan ürüne talebi belirlemek ve talebin varlığını ispatlamak daha sonrasında ise tüketiciler tarafından tercih edilebilir bir ürün haline gelene kadar farklılaştığını ve rekabete karşı dayanıklı olup olmadığını saptamak gerekmektedir. Bir ürünün satın alma faaliyetini başlatabilmesi için, yüksek değer yaratacak yapıda olması gerekmektedir (Albayrak,2006,s.222). Bir niş pazar için başarılı olmanın ve rekabetten korunmanın yolu; taklit edilemez yani patentli bir ürüne sahip olmaktan geçmektedir (Çakırer,2015,s.48).

### ***2.2.2.Niş Pazarlamanın Özellikleri ve Vegan Pazar***

İşletmelerin belirledikleri bir pazara odaklanarak o pazarda hâkim olmalarını sağlar. Hedef kitle daraltılır ve geniş bir pazarda özel olan alana odaklanılır. Niş pazarda önemli olan amaç; henüz keşfedilmemiş olanı bulup yüksek kar getirisi elde etmektir. Bu nedenle de ürün ya da hizmet özgün olacaktır. Kitlese pazarlamada var olan yüksek rekabet niş pazarda yoktur. Ürünler belli bir gruba özel sunulduğundan ve farklılaştırılmış olduğundan tüketiciler belirlenen tutarı ödemeye razı olmaktadır. Niş pazarın özel ve küçük oluşu uzmanlaşma konusunda imkân vererek markanın başarısına olumlu katkıda bulunmaktadır. Müşteri sadakati kazanmak ve

memnuniyet oluşturmak niş pazarlarda daha kolaydır. Hedef kitle sınırlı olduğundan pazarlama maliyetleri de daha düşük olmaktadır. Üretim ve satış miktarları düşük olsa da kar oranı yüksektir. Niş pazarlama kavramı çoğunlukla bireyi hedef alan mikro pazarlama ile karıştırılmaktadır, niş pazarlama bireyi değil, küçük grupları hedef almaktadır. Niş pazarlama küçük bir grubu hedef aldığından, sipariş üzerine üretim olanağına sahiptir, bu da stok ve finans gibi maliyetlerde avantajlı konumda olunmasını sağlar. Ancak tüm bu avantajlarına karşın, niş pazarlar ani değişikliklere karşı daha kırılgan olması gibi bazı riskler de barındırmaktadır (Erdem,2018).

Niş pazarlamada başarılı olmak ve kar elde edebilmek için bazı özelliklere ihtiyaç vardır. Bunlar; niş pazarın yeterli büyüklükte ve satın alma gücünde olması, pazarın gelişme potansiyeli barındırması, rakipler tarafından ilgilenilen bir pazar olmaması, pazara girecek işletmelerin gerekli bilgi, kaynak ve yeteneğe sahip olması, müşteri sadakati sağlayarak rekabeti engellemeleri, pazardaki müşterilerin ulaşılabilir olması ve başka bir girişim tarafından henüz keşfedilmemiş olması şeklinde sıralanabilir ( Güreş ve Akgül,2010,s.300).

Niş pazara ve kriterlerine ilişkin yeterli bilgi ve kanıt literatürde yer almaktadır. Bu bilgiler doğrultusunda vegan pazarın belli oranlarda niş pazar özelliklerini taşıdığını söylemek mümkündür (Akkan ve Bozyiğit,2020,s.104-105). Vegan pazar, büyüme potansiyeli, tam anlamıyla tatmin edilmemiş müşteri ihtiyaçları ve rekabetin görece kitlesel pazarlardan düşük oluşu gibi nedenlerle niş pazar olarak değerlendirilebilir ( Akkan ve Bozyiğit,2020,s.114).

Vegan pazar iki şekilde ele alınmalıdır; bunlardan ilki, bitkisel alternatif protein kaynakları pazarı iken, diğeri; bugüne kadar tüketmekte olduğumuz bakliyat, meyve-sebze ve kuruyemişleri kapsamaktadır.

Vegan gıda pazarını, bir niş pazar olarak nitelendirebilmek için, alternatif protein kaynaklar açısından değerlendirmekte fayda vardır. Çünkü alışlagelmiş ve çoğunlukla tükettiğimiz birçok gıda, kitlesel pazara hitap ettiği kadar, veganlara da hitap etmektedir.

Vegan pazarı hayvansal gıdalara alternatif, hayvan deneyleri yapan , hayvansal kaynaklı bileşen kullanılan kozmetik ve hijyen ürünlerine alternatif ve hayvanlardan elde edilen hammaddelerden üretilen tekstil ürünlerine alternatif ürünler olarak nitelendirdiğimizde, niş pazar özellikleri taşıyabilmektedir. Bir marulun ya da bir paket nohutun üzerinde vegan sertifika aranmıyorken bitkisel bazlı üretilmiş burger alternatifinde aranmaktadır. Bu da bize alternatif pazarın daha yeni, daha özel ve görece daha pahalı olduğunu göstermektedir. Vegan sertifikalı ürünler daha kısıtlı bir kitleye hitap etmektedir ve pazardaki rekabet daha düşük seviyededir. Bu pazar gelişime açık ve potansiyel barındıran bir pazar niteliğindedir. Bu nedenle vegan pazarı bir niş pazar olarak nitelendirmek mümkündür.

### **2.3.Vegan Sertifikalar**

Vegan sertifikalar, vegan tüketiciler için oldukça önemlidir. Vegan tüketiciler sertifikalı olmayan ürünlerin etiketlerini, içeriklerini okumak durumundadırlar, bu da kısaltma ve kodlar dolayısıyla yeterince güvenilir sayılmamaktadır. Vegan etiketler, ürün içeriğini okuma gerekliliğine son vererek tüketicilere, hem zamandan tasarruf etme imkânı verir hem de tüketiciyi ürünün vegan olduğu konusunda güvende hissettirebilir. Aynı zamanda ürünleri “tesadüfi” vegan olan firmalar, giderek büyüyen vegan pazarda özellikle uluslararası arenada sertifikalar aracılığı ile kendilerini farklılaşmış ve görünür kılarak daha fazla tüketiciye ulaşma imkânı bulabilirler.

Birçok marka, ürünlerinde hiçbir kuruluş tarafından denetlenmeyen, kendi etiketlerini kullanmaktadır ve veganlık tanımını da kendilerince yapmaktadırlar. Bu gibi tutumlar tüketiciyi eksik ya da hatalı bilgilendirmeye yol açmaktadır. ([www.v-label.eu](http://www.v-label.eu))

Bu nedenle uluslararası geçerli ve güvenilir bağımsız kuruluşlarca düzenlenen sertifikasyon sistemleri, pazarın önemli bir konusu haline gelmektedir. Bir sonraki başlıkta vegan pazarda en sık karşılaşılan iki sertifikayı inceleyeceğiz. Bunlar; V-Label ve Vegan Trademark'tır.

### 2.3.1. V-Label

V-Label, vejetaryen ve vegan ürün ve hizmetlerin etiketlenmesini sağlayan uluslararası kabul görmüş tescilli logodur. V-Label Avrupa Vejetaryen Birliği(EVU<sup>23</sup>)'nin teşviği ile meydana gelmiştir ve telif hakları bir İsviçre kuruluşu olan V-Label GmbH'ye aittir ve markanın koordinesi bu kuruluş tarafından yürütülmektedir. 1996 yılında kurulan V-Label uluslararası geçerliliğe sahip bir markadır ([www.v-label.eu](http://www.v-label.eu)).

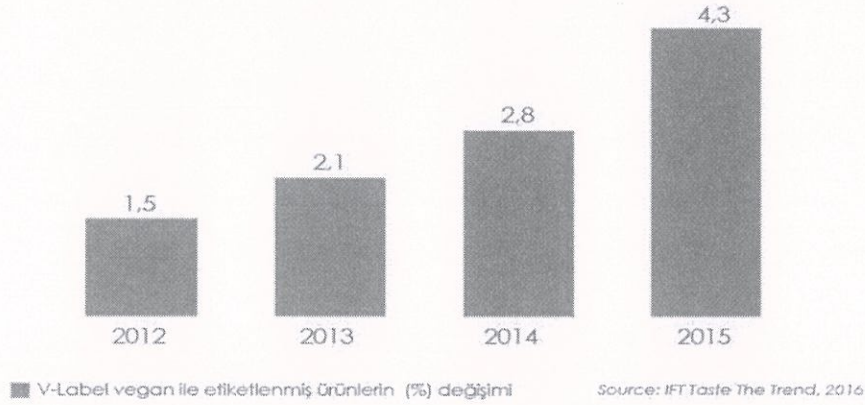
V-Label 22 Nisan 2016 tarihinde Tüketicuyu Koruma Konferansı'nda (12th Minister for Consumer Protection Conference) veganlığı tanımlamıştır ve etiketin gereklilikleri bu tanımlamalar doğrultusunda oluşturulmaktadır. V-Label'in vegan ürün tanımına göre; et ve diğer hayvansal ürünleri içermeyen, canlı hayvanlardan oluşmamış ürünler vegan sayılmaktadır. Bu tanım tüm üretim ve işleme süreci boyunca dikkate alınmaktadır. V-Label lisansına sahip olunabilmesi için gerekli ek kriterler şu şekildedir ([www.v-label.eu](http://www.v-label.eu));

- İçeriğinde GDO( Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar) barındıran ürünler,
- Yumurta,
- Süt Ürünleri,
- Bal,
- Hayvansal Renklendirici,
- Hayvansal Balmumu,
- Hayvansal Berraklaştırıcı (Örneğin: Yumurta Akı, Jelatin, Isinglass),
- Hayvansal Katkı Maddeleri,
- Hayvansal malzemelerden elde edilmiş renklendiriciler (Örneğin: Koşnil),
- Hayvansal Tatlandırıcılar,
- Kesim Ürünleri,
- Arı Sütü.
- Balık, Balık parçaları veya diğer deniz hayvanlarından elde edilen yağlar,
- Kemik kömüründen üretilen şekerler,

<sup>23</sup> EVU vegan ve vejetaryenlik alanındaki birden fazla Avrupa organizasyonu tek şemsiye altında toplamaktadır.

V-Label, ürünleri, hasat sonrasındaki süreçte denetime tabi tuttuğundan, hammaddelerin yetiştirilmesi esnasında kullanılacak hayvansal gübre sayılan kriterlerin dışında kalmaktadır. V-Label, lisanslama yaparken; ambalajlarında hayvansal ürün barındıran ürünleri lisans gereklilikleri dışında tutmaz ancak şirketleri hayvansal ürün barındıran ambalajları gönüllü olarak terk etmeleri konusunda teşvik eder.

**Grafik 1: V-Label ile etiketlenen ürünlerin yıllara göre yüzdesel değişimi**



*Kaynak: <https://www.v-label.eu/tr/vegan-ve-vejetaryen-urunler-icin-kalite-etiketi> (12.04.2021)*

Tabloyu değerlendirecek olursak tüketicilerin ürünlerde bulmayı istediği şeffaflık ve buna yönelik çağrılarını şirketler üzerinde etkisini göstermektedir. 2012 yılında küresel pazardaki gıda ürünlerinin sadece %1.5'i vegan etiketli iken bu rakam 2015 yılında %4.3'e ulaşmış durumdadır. Bu da üç yıl içinde üç kat artış demektir ([www.v-label.eu](http://www.v-label.eu)).

V-Label sertifikasyon sistemi Türkiye'de 2014 yılının son çeyreğinden itibaren Avrupa Vejetaryen Birliği temsilcisi, Türkiye Vegan Derneği(TVD) yetkisi ile yürütülmektedir. TVD 2021 yılı itibari ile Türkiye'de V-Label markası için denetimci ve lisans dağıtıcı tek kuruluştur.

**Resim 5: V Label Logosu**



*Kaynak :www.v-label.eu/tr*

### ***2.3.2.Vegan Trademark***

Vegan Trademark, Dünya'nın en eski vegan derneği olan The Vegan Society (Vegan Birliği) tarafından yaratılmış bir markadır. Vegan Trademark, ürünün hayvansal içerik barındırmadığına dair tüketicileri bilgilendirmek adına 1990 yılından beri faaliyet göstermektedir. Vegan Trademark günümüzde 79 ülkede faaliyet göstermekte ve giyim, kozmetik, gıda, ev eşyaları gibi bir çok ürün dahil olmak üzere 49.000 den fazla ürüne lisans vermiş bulunmaktadır.



**Resim 6: Vegan Trademark Logo**



*Kaynak: www.vegansociety.com*

Vegan Trademark'ın Türkiye, Azerbaycan ve Kıbrıs temsilcisi ise Gradezone'dur.

**Tablo 2: V-Label – Vegan Trademark Özellikleri Karşılaştırma**

		
<i>Standartlar</i>	<i>Avrupa Vejetaryen Birliği</i>	<i>The Vegan Society</i>
<b>Hayvansal Kökenli İçerik Kullanımı</b>	Uygun Değil	Uygun Değil
<b>Hayvansal Kökenli Katkı Maddesi Kullanımı</b>	Uygun Değil	Uygun Değil
<b>Üründe Hayvansal İçerik İzlerine Tolerans</b>	Var	Var
<b>Ayrı Üretim Hattı Zorunluluğu</b>	Yok	Yok
<b>Hayvan Deneyleri</b>	Bilgi Yok	Uygun Değil
<b>Düzenlemelerin Ambalaj Paketleme İçin Geçerliliği</b>	Bilgi Yok	Bilgi yok
<i>Lisanslama Yönergeleri</i>		
<b>Onay Süresi / Doğrulama</b>	12 Ay	12-24 Ay
<b>Ücretler</b>	Değişken	Değişken
<b>Denetim</b>	Rastgele	Bilgi yok
<b>Ürün Başına Lisans</b>	Evet	Evet

*Kaynak: Gerke, Janssen, 2017:55*

V-label, sosyal medya üzerinden yaptığı açıklamalarda firmalardan deney yapmadıklarına dair belgelerin de talep edildiğini dile getirmiştir. Gerke, Janssen (2017,s.56); araştırmalarında vegan tanımının tek tipleştirilmesi ve tamın üzerinde yasal bağlayıcılık oluşturulması, standartların ve vegan ürün özelliklerinin bu tanım kapsamında tüketicilerin kolay ulaşabileceği şekilde şeffaflaştırılmasının önemli bir husus olduğu ve sertifikalandırmaların üçüncü taraflar tarafından yapılmasının daha şeffaf olacağını ve güvenilirliği artıracığı sonucuna ulaşmışlardır.



## 2.4.Deneysizlik Sertifikaları

Gıda dışında kalan, kozmetik (makyaj malzemeleri, kişisel bakım ürünleri),temizlik/hijyen malzemeleri gibi ürünleri satın alma kararı verirken, vegan tüketiciler, hayvanlar üzerinde deney yapılmadığına dair bilgilendirilmeyi önemsemektedirler. “Zulüm içermez “ya da “Hayvanlar üzerinde test edilmez” ifadelerini içeren logolar bağımsız ve kâr amacı gütmeyen kuruluşlar tarafından verilmektedir ve günümüzde yalnızca üç tanedir. Bunlar; Leaping Bunny, Beauty Without Bunnies ve Choose Cruelty-Free’dir ([www.veganrabbit.com](http://www.veganrabbit.com)).

### 2.4.1.CCIC- CFI Leaping Bunny-Uluslararası

1898 yılında viviseksiyonun yasaklanması için BUAV (The British Union for the Abolition of Vivisection) olarak kuruldu ve daha sonra NEAVS(New England Anti-Vivisection Society )ile birleştiklerinde, Cruelty-Free International adını aldı. 1996 yılında hayvan koruma ve haklarına yönelik ulusal olarak faaliyet gösteren sekiz grup bir araya gelerek, Kozmetik Tüketicisi Bilgilendirme Koalisyonunu (CCIC) oluşturmuştur. CCIC, kapsamlı bir standart belirleyerek, uluslararası tanınan Leaping Bunny’i yaratmıştır. Şirketleri üçüncü taraflar (tedarikçi) dahil takip eden ve markaları habersiz ve düzenli denetimlere tabi tutan tek uluslararası logodur. Bu nedenle de en güvenilir bulunan logolardandır. Logoyu ürünlerinde kullanmak için başvuruda bulunan şirketler, belirlenen son tarihten itibaren ürünlerin, içerik, formülasyonlarında hayvan testleri yapmayacaklarına dair fakat sadece bununla sınırlı olmayan bazı taahhütlerde bulunmalıdırlar.

Ürünün, tedarikçilerden elde edilen hammaddeleri dahil, nihai aşamasına kadar, hiçbir süreçte hayvan testlerine izin verilmemektedir. Şirketlerin bunu ispatlamaları beklenmekte, bu nedenle tedarikçi takip sistemi oluşturmaları gerekmektedir. Şirketler, hammadde ya da ürün uygunluk beyanlarını ve örnek satın alma siparişini CCIC (The Coalition for Consumer Information on Cosmetics ) ‘e imzalayarak sunabiliyor olmalıdır. Taahhütler yıllık olarak yenilenmektedir. CCIC, şirketlerin tedarikçi izleme sistemlerini bağımsız denetime tabi tutmayı talep edebilir. Şirketler denetime tabi tutulmayı kabul etmiş olarak logoyu kullanmaya hak kazanırlar. (1) Yıllık brüt satışları 10 milyon dolardan az olan bir şirket, CCIC tarafından akredite bir denetim firması ile görevlendirilen bağımsız bir denetimi kabul etmelidir. (2) Yıllık brüt satışları 10 milyon \$

veya daha fazla olan bir şirket, CCIC tarafından sağlanan akredite bir denetim firması ile bağımsız bir denetim yaptırır ([www.leapingbunny.org](http://www.leapingbunny.org)).

**Resim 7: Leaping Bunny Logo**



*Kaynak: [www.leapingbunny.org](http://www.leapingbunny.org)*

#### **2.4.2.CCF (Choose Cruelty-Free)-Avustralya**

CCF(Choose Cruelty-Free) 1993 yılında Avustralya merkezli olarak kurulmuş kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Çok sıkı kuralları olan CCF sertifikasına sahip olabilmek için; ürünlerin ya da içeriklerinin hayvanlar üzerinde test edilmemesi dışında ürün içerikleri için hayvanlara acı çektirmek, zarar vermek, öldürmek gibi hayvan hakları ihlallerinin olmaması ve kürk üreticileri veya mezbahalarla da hiçbir ilişkinin olmaması gerekiyor. Firmalar üzerinde denetim gerçekleştiriyorlar fakat sözleşmelerinin yasal bağlayıcılığı bulunmaktadır. Sertifikasyona hak kazanabilmek için en az 5 yıl öncesine kadar, şirket, hayvan deneylerini terk etmiş olmalıdır. Bunun yanında; CCF lisanslama yaparken diğer programlardan farklı olarak, bir ana markanın çıkardığı sadece yan markaların deneysiz ve şartlara uyuyor olmasını kabul etmeyerek, başvuruda bulunan firmayı tümüyle değerlendirmektedir.

**Resim 8: CCF Logo**



*Kaynak: [www.choosecrueltyfree.org.au](http://www.choosecrueltyfree.org.au)*

### 2.4.3. PETA- Beauty Without Bunnies-ABD

PETA'nın Beauty Without Bunnies lisansını almak diğer etiketlere göre daha az katı bir süreci gerektirmektedir. Şirket yöneticileri tarafından yalnızca içerik, formülasyon, tedarik süreci ve bitmiş ürünler için hayvan testi yapmamayı taahhüt eden bir sözleşme imzalanması yeterli olmaktadır (vegan rabbit). Bu yasal bir bağlayıcılığı bulunmayan bir taahhütnamedir. Bunun yanı sıra PETA, logolandırdığı şirketin hayvanlar üzerinde test yapılması gerekliliği yasalarla desteklenen ülkelerde satış yapmasını da yasaklamaktadır (Örneğin; Çin Anakarası) ([www.crueltyfree.peta.org](http://www.crueltyfree.peta.org)). Aynı zamanda PETA ürünleri tek tek baz almaz, markanın (tüm ürünleri kapsayacak şekilde) hayvanlara yönelik politikasına tümüyle bakmaktadır ve anlaşmasını bu yönde yapmaktadır ([www.etiksecimler.com](http://www.etiksecimler.com); [www.veganrabbit.com](http://www.veganrabbit.com)) PETA tüketicilere "Bunny Free" isimli bir uygulama da sunmaktadır. Uygulamada logolanmış firma listeleri ve PETA iş ortağı firma listeleri yer almaktadır.

Resim 9: Beauty Without Bunnies Logoları



Kaynak:PeTA

Her üç sertifikalandırmada da Çin anakarası üzerinde lisanslanmış ürünlerin satışı yasaktır. Bunun nedeni Çin'in kozmetik hayvan deneylerini zorunlu kılmasıydı. Ancak 4 Mart 2021 tarihinde, Çin Ulusal Tıbbi Ürünler İdaresi (NMPA) kozmetik ürünlere yönelik yeni bir yönetmelik yayınlayarak, Çin'e ithal edilen, genel kozmetik ürünlerin, bazı güvenilirlik koşullarını sağlaması halinde, 1 Mayıs 2021 tarihi itibari ile hayvan testlerinden muaf tutulacağı yönünde bilgiler içermektedir([www.ecomundo.eu](http://www.ecomundo.eu)).

Şu an için uygulama da yer almasa da bu kararın lisanslama şartlarında da değişiklik yaratacağını düşünmekteyiz.

İster vegan sertifikalar olsun ister deneysizlik sertifikaları olsun, vegan piyasasında güvenilirlik açısından oldukça önemli bir konudur. Her ikisi için de, şirketler kendi yargıları ve tanımlamaları ile ürünlerini kendi tasarım ve ifadeleri ile vegan ya da hayvanlar üzerinde test edilmez şekilde logolandırabilir ve bu iddiada bulunabilir. Bunun önünde maalesef henüz yasal olarak bir engel bulunmamaktadır. Bu nedenle, tüketicilerin sertifikaları tanıması ve güvenilirliğini bilmesi önemli bir konu haline gelmektedir. Üreticilerin ise, vegan pazara hitap etme aşamasında; vegan ve hayvan deneysiz ürünlerini lisanslaması /sertifikalandırması hem müşterilere ulaşmada kolaylık sağlayabilir hem marka imajı yaratma ve güvenilir marka olma konusunda olumlu etkiler yaratabilir.

İlk gösterimi Human Society International tarafından 6 Nisan 2021’de yapıлып sonraki haftalarda Dünya’da viral hale gelen; “Save Ralph” (Ralph’i kurtar) adlı kısa film, deneye maruz kalan bir tavşanla röportaj yapıldığı esnada, tavşanın günlük hayatında başına gelenleri ironik ve detaylı bir şekilde aktarmaktadır. Kısa film, çok kısa sürede, insanların ilgisini çekmeyi başarmıştır ve tüketiciler tarafından sosyal medya hesapları üzerinden yoğun bir şekilde sertifikalara yönelik bilgiler, deney yapan ve yapmayan marka listeleri paylaşılmıştır. Aynı zamanda, özellikle kozmetik ürün üreticisi birçok firma, kısa filmin tüketiciler üzerinde yarattığı etkinin ardından, sosyal medya hesapları üzerinden yaptıkları duyuru ve reklamlarında, hayvanlar üzerinde test yapmadıkları şeklinde beyanlarda bulunmuşlardır. Bu firmalar incelendiğinde, firmaların çoğu için beyanların, yalnızca şirket beyanı olduğu, bağımsız bir kuruluş tarafından sertifikalandırılmadıkları görülmüştür.

Bu nedenlerle çalışma kapsamında tüketicilerin vegan sertifikalara karşı bakış açılarını anlamak amacıyla sertifikalara güvenip güvenmediklerini ve sertifikaların satın alma kararına etkisi olup olmadığı araştırılmak istenmiştir.

## 2.5. Küresel Vegan Pazar

Vegan ürünler; alternatif protein kaynakları (bitki bazlı et, süt, peynir, yoğurt, yumurta alternatifleri), ev temizlik ürünleri, kişisel bakım ve kozmetik ürünleri, tekstil, ilaç sanayi, takviye gıdalar gibi birçok alanı kapsamaktadır. Bu bölümde Türkiye’de ve Dünyada bu alanlara yapılan yatırımların incelenmesi ve pazar hacmine yönelik raporların paylaşımı ayrıca pazarda yer alan küresel tüketici potansiyellerinin paylaşılması amaçlanmıştır.

Boston Consulting Group (BCG) ve Blue Horizon Corporation (BHC) tarafından hazırlanan raporda; Alternatif et, yumurta, süt ürünleri ve deniz ürünleri pazarı 2035 yılına kadar en az 290 milyar \$ 'a ulaşacağı tahmin edilmektedir. Yapılan araştırmalar; alternatif protein pazarının mevcut 13 milyon metrik tondan, genel protein pazarının %11'ini oluşturacağını ve 2035 yılına kadar 97 milyon metrik tona çıkacağını ortaya koymaktadır. Alternatif proteinlerin benimsenmesinin çevre üzerinde ölçülebilir olumlu bir etkiye sahip olacağı ve sorumlu tüketim ve üretim ve sıfır açlık dahil olmak üzere BM'nin Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinden bazılarını destekleyeceğine de vurgu yapılmıştır. Araştırmaya göre; tek başına bitki bazlı et ve yumurtaya geçiş, 2035 yılına kadar 1 gigaton CO2 eşdeğerinden daha fazla tasarruf sağlayacaktır; bu, Japonya'nın bütün bir yıl boyunca karbon-nötr hale gelmesi ile eşdeğerdir. Ayrıca, Londra şehrine 40 yıl boyunca yetecek kadar 39 milyar metreküp su tasarrufu sağlayacaktır. Soya, bezelye ve diğer proteinlerden yapılan burger, süt ürünleri ve yumurta ikameleri gibi bitki bazlı alternatifler, en geç 2023'te, mantarlar, mayalar ve tek hücreli algler gibi mikroorganizmalardan yapılan alternatif proteinlerin ise; 2025 yılına kadar, doğrudan hayvan hücrelerinden yetiştirilen alternatifler 2032 yılına kadar pariteye ulaşacağı tahmin edilmektedir (Witte ve ark,2021).

Dünyadaki vegan/ vejeteryen popülasyonu tablodaki gibidir;

**Tablo 3: Dünyadaki Vegan / Vejeteryen Popülasyonu**

<b>ÜLKE</b>	<b>ARAŞTIRMA YILI</b>	<b>ÜLKE NÜFUSU (KİŞİ)</b>	<b>VEGAN / VEJ. NUFUS (%)</b>
Avustralya	—	20,7 Milyon	5
Avusturya	2006 - 2007	8,2 Milyon	3
Belçika	2001	10,5 Milyon	2
Brezilya	2012	189 Milyon	8
Kanada	2003	32,6 Milyon	4
Çin	—	1,3 Milyar	4
Fransa	—	61,2 Milyon	2
Almanya	2012	82,3 Milyon	9
Hindistan	—	1,1 Milyar	40
Hindistan (Gucerat Bölgesi)	—	62,7 Milyon	80
İsrail	—	7 Milyon	8,5
İtalya	2011	59 Milyon	6,7
İspanya	2007	47 Milyon	2
Yeni Zelanda	—	4,2 Milyon	2
Norveç	2002	4,7 Milyon	4
İsveç	2005	9 Milyon	4
İsviçre	2006	7,5 Milyon	5
Tayvan	—	22,8 Milyon	10
Hollanda	—	16,3 Milyon	4,5
Birleşik Krallık	2009	62,3 Milyon	Yetişkinlerin %3'ü
Amerika Birleşik Devletleri	—	299,3 Milyon	4

*Kaynak: TVD'den alınan bilgilerle yazar tarafından düzenlenmiştir.*

Sadece vegan nüfusa yönelik araştırmalardaki rakamlar ise; Avusturya (2013) %0,5, Kanada (2018)- % 2,1, Almanya (2016)-% 1 (810.000'in biraz üzerinde), İsrail (2015)- %5, İtalya (2016)- % 1, İsviçre (2017)- %3. Bu istatistiklere dayanarak ve büyüme hızı ve diğer karşılaştırmalı istatistiklerden yola çıkarak veganların dünya nüfusunun yaklaşık %1'ni oluşturduğunu söyleyebiliriz. Birleşmiş Milletler 2021 yılında dünya nüfusunu 7,9 milyar tahmin etmiştir. Bu nedenle Ocak 2021 itibariyle dünya toplam vegan nüfusunun 79 milyon olduğunu söyleyebiliriz (Meyer,2021).

### *2.5.1. Alternatif Protein Kaynakları Pazarı*

Giderek artan nüfus ve gıda üretiminin, çevreye olumsuz etkileri, insan kaynaklı iklim değişikliği gibi etkenler, insan yaşamının sürekliliği için önemli bir yere sahip protein kaynakları üzerinde baskı oluşturmakta ve tartışmalara yol açmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirlik kavramı, çevre alanında yer bulduğu kadar, gıda için de yer bulmaya başlamıştır. Gıdaların sürdürülebilirliği ve kaynakları verimli kullanma, iklim değişikliğine olumsuz katkıları azaltma çabası bilimi yeni arayışlara yönlendirmiştir (Yetim ve Tekiner,202,s.86).

Hızla artan nüfus, yaşanacağı öngörülen gıda krizinin en önemli sebebi olarak görülmektedir. Artan nüfusla paralel artan, hayvancılık endüstrisi ürünlerine talep, çevre üzerinde ciddi baskılar oluşturmaya başlamıştır. Gıda, sağlık ve çevre üçgeni yaklaşımı, gıda sektörünü çevre sorunlarının yaklaşık yüzde 15-30'undan sorumlu tuttuğu için, gıda sektörü alternatif kaynak arayışına yönelmiştir. Paris Anlaşması ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda, gıda sektöründe, sera gazı emisyonlarını azaltacağı düşünülen alternatif protein kaynaklarına yönelmek, çabaların başında yer almıştır (Yetim ve Tekiner,2020, s.85).

Alternatif protein kaynakları olarak; mantarlar, algler, bitkiler, mikrobiyal proteinler, sütsüz vegan peynirler, bio fermantasyon ve in vitro<sup>24</sup> etler sayılabilir. Alternatif protein kaynaklarını değerlendirirken dikkatle ve ciddiyetle yaklaşmak, etik, sağlık, lezzet, maliyet gibi birçok faktörü göz önünde bulundurmak önem arz etmektedir. (Yetim ve Tekiner,2020,s.87)

Son yıllarda özellikle çevre, sağlık ve etik gibi nedenlerle vegan ve vejetaryen yiyeceklerin raflarda daha fazla yer kapladığını görmekteyiz. Tüketicilerin sağlıklı beslenme talebindeki artış, et fiyatlarındaki artış, vegan ve vejetaryen nüfusun artışı gibi etkenler alternatif kaynaklara olan

---

<sup>24</sup> Alternatif et, kültürlenmiş et, yapay et, temiz et olarak adlandırılan ve laboratuvar ortamında hayvansal bazlı hücrelerle üretilen etlerdir.

talepte büyük bir artışa yol açmıştır. Aynı zamanda et, en maliyetli kaynaklardan biridir, yetiştirilen gıdaların en büyük kısmı hayvancılık endüstrisine gitmektedir. Bu nedenle bitkisel protein kullanımı yani doğrudan insanlar için mahsul yetiştirmek, gıdanın daha fazla insana ulaşmasını sağlayacaktır. Bir kilogram et üretimi için ortalama 2-15 kilogram bitkisel yemin hayvanlar tarafından tüketilmesi gerekmektedir (Joshi and Kumar,2015,s.108-109).

Tüm bunların yanı sıra gelişmemiş ülkelerde, yetersiz beslenme en ciddi sorunlardandır ve bu ülkelerin pek çoğunda hayvansal protein alımı yok denecek kadar azdır. Aynı zamanda hayvansal gıda üretim ve tüketiminin çeşitli salgın hastalıklara neden olması ve içerdiği kolesterol ve doymuş yağ sebebiyle sağlıksız olmasına karşılık; bitkisel proteinlerin daha düşük maliyetli oluşu bilim insanları için “et benzeri” alternatifleri formüle etme yönünde itici güç olmuştur (Joshi and Kumar,2015,s.110).

Yapılan bir araştırmada; küresel vegan gıda pazarı büyüklüğü, 2018'de 12,69 milyar ABD doları olarak değerlendirilmiştir ve 2019'dan 2025'e kadar % 9,6'lık bir YBBO (Yıllık Bileşik Büyüme Oranı) ile genişlemesi beklendiği dile getirilmiştir. Vegan beslenmenin, yararları hakkında farkındalığın artması, bu pazarın büyümesinden sorumlu en önemli faktördür. Özellikle Kuzey Amerika, Avrupa ve Asya Pasifik, büyük bir vegan nüfusa sahiptir. Gıda endüstrisinde, hayvan sağlığı ve hayvanlara yönelik kötü muamele hakkında artan farkındalık, insanları hayvan bazlı gıda ürünlerinden bitki bazlı gıda ürünlerine geçmeye teşvik etmektedir. The Vegan Society'ye göre 2012'den 2017'ye kadar etsiz gıda talebi % 987 artmıştır. Vegan Ürünler, glütensiz ve vejetaryen ürünlerden üç kat daha fazla Google'da aranmaktadır. Bu, pazarın dünya çapında popülaritesinin hızla arttığını göstermektedir. ABD, Avustralya, İngiltere, Yeni Zelanda, İsveç, Kanada, İsrail, İrlanda, Avusturya ve Almanya dünyadaki en yüksek vegan nüfus yüzdesine sahiptir. Geçtiğimiz birkaç yıl içinde her üç Amerikalı tüketiciden biri et tüketimini ya bırakmayı ya da azaltmayı tercih etmiştir. İsveç'te ise et tüketimi 2017'de önemli ölçüde azalmıştır. Süt ürünlerine alternatif ürünler, 2018 yılının en büyük pay sahibi sektörü olmuştur ve küresel gelirin %50'sinden fazlasını oluşturmuştur. Dünya nüfusunun yaklaşık %65 'ine denk gelen kesimde laktoz intoleransı bulunmaktadır ve bu da süt, peynir, dondurma, yoğurt gibi hayvansal süt içeren ürünlere alternatif vegan ürünlerin tüketici tabanının genişlemesini sağlamıştır. Kuzey Amerika, gıda endüstrisindeki hayvanlara kötü muameleyle ilişkin artan endişeler ve çevreye olumsuz etkileri nedeniyle en yüksek vegan nüfusa sahip bölge olması nedeniyle, 2018 yılında küresel



vegan gıda pazarının lideri konumunda yer almıştır. Ayrıca, ABD'de alternatif süt ürünleri talebini besleyen çok sayıda laktoz intoleransı olan insan olması nedeniyle 2017 yılında Cal-Maine Foods, Inc., bitki bazlı yumurta alternatiflerine yönelik artan talep nedeniyle 74 milyon ABD doları zarar bildirmiştir. Asya Pasifik'te, tüketiciler arasında artan sağlık bilinci ile birlikte, 2019'dan 2025'e kadar % 12,1'lik bir YBBO ile en hızlı büyümeyi yaşamayı beklenmektedir. Bölge genelinde kişi başına düşen gelir düzeyinin artmasının; Çin, Hindistan, Tayland, Tayvan ve Bangladeş gibi gelişmekte olan ülkelerde, pazarın büyümesine katkısı olacağı tahmin edilmektedir. Bu süreçte pazardaki kilit üreticiler, hızlı büyüme fırsatları nedeniyle Asya Pasifik bölgesindeki yatırımlarını genişletmeye odaklanmaktadır (www.grandviewresearch.com).

Bir başka araştırmaya göre; 2020 yılında 14.44 milyar dolar olarak hesaplanan küresel vegan gıda pazarının 2021 yılında %9.2 YBBO'nda bir büyüme ile 15.77 milyar dolar olacağı öngörülmektedir. Büyüme COVID-19 sürecinde yaşanan tüm sınırlama, kısıtlama, değişimler ve operasyonel zorluklara rağmen, faaliyetlerine devam eden ve yeni normale hızla ayak uyduran şirketler sayesinde gerçekleşmiştir. 2025 yılına yönelik öngörü ise % 9 YBBO'nda ve 22,27 milyar Dolar olarak tahmin edilmektedir. Raporun küresel vegan gıda pazarının araştırmasında kapsadığı ülkeler: Avustralya, Brezilya, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, Japonya, Rusya, Güney Kore, İngiltere, ABD'dir. Pazarının kapsadığı bölgeler ise: Asya-Pasifik, Batı Avrupa, Doğu Avrupa, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Orta Doğu ve Afrika'dır (www.thebusinessresearchcompany.com).

Küresel vegan gıda pazarındaki başlıca oyuncular: Amy's Kitchen, VITASOY International Holdings Ltd., Beyond Meat, Tofutti Brands, Plamil Foods Ltd., Danone SA, Vbites Foods Ltd., Eden Foods Inc., Whitewave Foods Company Inc, Sun'dır. Opta Inc., Pascual Group, Bblue Diamond Growers, Archer Daniel Midland Company, Earth's Own Food Company Inc, Panos Brand LLC., Blue Diamond Growers, Hain Celestial Group Inc., Organic Vallet Corporation, Living Harvest Food Inc., Morningstar Farms, MGP Ingredients Inc., Sonic Biochem Extractions Limited, ADM, Duopont, The Nisshin Oillio Group, Schouten Europe, Memphis Meats, Alpha Foods, Corbion Biotech Inc., Famleigh Inc., Alpro (www.grandviewresearch.com).

### 2.5.1.1.Yapay (In Vitro) Et Pazarı

Hayvancılık endüstrisinin çevreye zararını engellemek için geliştirilen hayvan kesimsiz et üretim yöntemi in vitro, yani laboratuvar ortamında et üretimidir. Hayvanlardan elde edilen kök hücrelerin uygun ortamlarda (kültür ortamı) yetiştirilmesi hücresel tarım olarak adlandırılmaktadır. Nihai ürün olan et için ise; in vitro, kültür, yapay, temiz et gibi tanımlamalar yapılmaktadır. Laboratuvar ortamında üretilen yapay etlerin sürdürülebilir olması ve gerçek etin yerini alabilmesi için koku, lezzet, doku gibi özellikleri ile de taklit edilebilir olması gerekmektedir. Tüm teknolojiler bu faktörleri bir arada sunmaya yönelik geliştirilmiş olsa da bu uzun ve zor bir süreçtir. İlk olarak Hollanda'daki bir enstitü tarafından üretilen yapay et , 2013 yılında, köfte olarak, Londra'da tanıtılmıştır ve tadımı yapılmıştır. Günümüzde hala endüstriyel anlamda üretimine geçilemeyen yapay etin önünde üretim koşullarının optimizasyonu, finansal açıdan uygunluk ve mevzuat gibi aşılması gereken birçok zorluk bulunmaktadır. Yapay et henüz ticarileşmediği için çevreye etkileri konusunda net bir şey söylenememektedir. Yapılan bazı anket çalışmalarında yapay et tüketimine karşı tüketici tutumları araştırılmıştır. Yapay et tüketiminden kaçınacağını belirten tüketiciler; bunun sebebinin kişisel kaygılar, doğal olmaması nedeniyle sağlık endişesi, gıda güvenliği, yüksek fiyat, gerçek et tadını vermeme olduğunu belirtmişlerdir. Yapay et tüketimi konusunda olumlu görüş bildiren tüketiciler ise çevresel stresin azaltılabilmesi, hayvan refahı ve sürdürülebilirlik sebebiyle bu kararda olduklarını belirtmişlerdir (Candoğan ve Özdemir,2021,s.413-415).

Yapay et pazarı, nüfusun artışına bağlı olarak çevresel kaygılar, sürdürülebilirlik kaygıları ve yetememe kaygısı etrafında oluşmuştur. Bu nedenle hedef kitlesi tüm insanlık diyebiliriz. Yapay et pazarına yönelik, özellikle etik veganların, hala hayvan kullanımına devam ediliyor olması sebebi ile etik açıdan eleştirileri ve itirazları bulunmaktadır. Fakat birinci bölümde veganlığın kendi içinde birçok farklı yaklaşımı barındırdığını detaylı bir şekilde aktarmıştık. Özellikle etik dışı sebeplerle veganlığı tercih edenler tarafından desteklenme olasılığı olan bu pazarı, çalışmamız içerisine dahil ederek; Türkiye'de yaşayan veganların kültür etlerine bakış açısını araştırmayı amaçladık.

### 2.5.1.1.1-Dünya'da ve Türkiye'de In Vitro Et ve Teknoloji Yatırımları

Memphis Meat -2015 yılında Uma Valeti, Nicholas Genovese, Will Clem tarafından yapay et, biftek ve tavuk üretimi için ABD'de kurulmuştur. Hayvansal hücrelerin kültür ortamında yetiştirilmesi prensibine dayalı üretim yapmaktadırlar. Softbank Group, Temasek, Norwest ve Threshold Ventures gibi güçlü yatırımcılar tarafından desteklenmesinin yanı sıra Cargill ve Tyson Foods'unda desteğini almıştır. Bill Gates ve Richard Branson gibi isimler de firmanın yatırımcısıdır (www.memphismeats.com).

**BlueNalu-** 2017 yılında ABD'de Lou Cooperhouse, Chris Somogyi, Chris Dammann tarafından kurulan yapay deniz mahsülleri üreticisidir. Deniz canlılarından elde edilen Hücrelerin kültürlenmesi şeklinde üretim yapmaktadırlar.

**GOURMEY-**2019 yılında Nicolas Morin-Forest, Antoine Davydoff, Victor Sayous tarafından Fransa'da kurulan ilk yapay et firmasıdır ve ördek hücrelerinden yapay kaz ciğeri üretmektedir.

**AVANT MEAT-**2018 yılında Carrie Chan, Mario Chin tarafından Çin'de deniz mahsulleri üretimi için kurulmuştur

**Cell Form Food Tech:** 2019 yılında yılında Sofia Giampadi tarafından hayvansal kök hücre bankası olarak kurulmuş Start-up 'tır.

Tablo 4: Dünya’da ve Türkiye’de In Vitro Et ve Teknoloji Yatırımları

ÜRÜN	FİRMA	KURULUŞ YILI	ÜLKE
Kültür Eti (Cultivated)	Mission Barns	2018	ABD
Kültür Eti (Cultivated)	Cubiq Foods	2018	İspanya
Kültür Eti (Cultivated)	Art Meat	2019	Rusya
Kültür Eti (Cultivated)	Mosa Meat	2015	Hollanda
Kültür Eti (Cultivated)	Aleph Farms	2016	İsrail
Kültür Eti (Cultivated)	Super Meat	2015	İsrail
Kültür Eti (Cultivated)	Shiok Meats	2018	Singapur
Kültür Eti (Cultivated)	IntegriCulture	2015	Japonya
Kültür Eti (Cultivated)	Peace of Meat	2019	Belçika
Kültür Eti (Cultivated)	Higher Steaks	2018	İngiltere
Kültür Eti (Cultivated)	Meatable	2018	Hollanda
Kültür Eti (Cultivated)	Vow Foods	2019	Avustralya
Kültür Eti (Cultivated)	Clear Meat	2018	Hindistan
Kültür Eti (Cultivated)	Appleton Meats	2016	Kanada
Kültür Eti (Cultivated)	Alife Foods	2019	Almanya
Kültür Eti (Cultivated)	Mirai Foods AG	2019	İsviçre
Kültür Eti (Cultivated)	Bruno Cell	2020	İtalya
Kültür Eti (Cultivated)	Mzansi Food Co	2020	G.Afrika
Kültür Eti (Cultivated)	Pristine Pet Food	2020	ABD
3D Biyoyazıcı ve Parçaları	Vivax Bio	2018	ABD
3D Biyoyazıcı ve Parçaları	SunP Biotech	2014	ABD-Çin
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Multus Media	2019	İngiltere
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	NUProtein Co. Ltd.	2019	Japonya
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Future Fields	2017	Kanada
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Cellivate Technologies	2019	Singapur
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Luyes Biotechnologies	2019	Şili
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Tiamat Sciences	2019	Belçika
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Agulos Biotech	2017	ABD
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Bio Better	2015	İsrail
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Core Biogenesis	2020	Fransa
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Cultured Blood	2019	Hollanda
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Biftek Co.	2018	Türkiye
Kültür Ortamı ve Büyüme Faktörü (Culture- Media)	Cell Farm Food Tech	2019	Arjantin

Kaynak: Pivodfood.com'dan alınan veriler yazar tarafından düzenlenmiştir.

Araştırma sonucu yapay et alanında en fazla yatırımın ABD merkezli olduğu görülmüştür. Yatırımların çoğu alternatif ete yönelik olsa da, deniz mahsulleri, tavuk, hayvan mamaları (pet food), hayvansal yağ gibi ürünler de yer almaktadır. Laboratuvar ortamında hayvansal yağ üretimi yapan firmalar çoğunlukla gıda üreticilerine tedarikçi firmalar olarak çalışmaktadırlar.

**Türkiye’de** kültür eti üretimi alanında ilk olan Biftek.co- 2018 yılında Can Akçalı ve Erdem Erikçi tarafından kurulmuştur.

Bu etlerin üretimi için gerekli olan kültür ortamına yönelik teknolojiyi üreten ve satan teknoloji firmaları, 3D Biyoyazıcı ile et modellemesini gerçekleştiren firmalar için 3D Biyoyazıcı üreten ve satan teknoloji firmaları, bitki bazlı büyüme faktörleri, hücre kültürü ortamı ve hücrel tarım için proteinler üreten ve satan firmalar da pazarın içinde yer almaktadır. 3D Biyoyazıcı gibi teknolojiler yalnızca kültürlenmiş etler için değil, bitkisel bazlı etler için de kullanılabilir.

Sektörde Bazı biyoteknoloji firmaları da bulunmaktadır. Bunlar ise; Solar Foods (Finlandiya-2017), Biocellion (ABD-2013); firma kültür et üretimi sürecinde AR-GE çalışmalarının hızlanabilmesi için firmalara hücre kültürü modelleme üzerine yazılım desteği vermektedir. Cellular Evolution (İngiltere-2019), Celltainer Biotech BV (Hollanda-2015), Ospin Modular (Almanya-2014), sektöre biyoreaktörler konusunda hizmet vermektedir. Incuvers (Kanada-2018) ise inkübatör konusunda çalışmaktadır ([www.pivodfood.com](http://www.pivodfood.com)).

#### *2.5.1.2.Bitki Bazlı Et / Protein Pazarı*

Et taklitleri, ikameleri ya da et alternatifleri diye adlandırılan bitki bazlı et alternatifleri, görünüm ve besin değeri bakımından hayvansal et ürünlerine yüksek oranda benzer özellikler ile üretilen ve sektörün en çok tercih edilen ürünleridir. Bitki bazlı et üretiminin düşük maliyetli oluşu, mevsimsel olmayışı ve daha uzun raf ömrü gibi sebeplerle özellikle son yıllarda endüstrilerin ilgisini çekmektedir. Günümüz küresel gıda pazarında et alternatifleri endüstrisi hızlı ve sürekli bir büyüme kaydetmektedir. Kuzey Amerika ve Avrupa’da ürünler sadece vejetaryen ve veganlara yönelik değil et seven ve tüketenlere de hitap edecek şekilde genişletilmektedir. Bitki bazlı protein kaynakları oldukça çeşitlidir. Bunlar; Soya fasulyesinin fermente edilmesiyle elde

edilen tofu<sup>25</sup>, tempeh<sup>26</sup>,miso<sup>27</sup>,natto<sup>28</sup>,kinema<sup>29</sup>, buğday glütenu olarak bilinen seitan, bezelye, nohut, mercimek ve yine soya gibi bakliyatların tekstüre edilmiş halleri, pirinç, acı bakla lifleri, mantarlar, algler(yosun), yer fıstığı ve mikoproteinler olarak sayılabilir. Firmalar bu kaynaklarla et, tavuk, deniz ürünlerine alternatif lezzetler üretmektedirler (Candoğan ve Özdemir,2021,s.418-420;Joshi and Kumar,2015,s.bkz).

Küresel el alternatif pazarı oldukça hızlı büyümektedir. Süpermarket raflarındaki vegan ürünlerin sayısı her geçen gün artmaktadır. 2019 yılı için yapılan araştırma küresel et alternatifleri pazar büyüklüğünü 4.532,6 milyon dolar olarak tahmin etmişti ve 2025 yılına kadar 7.106,7 milyon dolara ulaşmasını beklemektedir.2019 yılında % 70'lik bir payla küresel pazarda yer alan bölgeler Avrupa ve Kuzey Amerika oldu. Asya Pasifik ise önemli bir YBBO'na sahipti. Bu nedenle hızlı büyüme kaydedeceği öngörülen pazar Asya Pasifik'tir. Ortadoğu ve Afrika pazarı ise en düşük paya sahip oldular. Ürün bazında ise 2019 yılında pazarın hâkimi tofu ve tekstüre sebze proteinleri oldu. Bu özellikle sebze proteinlerin önemli bir vegan ürün bileşeni olmasından kaynaklanmıştır. Mikoprotein (Quorn), seitan, tempeh, soya ürünleri ve "diğerleri" ile birlikte endüstrinin kalan kısmını oluşturmaktadır. Bunlar şu anda daha küçük bir pazar payına sahip olabilir, ancak niş çekicilikleri ve kategori içindeki heyecan verici ürün yenilikleri tüketicilerin dikkatini çekiyor ve pazarın büyüme potansiyeli çok büyük. Birleşik Krallık, Almanya, Fransa ve İtalya, vegan ve vejetaryen tüketicilerin sayısının fazla olması nedeniyle Avrupa'daki en büyük et ikame pazarlarına sahiptir. 2019 yılında Kuzey Amerika, küresel et/protein alternatifleri pazarının % 30'undan fazlasını oluşturmuştur ve bu güçlü durumun önümüzdeki yıllarda da sabit kalmaya devam edeceği öngörülmektedir (The Vegan Society).

---

<sup>25</sup> Haşlanmış soya fasulyesinden elde edilen ve asit ya da tuzlu bileşiklerle kestirilerek elde edilen soya peyniridir

<sup>26</sup> Tempeh, soya fasulyelerinin fermente edilmesi ile üretilen Endonezya kökenli geleneksel bir besin maddesidir. Besin, fasulyelerin Rhizopus oligosporus adlı özel bir mantar ile kontrollü fermentasyon yoluyla birbirlerine bağlanması ile üretilir.

<sup>27</sup> Miso, fermente edilmiş bir Japon yiyeceği. Geleneksel Japon yemeği miso çorbasında da kullanılır. Soya fasulyesi, pirinç veya arpanın, deniz tuzu ve ko-ji adlı mantarla fermentasyonu ile elde edilen bir çeşit hamurdur

<sup>28</sup> Natto ile fermente edilmiş soya fasulyesinden yapılan geleneksel bir Japon yiyeceğidir. Genellikle kahvaltıda tüketilir.

<sup>29</sup> Kinema, çoğunlukla Doğu Nepal ve Hindistan'ın Darjeeling, Kalimpong ve Sikkim bölgeleri olan Doğu Himalaya bölgelerinin Limbus tarafından hazırlanan yerli fermente bir soya fasulyesidir

#### 2.5.1.2.1.Dünya'da ve Türkiye'de Bitki Bazlı Et / Protein Pazarı

**Beyond Meat:** 2009 yılında Ethan Brown tarafından ABD merkezli olarak kurulan bitkisel bazlı et, biftek, tavuk et alternatifleri üreten firmadır. Piyasaya ilk çıkışı 2013 yılında ABD'de olmuştur. Beyond Meat 1 Mayıs 2019 ilk defa Nasdaq borsasında BYND kodu ile halka arz edildi.25 dolara halka arz edilen hisse gün sonunu %163 bir yükseliş ile 65,75 dolar ile kapadı. Yöneticilerinin dahi beklentilerini aşan bu sonuç bize yatırımcıların bitki bazlı alternatifler pazarına ilgilerinin olduğunu ve pazarın geleceğini olumlu gördüklerini gösterebilir([www.borsagundem.com](http://www.borsagundem.com)).

**Impossible Foods:** Pat Brown tarafından 2011 yılında ABD'de kurulmuştur. Firma Burger King'le Impossible Whopper Burgeri için iş birliği yapmıştır ve Burger King'in tedarikçisi konumundadır. Ancak Şaşırtıcı bir biçimde Burger King tarafından Impossible Whooper'ın veganlar için uygun olmadığı açıklaması gelmiştir. Bunun nedeninin ise bitki bazlı ürünün hayvansal ürünlerle aynı tabakalar üzerinde pişirilmesi, hazırlanması ve bulaşmaya açık olması ve burgerlerde yumurta içeren mayonezlerin kullanılıyor olması olabileceği düşünülmektedir

**Moving Mountains:** Etsiz et fikri Simeon Van der Molen tarafından ilk olarak 2014 yılında ortaya atılsa da firma resmi olarak 2016 yılında kurulmuştur. Metro Grosmarket Türkiye ürünün ithalatçısıdır. Ürün menşei Hollanda'dır.

**Jack & Bry:** 2020 yılında kurulmuş ve Jackfruit'ten et alternatifleri üreten bir firmadır.

**Nova Meat:**2018 yılında İspanya'da Giuseppe Scionti tarafından kurulan firma 3D yazıcı teknolojisi ile bitkisel bazlı et üretimi yapmaktadır. Ürünlerini hala geliştirme ve test etme aşamasındadır.

**Redefine Meat:** 2018 yılında İsrail'de kurulmuş olan 3D yazıcı teknolojisi ile bitkisel bazlı et üretimi yapmakta olan firmadır. Ürünlerini hala geliştirme ve test etme aşamasındadır.

Tablo 5: Dünya’da Bitki Bazlı Et / Protein Alternatifleri Yatırımları

ÜRÜN	FİRMA	KURULUŞ YILI	ÜLKE
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Fry's Family Food Co.	1991	Güney Afrika
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	v2food	2019	Avustralya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Tofurky	1980	A.B.D
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	THIS	2019	İngiltere
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Sol Cuisine	1980	Kanada
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Century Pasific Food - unMeat	---	İsviçre
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Meatless B.V	2006	Hollanda
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Vegini	2015	Avusturya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Geronimo	2015	Brezilya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Gold & Green Foods	2015	Finlandiya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Hari & Co	2014	Fransa
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Asante	---	Meksika
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Linda McCartney Food	1991	İngiltere
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Love Seitan	2017	İngiltere
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Sunflower Family	2013	Almanya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Naturli	---	Danimarka
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Omnipork	2012	Hong - Kong
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Unreal Co.	---	Avustralya
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	Lupinta	2018	İsveç
Bitki Bazlı - (Plant-Based)	The Craft Meat Co.	---	Yeni Zelanda
Denizyosunları - (Seaweed)	The Dutch Weed Burger	2012	Hollanda
Alg Bazlı - (Algae Based)	Algama	2013	Fransa
Alg Bazlı - (Algae Based)	Alver	2016	İsviçre
Alg Bazlı - (Algae Based)	Has Algae	2019	Avustralya
Alg Bazlı - (Algae Based)	Viva Maris	2014	Almanya
Alg Bazlı - (Algae Based)	Triton Algae Innovations	2013	A.B.D
Mantar Bazlı - (Fungi Based)	Meati	2016	A.B.D
Mantar Bazlı - (Fungi Based)	The Protein Brewery	2019	Hollanda
Mantar Bazlı - (Fungi Based)	To-Jo	1932	A.B.D
Mantar Bazlı - (Fungi Based)	Quorn	1985	İngiltere
Mantar Bazlı - (Fungi Based)	La Robleria	2016	Şili
Fermantaston - (Fermentation)	Perfect Day	2014	A.B.D
Fermantaston - (Fermentation)	Bond Pet Food	2015	A.B.D
Fermantaston - (Fermentation)	String Bio	2013	Hindistan
Fermantaston - (Fermentation)	Novozymes	2000	Danimarka
Fermantaston - (Fermentation)	CJ Bio	1950	Güney Kore
Fermantaston - (Fermentation)	Nourish Ingredients	2019	Avustralya
Fermantaston - (Fermentation)	RhYme Biotechnology	2016	Kanada
Fermantaston - (Fermentation)	Final Foods	2020	A.B.D
Fermantaston - (Fermentation)	Fumi Ingredients	2019	Hollanda
Fermantaston - (Fermentation)	LegenDairy Foods	2019	Almanya
Fermantaston - (Fermentation)	Remilk	2019	İsrail

Kaynak: Pivodfood.com'dan alınan veriler yazar tarafından düzenlenmiştir.



Yeni Zelanda yatırımı olan The Craft Meat Co. 2021 yılında adını plant olarak değiştirme kararı almıştır.

**Türkiye’de faaliyet gösteren, bitki bazlı et/protein alternatifi üretimi yapan bazı firmalar;**

**Orfa The Standart Vegan:** Firma bitkisel bazlı ürünler (burger,köfte,soşis,kıyma) üretmektedir ve web sitesi üzerinden online satış hizmeti sunmaktadır. 2021 yılında, İstanbul Bağdat Caddesi’nde, ürettikleri bitki bazlı ürünlerinin (peynir,sos vb.) satışını yaptıkları ilk mağazalarını açmışlardır.(İstanbul)

**EatVappy:** Bitkisel bazlı, sucuk, köfte, burger üreticisidir (İstanbul).

**Yaşam Food:** Bitkisel bazlı, tofu sucuk, köfte, burger, seitan, soşis, döner, soya kıyması, soya küpü gibi et alternatifleri üreticisidir.Firma Yaşam Cafe ortaklığı ile İzmir Alsancakta vegan şarküteri projelerini hayata geçirmeyi planlamaktadır(İzmir).

**EverFresh:** Baharatlı, kekikli, domatesli, sade gibi çeşitli alternatifler sunan tofu ve bitkisel bazlı sucuk, soya ve türevleri gibi ürünlerin üreticisidir (İstanbul).

**Limonita Vegan Kasap:** 2020 yılı sonunda faaliyete giren, İstanbul Kadıköy’de hizmet veren kendi bitkisel bazlı et alternatiflerinin yanında, diğer bazı firmaların ürün satışını da gerçekleştiren Türkiye’nin ilk vegan et alternatifi satış hizmeti veren mağazasıdır. Web siteleri üzerinden online satış hizmeti de sunmaktadırlar (İstanbul).

**Veggy:** Soya ve bezelye proteinini kaynak olarak kullanan firmanın tofu, tofudan peynir, kebab, köfte, burger gibi ürünlerinin yanında tekstüre edilmiş bezelye proteini, hazır vegan köfte harçları ve dondurulmuş vegan burger alternatifleri de bulunmaktadır (İstanbul).

**Privegi:** 2018 yılında Prime Turkey Gıda A.ř. olarak kurulmuştur. Sebze köfte, sebze Burger gibi ürünleri bulunmaktadır. Fabrikaları Balıkesir’de, merkezleri ise İstanbul’da yer almaktadır.

**West Falafel:** Upper West Side Falafel Gıda Sanayi tarafından 2011 yılında kurulmuş olan firma, nohut bazlı sebze köfteler üretmektedir. Ürünlerinin perakende satışını yapmanın yanı sıra İstanbul-Cevahir AVM’de restoran olarak da hizmet vermektedirler.

Bu firmaların yanı sıra Kerevitaş A.Ş. markası olan Superfresh, V-Label etiketli falafel köftelerini piyasaya sunmuştur. 1993 yılında kurulan Aytaç gıda, vegan ürünler kategorisi altında, Green Köfte adıyla sebze köftelerini satışa sunmuştur.

### *2.5.1.3.Bitki Bazlı Süt - Süt ürünleri ve Yumurta Alternatifleri Pazarı*

Yulaf, badem, soya, hindistan cevizi, fındık, pirinç gibi ürünlerden bitki bazlı sütler ve yoğurtlar üretilmektedir. Kuruyemişler (kaju,badem v.b. gibi) ve bitki bazlı sütlerden ya da sebze proteinlerden bitki bazlı peynir üretimi de gerçekleştirilmektedir. Ürünlerin veganlara hitap etmesinin yanı sıra laktoz intoleransı olan insanların da ilgisini çekebilmektedir.

Küresel gelir açısından 2019 yılında pazarın büyüklüğü 16.130,9 milyon ABD doları değerinde gerçekleşmiştir. 2020-2025 yılları arasında beklenen YBBO tahmini olan % 16,7 ile 41.061 milyon dolar olarak gerçekleşmesi beklenmektedir. 2019 yılında soya sütü ve badem sütü, her biri için pazarın %40’ının oluşturmuştur. Geri kalan %20 yi ise pirinç, fındık, yulaf, hindistan cevizi ve bezelye ve diğerleri gibi bitki sütleri oluşturmuştur.

Asya Pasifik 2017 yılında %50’lik bir payla küresel pazarın hâkimi olmuştur. Bunun nedeni bölgedeki yüksek laktoz intoleransı olmasının yanında sadece bir süt alternatifi olarak nitelendirilmemesi ve lezzetli bulunmasıdır. (www.vegansociety.com)

Avrupa için yapılan araştırma ve tahminlerde ulaşılan sonuçlar 2020-2025 yılları arasında badem sütünün %16,7’lik bir YBBO ile başı çekeceği yönündedir. Hemen arkasından %15,2 lik bir YBBO ile kenevir, bezelye, hindistan cevizi, fındık ve kaju gibi ürünlerin yer aldığı “diğer” kategorisi gelmektedir. Ardından yaklaşık %10,1’lik YBBO ile pirinç sütü gelmektedir. Soya sütünün, Asya Pasifikte güçlü bir pazara sahip olmasına rağmen Avrupa’da daha az tercih

edilmesinin nedeni kremamsı yapıya sahip badem sütüne göre daha ince olması olabilir. Bu nedenle soya sütü Avrupa'da %9,6'lık bir YBBO ile son sırada yer almaktadır (www.vegansociety.com).

Vegan peynir kategorisi en güçlü pazar payına sahiptir ancak 2020 - 2025 arasında % 13 olan en düşük YBBO ile büyümektedir. Bu, bölgesel farklılıklardan kaynaklanıyor olabilir. Almanya'da, 2019 yılında vegan peynir pazar büyüklüğü 117 milyon dolar değerinde olmuştur ve 2020-2025 arasında % 13,3'lük bir YBBO göstereceği tahmin edilmektedir. Almanya, Avrupa vegan peynir pazarına liderlik etmektedir. Bununla birlikte, peynir tüketiminin zaten çok yüksek olduğu ülkelerde alım daha azdır. Fransız vegan peynir endüstrisi 2019'da 22,5 milyon dolar değerinde gerçekleşmiştir ve 2020-2025 arasında % 11,9'lük bir YBBO'da büyüyeceği tahmin edilmektedir. (www.vegansociety.com)

Bitki bazlı süt ve türevleri alternatif pazarında Avrupa'da en düşük paya sahip olan ise vegan tatlılar pazarı olmuştur. Buna rağmen 2020-2025 yılları arasında vegan tatlılar pazarı için % 15,9'lük YBBO'nda artış beklenmektedir. Vegan tatlı pazarının hemen ardından %14,55 oranında bir YBBO tahmini ile vegan atıştırmalıklar kategorisi gelmektedir. Bu kategoride yer alan ürünler; yoğurtlar, atıştırmalıklar, soslar, çeşniler yer almaktadır. Pazarda ikinci en büyük pay Kuzey Amerika'nındır. 2019 yılında yaklaşık 4.500 milyon ABD doları değeri ile pazarın %25'ine sahip olmuştur. Amerika Birleşik Devletleri badem üretiminde küresel rekoltenin <sup>30</sup> %80'nden fazlasını elinde tutan lider konumundadır. Bu nedenle bitkisel bazlı süt ve türevleri üretimi konusunda kilit konumda yer almaktadırlar. Amerika Birleşik Devletleri, bir sonraki en yüksek badem üreticisi olan İspanya'dan yaklaşık dört kat daha fazla badem üretmektedir. Kuzey Amerika'da en güçlü büyüme beklentisi badem sütüne yöneliktir. Ondan biraz daha düşük oranda büyüme beklenen ürünler "diğer" olarak kategorilendirilen; kaju, yulaf ve hindistan cevizidir. Hemen ardından ise pirinç sütü gelmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde yukarı Midwest adı verilen bölge soya fasulyesi üretimi açısından oldukça güçlü olmasına rağmen soya sütüne yönelik büyümenin durgun seyredeceği tahmin edilmektedir. Bunun asıl nedeninin ise üretilen soyanın büyük çoğunluğu çiftlik hayvanlarını beslemek için kullanılmasıdır. Kuzey Amerika'da önemli şekilde değerlendirilmesine rağmen en düşük büyüme tahmini vegan peynir pazarına

---

<sup>30</sup> Tarımda bir yılda elde edilen herhangi bir ürünün toplamı

yöneliktir. Fast-food, hazır yiyeceklerde talebe de bağlı gelişecek vegan ürünlere erişimin vegan peynir pazarınının da büyümesini destekleyeceği tahmin edilmektedir (www.vegansociety.com)

ABD bitkisel süt pazarında küresel lider konumundadır ve pazarın %20'sinden fazlasını elinde tutmaktadır. ABD badem sütü pazarı ülkenin bitki bazlı süt pazarının  $\frac{3}{4}$ ' üne sahiptir. Bu oran küresel badem sütü pazarının %40'ına denk gelmektedir (www.vegansociety.com).

#### 2.5.1.3.1. Dünya'da ve Türkiye'de Bitki Bazlı Süt-Süt Ürünleri ve Yumurta Yatırımları

Dünya genelindeki bazı vegan süt, peynir, yumurta, yoğurt, infant formula, tatlı gibi ürün yatırımları; tablodaki şekildedir.

**Tablo 6: Dünya'da Bitki Bazlı Süt-Süt Ürünleri ve Yumurta Alternatifleri Yatırımları**

<i>FİRMA</i>	<i>KURULUŞ YILI</i>	<i>ÜLKE</i>
Oatly	1985	İsveç
Numilk	2018	A.B.D
The Coconut Collaborative	2014	İngiltere
Nuquo Foods	2019	İsveç
Marvelous Foods	2019	Çin
Zero Egg	2018	İsrail
Les Nouveaux Affineurs	2021	Fransa
Miyako's Kitchen	2014	A.B.D
Heartbest Foods	2017	Meksika
Daiye Foods	2008	Kanada
V Bites	1993	İngiltere
Veggyness	1993	Almanya
Alpro	1980	Belçika
Cheese the Queen	2017	Bulgaristan
Eggless	2011	A.B.D
Follow Your Heart	1970	A.B.D
Evo Foods	2017	Hindistan
Vida Veg	2014	Brezilya
Else Nutrition	2012	İsrail
Numu Vegan Cheese	2011	A.B.D
Vitasoy	1940	Çin / Hong Kong
Violife	1990	Yunanistan
Nature&Moi	2015	Fransa
Notco	2015	Şili
Born Formula	2018	Çin

*Kaynak: Pivodfood.com'dan alınan veriler yazar tarafından düzenlenmiştir.*

Nature&Moi; mercimek bazlı yumurta üretmektedir. Vitasoy; Yaklaşık 40 ülkede hizmet vermektedir, bu nedenle de vegan pazarın küresel büyük oyuncuları arasında yer almaktadır. Türkiye; Alpro, İsola Bio, Good Hemp ve Joya gibi bitkisel süt markalarının ithalatçısıdır.

**Türkiye'deki bazı vegan süt, peynir, yumurta, yoğurt, tatlı gibi alternatif ürün yatırımları;**

Trakya çiftliği (Bitkisel peynir, yoğurt ), Fomilk ( Bitkisel süt ve peynir), Orfa the Standard Vegan(Bitkisel peynir alternatif ve çeşitli soslar), Sweetheaven (vegan tatlı alternatif), Cheezmir (Bitkisel peynir), Yaşam Foods (Bitkisel peynir, tereyağ), Ottan (Bitkisel yumurta ), Nilky( Bitkisel süt)

Bursa Uludağ Üniversitesi'nde Ziraat Fakültesi ve BİTUAM (Bilim,Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi) işbirliğinde Vegan Üretim Merkezi projesini hayata geçirmek için adımlar atılmaya başlanmıştır .

BİTUAM Müdürü Prof. Dr. Utku Çopur; vegan ürünlere olan talebin küresel olarak her gün daha da arttığını ifade ederek, kaliteli ve talep edilecek ürün üretme konusunda tüm donanımına sahip olduklarını dile getirmiştir. Proje kapsamında, ceviz suyundan yapılan süt, yoğurt ve diğer ürünlerden elde edilen numunelerin tadımı yapılmıştır ve ürünlerin test edenlerden olumlu dönüş aldığı dile getirilmiştir (www.uludag.edu.tr).

### ***2.5.2.Gıda Dışı Vegan Ürün Pazarı***

Kozmetik / kişisel bakım, ev temizlik ve hijyen ürünleri, tekstil gibi alanları kapsamaktadır. Dünya genelinde AB'nin hayvan deneyleri politikalarına da bağlı olarak özellikle kozmetik alanında çok sayıda yatırım bulunmaktadır.

Bunun dışında kürk ve hayvan kullanımına yönelik değişen yasalar tekstil ürünleri pazarında alternatif arayışlarına sahne olmaktadır. Bu bölümde gıda dışı vegan ürünler ve yatırımlar incelenecektir.

#### *2.5.2.1. Türkiye'deki Bazı Vegan Kozmetik ve Ev Temizlik Ürünleri Yatırımları*

Eyüp Sabri Tuncer Türkiye'nin kozmetik alanında vegan-vejetaryen sertifikasını alan ilk firmadır. Her ürünü vegan ya da vejetaryen olmamakla birlikte ürünlerini yaklaşık 70 ülkeye ihraç etmektedir. Bilimsel araştırmalar sonucunda yaratılan Hydrovega markası da vegan ürünleri ile yurtiçi-yurtdışı pazarda kozmetik sektöründe faaliyet göstermektedir.

Uzay Kimya'nın Green Clean serisi vegan sertifikalıdır ve yine vegan sertifikaya sahip Turmepa el sabunu ve Mom's Green gibi özel markalara da hizmet vermektedir. Viking, Siveno, Dermokil, Arko, Neva (saç boyası) gibi firmalar da vegan ürünleri ile pazarda kozmetik ya da hijyen alanında yer alan diğer firmalardır.

Vegan kozmetikler hayvansal bazlı ürün, içerik ve türevlerini içermeyen ürünleri (Bal, balmumu, keratin vb.) kapsamaktadır. Doğal ve güvenli kozmetiklere yönelik arttan talebin pazarın büyümesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. AR-GE yatırımlarının artışı, çevreye yönelik artan endişeler, vegan ürün üreticilerinin artışı ve hayvan deneyleri ile ilgili hükümetlerin getirdiği katı kurallar gibi birçok faktörün vegan kozmetik pazarında büyümeyi hızlandıracağı tahmin edilmektedir. Vegan kozmetik pazarına yönelik tahmin, 2027 yılına kadar tahmini 23,60 milyar ABD doları değerine ulaşırken, bu büyüme 2020-2027 tahmin dönemi için % 6,52 oranında gerçekleşecek şekilde olmuştur([www.databridgemarketresearch.com](http://www.databridgemarketresearch.com)).

#### *2.5.2.2. Tekstil Alanında Bazı Gelişmeler*

Gıda dışı vegan ürünler içinde tekstil de pazarda önemli bir yere sahiptir. Çünkü veganlar hayvanlardan elde edilen maddelerden yapılan ayakkabı, giyim, çanta gibi ürünleri de satın almazlar. Bu ürünler; deri, yün, kürk, ipekten elde edilenler ve kemik, jelatin gibi maddeler kullanılarak üretilen yapıştırıcıların dahil olduğu tekstil ürünleri olarak sıralanabilir.

İpeker firması tekstil alanında üretiminin her aşamasında (boya, hammadde vs.) %100 vegan üretim yapan Dünya'nın ilk firması olmuştur. Firma vegan ürünlerini Almanya, İtalya, Japonya, Amerika, Fransa, Kanada, Avustralya gibi geniş coğrafyalara sunmaktadır (nonwoventechnology.com).

Geçtiğimiz yıllarda birçok ünlü moda markası gerçek kürk kullanımına son verdikleri açıklamasında bulunmuşlardır. Bu firmalardan bazıları; Gucci, Versace, Armani, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Stella McCartney, Ralph Lauren, . Balenciaga ve Alexander McQueen olmuştur. Tüm bu gelişmelerle beraber ABD'nin Kaliforniya eyaleti, kürk üretimini ve satışını yasaklama kararı almıştır. Bu kararla ülkede kürk kullanılmış giysi, çanta, ayakkabı üretimini ve satışını yasaklayan ilk eyalet olmuştur. Yasa 2023 yılı itibariyle yürürlüğe girecektir (www.milliyet.com.tr;www.hurriyet.com.tr).

Yaşanan gelişmeler üreticileri, yatırımcıları alternatif hammadde ve ürün arayışına itmiştir. Meksikalı iki girişimci, kaktüs yapraklarından, vegan deri üreterek 2020 yılında Yeşil Ürün Ödülü aldılar. Desserto adını verdikleri ürün, aynı zamanda marka isimleri de olmuştur ve küresel piyasaya bu markayla sunulmaktadır (alkahvenigel.wordpress.com). Spor ayakkabı üreten Clae markası, Desserto ile iş birliği yaparak kaktüs derisinden ilk spor ayakkabıyı üretmiş ve satışa sunmuştur.

Ege Deri ve Deri Mamulleri İhracatçıları Birliği Başkanı Erkan Zandar, özellikle Avrupa Birliği ülkelerinde ve Amerika'da vegan nüfusun artışının da etkisiyle vegan deri talebinin arttığını ve Türkiye'deki imitasyon ürün üreticilerinin normalde ihracata yönelmemiş olsalar da, bu yeni pazarda yer edinebileceklerini dile getirmiştir. Hatta Türkiye'nin imitasyon ayakkabı üretimi konusunda başarılı olduğunu ve bugünkü kurlarla Çin'le dahi rekabet edebilecek güçte olduklarını eklemiştir. Bu nedenle de uluslararası fuarlara imitasyon üretim yapan firmaları da dahil etmek isteklerinin mevcut olduğunu belirtmiştir (www.sozcu.com.tr).

### ***2.5.3.Turizm'de Veganlık***

Uluslararası turizm faaliyetleri, uluslararası ticaretin konusu olan geleneksel hizmet faaliyetlerinin başında gelmektedir. Bu nedenle, uluslararası turizm, 1960'ların başından bugüne, uluslararası ticaretin öncü sektörü konumundadır ( Bahar ve Baldemir,2008,s.98).

Vegan turist; daimi bulunduğu/ yaşadığı yerden para kazanmak gibi bir amaç gütmeyen, farklı motivasyonlarla ayrılıp, geçici bir süreliğine başka yerde bulunan ve bulunduğu yerde, bulunduğu sürece hayvansal kaynaklardan elde edilen ürünleri satın almayan kimsedir (Vatan ve ,Türkbaş,2018,s.32).

Kitlelere yönelik hizmet anlayışı ile ilerleyen turizm hizmet sektörünün, farklılaşması ve vejetaryen/vegan turist gibi özel, fakat turizmin bir bileşeni olan alanlara da genişletilmelidir (Dilek,2018:14). Çünkü turizm hareketlerinde yer alan bireylerin beslenme şekilleri birbirlerinden farklıdır. Turizm alanında yapılan birçok araştırma ise; sektör içerisinde hayvan kullanımının oldukça yoğun olduğunu göstermektedir. Bu durum vejetaryen yada vegan yaşam tarzıyla örtüşmemektedir. Dolayısıyla turizm, yalnızca vejetaryen ya da vegan turist ile olan ilişkisinden ibaret değildir. Turizmin hayvan hakları, hayvan refahı, hayvan etiği ve hayvanlarla ilişkisine de odaklanmak gerekmektedir. Turizm ve hayvan hakları konusu özellikle 2000 yılından sonra üzerine çalışılan bir alan haline gelmiştir. Çalışmalarda vegan ve vejetaryen gıdalara yönelik bir tutumun geliştiği ve üzerine titizlikle çalışıldığı gözlemlenmiştir. İşletme bünyesinde vejetaryenlere yönelik alternatifler olsa da özel menü ve konusunda uzman mutfak çalışan bulunmamaktadır. Ancak birçok çalışma; yeme-içme alışkanlıklarının, seyahat motivasyonu üzerine oldukça güçlü etkisi olduğunu göstermektedir. Vegan turistler için de sunulacak kalite, seyahat motivasyonu için belirleyici olacaktır (Aktaş ve ark,2019,s.980).

Her yıl bahar aylarında Didim'de tüm veganların, ister üretici ister aktivist olsun bir araya geldiği bir festival düzenlenmektedir. Festival aynı zamanda uluslararası konuşmacı ve katılımcıları da ağırlamaktadır. Bu nedenle hem ulusal hem uluslararası bir turizm faaliyeti olarak nitelendirebiliriz. Pandemi sebebiyle festival online ortama taşınmıştır.

Türkiye'de Vegan Otellere, Ahara Vegan Yoga Hotel ve Antalya Olimpos'ta faaliyete giren The Vegan Lodge'ü örnek gösterebiliriz. Bunun yanı sıra Gedik Holding'in de veganlara yönelik otel ve restoran projeleri bulunmaktadır.



İstanbul'un çeşitli semtlerinde vegan restoranların sayısı gittikçe yaygınlaşmaktadır. İzmir, Ankara gibi büyük şehirlerde de sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye genelinde de neredeyse her ilde veganlara hizmet veren kafe ve restoranlar bulunduğunu söyleyebiliriz.

Türkiye genelinde vegan tüketicilere yönelik hizmet veren bazı kafe ve restoranlar; Chi Fine Food (Antalya), Bi Nevi Deli(İstanbul), Mahatma(İstanbul),Veganka (Ankara), Limonita(İstanbul)- Aynı zamanda Limonita yeni girişimiyle Türkiyede'ki ilk vegan kasap mağazasını da hizmete sunmuştur.Yaşam Cafe (İzmir),Yayaraw(İzmir),Vegalini(Muğla),Good Call Cafe (Bursa)

Bursa'nın ilk vegan kafesi olarak faaliyete başlayan "Vegan Kantin" (Aralık 2018), vegan tüketicilere yeme-içme alanında %100 vegan hizmet vermektedir. Vegan Kantin işletmecisi Kale ile yapılan görüşmede; Müşteri profiline ortalama 20-35 yaş arasında değişkenlik gösterdiği ve kadın müşterilerin erkek müşterilere oranla daha fazla olduğu, sabit müşteri tabanının, yeni gelenlerin de sabit (devamlı) müşteriler haline gelerek büyüdüğünü ve vegan/ vejetaryen olanlar dışında da insanların sağlıklı ve uygun fiyatlı bulduğu için Vegan Kantin'i tercih ettikleri bilgisi edinilmiştir. Kale; Müşterilerin yemek tercihinin yüksek oranda bitkisel et alternatifi (köfte) olduğunu ve işletme sahibinin vegan olmasının müşteriler üzerinde olumlu etkisinin olduğunu, pandemiden sonra müşterilerin çeşitlendiğini ve insanların ilgisinin arttığını, pazarın gelişimine yönelik olumlu düşünce ve gözlemleri olduğunu dile getirmiştir. Kale; üretim için tedarik ettiği ürünlerin tedarik aşamasında sorun yaşamadığını ancak menüye katkı sağlayacak, özellikle paketli/ hazır ürünlerin, diğer ülkelere de kıyasla pahalı olduğunu bu nedenle müşterilere daha geniş alternatiflerle ulaşabilmenin önünde engel yarattığını da belirtmiştir.

Vegan tüketicilerin restoranlarda işletme, personel ve menü içeriği ile ilgili bazı sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Bu sorunlar; menü içeriklerinin şeffaf olmayışı, alternatiflerin azlığı vegan ibaresi taşıyanlar bile içeriklerinde hayvansal ürün barındırmaları ve bunların dışında personellerin bilgisizliği, vegan müşterilere karşı tutumları ve saygısız tavırlarıdır. İşletmelerin ise bilgisiz oluşu, güvenilir olmalarının önünde bir engeldir (Sünnetçioğlu ve ark,2017,s.247).

#### ***2.5.4 Vegan Ürünlere Erişim***

Türkiye’de vegan ürünlerin internet üzerinden satışını yapan ilk online satış sitesi [www.vegandukkan.com](http://www.vegandukkan.com) olmuştur. Daha sonra vegan dünyası, vegan bakkal gibi markalar da fiziksel olarak satış faaliyetlerini gerçekleştirmenin yanı sıra, ürünlerin satışını online ortamda da gerçekleştirmeye başlamışlardır.

Vegan pazarına yönelik yapılan bir araştırma raporuna göre; vegan tüketiciler bulunabilirlik ve kolay erişim sebebiyle alışverişlerinde, süper market, hiper market ve bakkalları tercih etmektedirler sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle araştırmanın kapsadığı bölgelerde çevrimdışı dağıtım kanalları en büyük paya sahip olmuşlardır. Fakat teknolojik gelişmelere bağlı olarak internette artan penetrasyonun 2019 yılından 2025’e kadar çevrimiçi kanalın en yüksek YBBO’ya ulaşacağı öngörülmektedir ([www.grandviewresearch.com](http://www.grandviewresearch.com)). Bizde Türkiye’de vegan tüketicilerin, özellikle paketli gıda ürünlerine yönelik satın alma davranışlarında hangi kanalı tercih ettiklerini saptamak istedik.

#### ***2.5.5. Pazarlama Açısından Sosyal Medya ve Veganlık***

Vegan bireylere ve topluluklara yönelik yapılan yaklaşık üç yıllık gözlem sonucunda, veganların sosyal medya hesaplarını, çoğunlukla, veganlığı yaymak üzere bir aktivizm aracı olarak kullandıkları görülmüştür. Hatta sosyal medya hesapları aracılığı ile, vegan üreticileri destekledikleri, ürünler konusunda bilgi ve deneyimlerini diğer tüketiciler ile paylaştıkları, neredeyse pazarın doğal birer reklamcısı ya da pazarlamacısı konumunda bulduklarına yönelik izlenimler elde edilmiştir. Bu pazarda yer alan üreticilerin, vegan birey ve topluluklarla etkileşimi ya da vegan aktivistlerin faaliyetleri reklam ve pazarlama maliyetleri açısından önemli bir konudur diye düşünmekteyiz.

Veganlar teknolojidten faydalanarak sosyal medya hesapları üzerinden veganlığı anlatmakta ve insanları vegan olmaya davet etmektedirler. Yegen ve Aydın(2018,s.110) tarafından yapılan araştırmada sosyal medyada çok sayıda veganlık üzerine hesap olduğunu gözlenmiştir. Araştırmada, Vegan Türkiye hesabı incelenmiştir. Hesabın paylaşımlarında çoğunlukla görülen başlıklar; hayvan hakları, hayvan sevgisi, daha iyi bir dünya, kitlesel direniş, birlik/beraberlik

gibi konular olmuştur. Kitlesele direniş konusunda öne çıkan başlığın siyasi karşıtlık olduğu görülmüş yüksek oranda olmasa da azımsanmayacak düzeyde küreselleşme karşıtlığı gözlemlenmiştir.

Ağızdan Ağıza pazarlama, bireylerin seçimlerinden ve tutumlarından etkilenen bir katılım biçimidir. Dijitalleşen dünyada bu pazarlama şekli sosyal mecralara taşınmış durumdadır. Miguel ve ark(2020,s.12) tarafından yapılan araştırmada, vegan ürünlerle ilgilenenlerin, fikirlerini, başkalarına yayma olasılığının daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, vegan ve organik ürünler hakkında bilgisi olan kişilerde, vegan ürün satın alma eğilimi artmaktadır (Marangona ve ark.,2016,s.163).

#### ***2.5.6. Vegan Pazardaki Bazı Engel ve Sorunlar***

Vegan pazar çevre, sağlık, etik, iklim değışikliği, sürdürülebilirlik gibi birçok konu ile ilişkili olarak gelişen bir pazardır. Firma web siteleri incelendiğinde görülmüştür ki özellikle sürdürülebilirlik ve sera gazı emisyonları vurgusu hemen hemen hepsinde mevcuttur. Alışlagelmiş pazarlama yöntemlerinin dışına çıkan ve insanlarda bir bilinç uyandırmaya yönelik bu ve benzeri tutumlar, hayvancılık endüstrisi oyuncularını tedirgin edebilmektedir. Bu durum hayvancılık endüstrisinin, hükümetlerden bazı taleplerde bulunmasına yol açmıştır. Bu bölümde Avrupa Birliği üye ülkelerinde geçerli olacak, bitkisel bazlı ürünlere yönelik yasa değışikliklerine yer vereceğiz. Yasalar ve değışiklikler, vegan ürünlerini Avrupa pazarına sunmak isteyen üretici ve yatırımcılar için oldukça önemlidir.

##### ***2.5.6.1 171 No 'lu Değışiklik (Amendment 171)***

Avrupa Parlamentosu'nda, Tarım Ürünleri Pazarları Ortak Organizasyonu'nda yapılan güncellemenin bir parçası olarak, AGRI Komitesi tarafından 171 no'lu değışiklik Mayıs 2019'da kabul edilmiştir. Bu değışiklik kapsamında vegan ürünlere süt ve peynir gibi isimler vermek yasaklanmıştır. Değışikliğe göre Avrupa Birliği üye ülkelerinde ürünler vegan peynir, yulaf sütü gibi isimlerle pazarlanamayacaktır. Ancak, Avrupa Parlamentosu'nda 19-22 Ekim 2020 tarihlerindeki genel kurulunda, özellikle Avrupa Birliği'nde bulunan çiftçilerin talebi ve baskısı

ile vegan ürünlere yönelik genel kurulunda bir değişiklik daha oylanmıştır. Küresel alanda Dairy Ban ya da Amendment 171 adıyla yer bulan 171 sayılı değişiklik kapsamında, çiftçi birliklerinin burger, sosis, biftek gibi isimlerin de bitki bazlı ürünlerde kullanılmamasına yönelik talebi reddedilmesine rağmen, süt ürünlerinin "taklit edilmesini veya çağrıştırılmasını" yasaklamayı amaçlayarak yasakların kapsamını daha da genişletmiştir. Bu geniş yasaklamalar pazar açısından endişe vericidir. Değişikliğe dair dil geniştir ve kapsamı belirsizdir. Bu nedenle değişiklik bitki bazlı ürün ambalajlarına ve görsellerine kadar uzanabilecek bir kısıtlama olabilecektir. Bu değişiklik, ürünlerini pazarlamak isteyen bitki bazlı gıda endüstrisinin satış kabiliyetlerini kısıtlamak, aynı zamanda bitki bazlı gıdaya talepleri artan tüketicileri ürünlere ulaşma konusunda engellemek anlamına gelmektedir. Bu da tüketici çıkarlarını korumada başarısız olmak demektir. Bunun yanı sıra Avrupa'nın 2050'ye kadar net sıfır emisyon hedefini duyurduğu Yeşil Anlaşma ile bitkisel bazlı ürünlere yönelik caydırıcı ve kısıtlayıcı engelleme çelişkili görünmektedir (www.politico.eu).

Mayıs 2021 sonunda öngörülen değişiklik, yasa değişikliğine karşı yürütülen kampanyalar ve tüketicilerden gelen talepler sonucunda Avrupa Parlamentosu tarafından reddedilmiştir (www.veganfoodandliving.com).

### ***2.5.7 Alandaki Bazı Çalışmalar***

Fuentes&Fuentes (2017), "Making a maket for alternatives: marketing devices and the qualifications of a vegan milk substitute (Alternatifler için bir pazar yaratmak: pazarlama araçları ve vegan süt ikamesinin nitelikleri)" isimli makalede; kitlesel bir vegan pazar oluşturmak için pazarlamanın nasıl yapıldığını, kullanılan pazarlama araçlarının nasıl sonuçlar doğurduğunu kavramsal ve eleştirel olarak incelemektedir.

Bedin ve ark. (2018), "Vegan foods: Mimic meat products in the Italian market,(Vegan gıdalar: İtalyan pazarındaki taklit et ürünleri)" adlı araştırmanın amacı, İtalyan pazarına odaklanarak, geleneksel würstel ve Mortadella'nın şeklini ve dokusunu taklit eden vegan gıda ürünleri hazırlamak için yeterli tarifler geliştirmektir. Elde edilen sonuçlar, "mimic-wurstel" ve "mimic-mortadella"nın vegan içeriklerle ve bitkisel kaynaklı proteinlerle oluşturulabildiğini göstermiştir.

Külcü (2020), “Etik Sorun Alanı Olarak Endüstriyel Tarım “adlı doktora tezinde hayvancılık tarımını etik açıdan değerlendirmiş ve nitel araştırma yöntemi ile katılımcıların çevre etiği konusundaki tutumları araştırmıştır.

Cooper (2018) “A New Veganism: How Climate Change Has Created More Vegans(Yeni Bir Veganizm: İklim Değişikliği Nasıl Daha Fazla Vegan Yarattı?)”çalışmasında, veganlığa geçişteki motive edici faktörlerin çevre veya sağlık endişeleri etrafında olduğu yeni bir veganizm türü ortaya çıktığı görüşünü savunmaktadır. Makalede veganlıktaki itici güç ya da motive edici faktör olan etik tutumların çevreye doğru nasıl kaydığı tartışılmaktadır.

Thuy (2019) “ Vegan Trend in Consumer Buying Behaviour (Tüketici Satın Alma Davranışında Vegan Trendi), Akkan & Bozyiğit (2020),”Bir Niş Pazar Olarak Türkiye'deki Vegan Ürünler: Tüketici Bakış Açısından Keşfedici Bir Araştırma”,Güney(2020),”Yaşam Tarzı Olarak veganlığın Satın Alma Davranışlarına Etkisi ve Kültürlerarası Bir Araştırma”, Carfi & Donato & Schilirò, "Sustainability of global feeding.Coopetitive interaction among vegan and non-vegan food firms( Küresel beslenmenin sürdürülebilirliği). Vegan ve vegan olmayan gıda firmaları arasındaki iş birliğine dayalı etkileşim” gibi çalışmalar yer almaktadır.

Çalışmalarda gözlemlendiği gibi veganlık başlığı altında sürdürülebilirlik, etik ve çevre sorunları tartışılmaktadır.

## III.BÖLÜM

### YÖNTEM, ANALİZ, BULGU VE SONUÇLAR

#### 3.1 Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı dünyada gelişen vegan pazarın, etik, sağlık ve çevre ile ilişki durumunu saptamak, yatırımları incelemek, Türk girişimcilerin-üreticilerin ve tüketicilerin sorun ve ihtiyaçlarını anlamak, Türkiye'nin bu pazarda kendini nerede konumlandığını gözlemlemek ve eksikleri saptamak ve geleceğe yönelik tahminler yürütmektir. Tüketicilerin üreticileri, üreticilerin ise kitesini anlamaya yardımcı olmak amaçlanmakta olup pazara bir katkı sağlamayı da ummaktadır. Aynı zamanda bir diğer amaç tüm Dünya'nın günümüzde en güncel ve önemli sorunu haline gelen çevre ve iklim krizi başlıklarına hayvancılık endüstrisinin etkilerini ve ekonomik maliyetlerini araştırarak literatüre katkı sağlamak ve veganları vegan yapan itici güçten bağımsız olarak çevre, iklim krizi gibi konuların veganlar için ne anlama geldiğini de araştırmaktır.

#### 3.2 Çalışmanın Örnekleme

Bu araştırmada iki ayrı örnekleme yönelik iki ayrı çalışma mevcuttur. İlk çalışma Türkiye – Marmara Bölgesinde gıda sektöründe faaliyet gösteren vegan üreticileri kapsamaktadır. Çalışmamızın örneklemini 3 vegan ürün üreticisi firma oluşturmaktadır. İkinci çalışmamızın örneklemini Türkiye'de yaşayan vegan tüketicilerden oluşturmaktadır. 280 vegan katılımcı örnekleminizi oluşturmuştur. Her iki çalışma için de evren büyüklüğü çalışmanın yapıldığı yıl olan 2021 yılı için belirsizdir. Bu nedenle örnekleme büyüklüğünün yeterli olduğunu düşünmekteyiz.

#### 3.3 Çalışmanın Yöntemi

Bu araştırmada iki ayrı örnekleme yönelik iki ayrı çalışma mevcuttur.

İlk çalışma Türkiye'de faaliyet gösteren, vegan ürün üreticilerine yöneliktir. Şirketlerin ihracat departmanı çalışanlarına, şirket web sitelerinde bulunan iletişim bilgileri ile ulaşılmış olup, pandemi dönemi sebebiyle görüşmelerin yüz yüze yapılamayacağı bilgisi edinilmiştir. Çalışma sonrasında açık uçlu sorulardan yer alan bir online mülakat olarak geliştirilerek e-posta adresleri

üzerinden şirket ilgililerine gönderilmiş, çalışma yapılmadan önce olumlu olumsuz bakış açıları hakkında geri dönüş alınan şirketler dahil olmak üzere ancak üç şirketten dönüş alınabilmiştir. Çalışmamızın örneklemini Marmara Bölgesi'nde, gıda sektöründe faaliyet gösteren üç üretici firma oluşturmaktadır. Mülakat soruları yazar tarafından geliştirilmiştir.

İkinci çalışma ise; Türkiye'de yaşayan vegan tüketicilere yönelik anket çalışmasıdır.

Bu araştırmanın amacı veganların, veganlığı tercih etme sebeplerini anlamak ve veganlık tercihlerinden bağımsız olarak, vegan olma tercihinin çevre, iklim krizi gibi başlıklarla ilişkisi öğrenmektir. Bu nedenle Türkiye'de yaşayan veganlara yönelik bir anket çalışması yapılmıştır.

Tüketicilere yönelik anket çalışmasında; kartopu örnekleme yöntemi kullanılmış olup, Türkiye'de yaşayan veganlara, vegan Instagram sayfaları ve vegan platformlar üzerinden ulaşılmıştır. Yüksek takipçi sayısı bulunan sayfalardan ve Türkiye vegan derneğinden online anket linkini paylaşmaları konusunda destek istenerek online anket çalışması yapılmış, 280 vegana ulaşılmış ve yanıtları alınmıştır. Ancak yanıtlar incelendiğinde 1 katılımcının vegan olmadığı anlaşılmış ve analizden çıkarılmıştır, alınan yanıtlar 279 katılımcı üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışma süresine kadar Türkiye'de kaç vegan yaşadığına dair herhangi bir istatistik veri bulunmadığından evrenimizin büyüklüğü belirsizdir. Örnekleminiz 279 katılımcıdır.

Anket çalışması hem maliyeti düşük hem de daha hızlı sonuç elde edildiği düşünülerek ve sürecin pandemi dönemine denk gelmesi ile beraber zaman- mekân kısıtını da göz önüne alınarak tercih edilmiş ve online olarak gerçekleştirilmiştir.

Anket çalışması demografik özellikler, motivasyon, satın alma tutumu, etkileşim şeklinde olmak üzere dört bölüme ayrılmıştır.

Mayıs 2021 de anket son halini almadan önce Şubat-Mart ayları arasında küçük bir grupla online olarak pilot çalışmaları yapılmış ve güven analizine bakılmıştır. Anlam karmaşalarına yol açtığı düşünülen ifadeler revize edilmiştir. Tüm süreç ve gözlemler tamamlandıktan sonra anket çalışması kategorik-karma sorulardan oluşan son halini almıştır. Sorular yazar tarafından geliştirilmiştir.

Anketin ilk bölümü demografik özelliklere yöneliktir. Anketin ikinci bölümü ise vegan olma motivasyonlarını/nedenlerini keşfetme üzerinedir. Anketin üçüncü bölümü, veganların satın alma tutumları üzerinedir. Anket son bölümü ise, pazarda tüketici olarak yer alan veganların birbirleri ile etkileşimi üzerinedir. Bu bölümde aynı zamanda veganların pazarı etkileme potansiyelleri araştırılmak istenmiştir.

Çalışmanın hipotezleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 7: Çalışmada Kullanılan Hipotezler**

	<b>HİPOTEZLER</b>
H1 =	Vegan olma süresi ile yaş arasında ilişki vardır.
H2 =	Veganlık tercih nedenlerinden bağımsız olarak çevre, veganlar için önemlidir.
H3 =	Çevrenin öneminin veganların cinsiyeti ile ilişkisi yoktur.
H4 =	İklim krizinden hayvancılık endüstrisini sorumlu tutan veganlar, sürdürülebilirlik kaygıları ve kıtlık gibi sorunların da sorumlusunun hayvancılık endüstrisi olduğunu düşünme eğilimindedirler.
H5 =	Eğitim seviyesinin satın alma davranışında çevreci tutum sergilenmesi üzerinde etkisi vardır.
H6 =	Veganlık tercih sebebinin satın alma tutumundaki önceliklere etkisi yoktur.
H7 =	Vegan ürünlere erişimi kolay bulmanın/bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi yoktur.
H8 =	Yaş ile satın alma yolu tercihleri arasında ilişki yoktur.
H9 =	Veganlık tercih sebebi ile vegan olmayan ürün üreticilerine karşı tutum arasında ilişki vardır.
H10 =	" In Vitro " teknolojisine karşı tutumun veganlık tercihleri ile ilişkisi yoktur.
H11 =	Vegan ürünleri pahalı bulup / bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi vardır.

### 3.4. Çalışmanın Kısıtları

Bu çalışmanın anket ve mülakat oluşturma kısmı ve uygulama süreçleri; 2020 ve 2021 yılları arasını kapsamaktadır. Covid-19 pandemi dönemine denk gelen bu süreç çalışmanın ilerlemesi önünde bazı engeller yaratmıştır.

Mülakatlar; pandemi nedeniyle yaşanan kapanmalar, firmaların evden çalışma modeline geçişleri, bu süreçte şirketlere misafir kabul edilmiyor oluşu ve birçok firmanın Bursa dışında yer alması nedeniyle ulaşım güçlükleri gibi birçok sebeple yüz yüze gerçekleştirilememiş ve mail üzerinden online olarak iletilen sorulara yanıt beklenmiştir. Mülakat soruları iletilmeden önce çalışmanın katılımcılarını öngörmek adına firmalara mülakata katılım tercihleri konusunda



görüşleri sorulmuştur. Yaklaşık 15 firmaya (vegan sertifikalı üretim yapan) mülakat soruları iletilmiş ve telefonla görüşmeler yapılmıştır ancak katılım konusunda olumlu görüş belirten firmalardan dahi yeterli dönüş alınamamıştır. Bu nedenle örneklemimiz 3 firma ile sınırlı kalmıştır.

### **3.5. Üreticilere Yönelik Mülakat Çalışması ve Veri Yorumlama**

Şirketlere mail üzerinden açık uçlu sorular yer alan bir mülakat formu iletilmiş ve yanıtlanması talep edilmiştir. Tespit ve yorumlama aşamasında ise gelen yanıtlar kategorilendirilmeye ve sadeleştirilmeye çalışılarak durum saptanmaya çalışılmıştır. Üreticilere toplamda 10 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir ve tüm sorular yazar tarafından hazırlanmıştır. Sorular ek kısmında paylaşılacaktır.

### **3.6 Tüketicilere Yönelik Anket Çalışması ve Verilerin Analizi**

Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS 24 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında demografik özelliklerine göre dağılımlarının verilmesinde frekans ve yüzde analizi kullanılmıştır. Elde edilen verilerin sonucunda hipotez testleri istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde test edilmiş olup kategorik değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için ki-kare analizi yapılmıştır. Tüketicilere toplamda 33 adet kategorik ve ölçekli karma sorular yöneltilmiştir ve tüm sorular yazar tarafından hazırlanmıştır. Sorular ek kısmında paylaşılacaktır.

## 4. BULGULAR VE YORUM

### 4.1. Üretici Mülakatı

Araştırmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen verilerden ortaya çıkan bulgular ve yorumlar sunulmuştur.

**Tablo 8: Üretici Mülakat Çalışması Verileri**

Üretici Mülakatı		
<b>1-Firmanız hangi sektör / sektörlerde faaliyet göstermektedir?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	Gıda
	<i>Katılımcı-2</i>	Gıda
	<i>Katılımcı-3</i>	Gıda
<b>2-Vegan / V-Label sertifikalı ürün üretim kararınızı belirtilen sebeplerle ilişkilendirecek olursak, hangisi firmanız için daha önceliklidir? Biraz bahsedermisiniz?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	Piyasada Oluşan Talep
	<i>Katılımcı-2</i>	Sosyal Sorumluluk, Sürdürülebilirlik
	<i>Katılımcı-3</i>	Etik Sebep
<b>3-Vegan / V-Label sertifikalı ürün alanında faaliyete hangi tarihte başladınız? Başladığınız tarih ile bugünü karşılaştırdığımızda pazardaki değişim/gelişim üzerine düşünceleriniz/izlenimleriniz nelerdir?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	"2016 yılında devralarak başladım. O gün ile bugün arasında kıyas yapılamayacak kadar pazar değişti. İlk zamanlar Vegan kelimesi bile halk arasında pek bilinmiyordu. Şimdi ise müthiş bir bilinirlik söz konusu. "
	<i>Katılımcı-2</i>	"2019 yılında başlangıçta Kuzey Avrupa ülkeleri için faaliyete başlanıp, 2020 yılında iç piyasada satışa sunulmak üzere devam etmiştir. Başlangıçta iç piyasada vegan ürün grubunda çok yer edinemezken, zamanla özellikle v-label sertifikası alındıktan sonra talebin yoğunlaştığını gözlemledik."

<p><b>3-Vegan / V-Label sertifikalı ürün alanında faaliyete hangi tarihte başladınız? Başladığınız tarih ile bugünü karşılaştırdığınızda pazardaki değişim/gelişim üzerine düşünceleriniz/izlenimleriniz nelerdir?</b></p>	<p><i>Katılımcı-3</i></p>	<p>"2019 yılının son çeyreğinde V- Label olarak üretime ve satışa başladık. Çok uzun bir zaman geçmediği halde pazarda büyük bir değişim söz konusu. Çeşitlilik artışı özellikle gıda ve temizlik alanında yoğunlaştı, V – Label bir güven konusu haline geldi ve her markette V – Label bulunduran ürünler bulunmaya başladı. Bu şirketimizin felsefesi dolayısıyla bizi mutlu eden bir durum. Önümüzdeki 2021 yılı için de gıda sektöründen daha fazla vegan ürün (navegan şirketler dahilinde) beklemekteyiz. "</p>
<p><b>4- Yurtdışı satışınız var mı? Yok ise bu yönde çalışmalarınız mevcut mu?</b></p>	<p><i>Katılımcı-1</i></p>	<p>"Markamız yurtdışında da biliniyor artık Uluslararası Gıda Güvenliği belgesine (FSSC 22000) sahip sanırım tek firmayız. Bu da yurtdışı firmaların önemseydiği bir durum. Şimdilik sadece KKTC de ürünlerimiz var. Ürün isteyen 2-3 ülke daha var ama o kapasitede ihracata henüz hazır değiliz."</p>
	<p><i>Katılımcı-2</i></p>	<p>"İngiltere merkezli olarak yurtdışında satışımız vardır."</p>
	<p><i>Katılımcı-3</i></p>	<p>"Yurtdışı için çalışmalar yürütmekteyiz. Kısa zamanda başta Kıbrıs'a daha sonra da bize taleplerini ileten Avrupa ülkelerine ihracat yapmak istemekteyiz. "</p>
<p><b>5-Vegan ürünlerin gerek üretim, gerek hammadde temini sürecinde karşılaştığınız sorunlar ya da desteklenmesi gerektiğini düşündüğünüz aşamalar var mıdır (ar-ge v.b gibi) ?</b></p>	<p><i>Katılımcı-1</i></p>	<p>Hammadde ya da üretim ekipmanları ithal edilmek durumunda kalındığından maliyet yüksek, Hukuki anlamda bazı karmaşa ve boşluklar mevcuttur.</p>
	<p><i>Katılımcı-2</i></p>	<p>Hammadde ithalat sebebiyle maliyet yüksekliği</p>
	<p><i>Katılımcı-3</i></p>	<p>Hammadde ithalat sebebiyle maliyet yüksekliği, kur oynaklığı</p>

<p><b>6-Türkiye ve Dünya’da vegan pazarın şu anki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz, geleceğine yönelik öngörüleriniz nelerdir?</b></p>	<p><i>Katılımcı-1</i></p>	<p>"Son derece geleceği açık bir sektör. Bunu hemen hemen her köşe başında açılan vegan kafelerden ve her gün çoğalan vegan ürün satan marketlerin çoğalmasından anlıyoruz. Dünyada da durum daha ileri durumda. Sonuçta biz çok sonralardan başladık. Geçenlerde duydum, dünyanın ilk “vegan kasabı” açılmış."</p>
	<p><i>Katılımcı-2</i></p>	<p>"Türkiye’de vegan beslenme felsefesi ve bilinci artıştıdır. Özellikle vejetaryen beslenen bireylerin, vegan beslenmeye yöneldiğini evremde görmekteyim. Bunlar dışında sürdürülebilirlik açısından da vegan beslenmeye dahi vegan seçeneği bulunan ürünlerin gelecekte daha fazla tercih edileceğini düşünüyorum."</p>
	<p><i>Katılımcı-3</i></p>	<p>Türkiye ve Dünya üzerinde vegan ürün pazarı diğer gıda kollarına oranla daha hızlı büyümektedir. Niş pazar olması, vegan, bitki bazlı beslenen veya çeşitli sebeplerle vegan ürün tüketenlerin artmasının etkisinin yanı sıra arzın artması da pazarda ortalamadan üstünde bir büyüme sağlayacaktır. Avrupa’da öngörülen %6 Amerika’da öngörülen %8 büyüme vegan yaşam hakkında ön yargının kırılması, aktivizmin artması ve İklim Krizi sebebiyle verilen tahmini büyüme rakamlarının üstünde gerçekleşebilir.</p>
<p><b>7-Türkiye’nin uluslararası alanda vegan pazardan daha fazla pay alabilmesi için sizce neler yapılması gereklidir?</b></p>	<p><i>Katılımcı-1</i></p>	<p>Kalite</p>
	<p><i>Katılımcı-2</i></p>	<p>Ürün çeşitliliği</p>
	<p><i>Katılımcı-3</i></p>	<p>Kurumsallaşma ve Markalaşma</p>

<b>8-Ürünlerinize yönelik aldığınız geri dönüşler sizi memnun etti mi? Hedeflerinize ulaştığınızı söyleyebilir misiniz?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	Olumlu- Hedefler olumlu dönüşlerle birlikte yükselmekte
	<i>Katılımcı-2</i>	Olumlu- Hedefler olumlu dönüşlerle birlikte yükselmekte
	<i>Katılımcı-3</i>	Olumlu- Hedefler olumlu dönüşlerle birlikte yükselmekte
<b>9- Vegan ürün pazarına yönelik uluslararası arenada bir değerlendirme yapacak olsak sizce bölgesel dezavantaj/ avantaj bulunmakta mıdır? Birkaç örnek verebilir misiniz?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	Genç nüfus bu ülkenin bir avantajı Kültürel özellikler ise zaman zaman dezavantaj
	<i>Katılımcı-2</i>	Yüksek hammadde maliyetleri bir dezavantaj Tüketici bilinçlenmesine bağlı değişimler talebi artıran avantaj
	<i>Katılımcı-3</i>	Rekabet azlığı (niş pazar) bir avantaj Diğer ülkelere göre vegan nüfus azlığı ve satın alma gücü ise dezavantaj
<b>10-Sürdürülebilir kalkınma/geri dönüşüm / iklim krizi kurumunuz için ne ifade etmektedir?</b>	<i>Katılımcı-1</i>	"Biz bu durumu çok önemsiyoruz. Geri dönüşümü olan cam kavanozlar da bunun bir göstergesi değil mi? Şimdi de boşalan cam kavanozları toplama ile ilgili bir kampanya hazırlıyoruz."
	<i>Katılımcı-2</i>	"Her bireyin olduğu gibi her işletmenin de çevreye, çalışanlarına ve müşterilerine karşı sorumlulukları vardır. Hem bu sorumluluktan hem de rekabet edilebilirliği arttırmak, sıfır atık oluşturma gibi konular ile de kazanç sağlanmaktadır. Firmamız bu sorumluluğun bilinciyle faaliyetlerini yürütmektedir."
	<i>Katılımcı-3</i>	"Ürünlerimizde kullandığımız tüm hammaddeler sürdürülebilirdir. Bunun yanında şirket olarak karbon ayak izimizi küçültmek için çalışmalar da yapmaktayız. Şirket olarak amacımız sadece üretim yapan kar elde eden bir şirket olmak değildir. Hem Dünya'ya hem de müşterilerimize fayda sağlamak öncelikli amacımızdır."

Katılımcılarımız Marmara bölgesinde yer almakta ve üç katılımcı da gıda sektöründe faaliyet göstermektedir. Her üç firmada, yakın tarihlerde sektöre giriş yapmıştır ve pazardaki gelişimi oldukça olumlu olarak değerlendirmektedirler, vegan sertifikaların ise talepleri artırdığına dair görüşlerini beyan etmişlerdir.

Yurtdışı satış süreçlerinde henüz başlangıç aşamasında olduklarını ileten katılımcılar, pazarda talebin var olduğunu ve bu nedenle kapasitelerini artırmayı ve ihracatlarını geliştirmeyi hedeflediklerini belirtmişlerdir Her üç firma da hammaddelerin ithal oluşundan dolayı maliyetlerin yüksekliğinden ve kurdaki, yükselişlerden olumsuz etkilendiklerini dile getirmişlerdir. Bunun yanında ürünlere ve isimlendirmelere yönelik mevzuat boşluğunun bazı karmaşıklıklar yarattığını dile getirmişlerdir. Vegan pazardan Türkiye'nin daha fazla pay alabilmesi için yapması gerekenlere aldığımız yanıtlar ise kalite, ürün çeşitliliği, kurumsallaşma-markalaşma şeklinde olmuştur. Türkiye'de pazara ilişkin dezavantaj ve avantajları sordüğümüzda ise katılımcılar genç nüfusun, bilinçlenmeye bağlı olarak artan vegan nüfusun ve pazarın henüz niş oluşunun avantajlar arasında olduğu ancak hammadde maliyetlerinin yüksekliği, diğer ülkelere göre vegan nüfusun ve satın alma gücünün düşüklüğünün ve bazı kültürel farklılıkların dezavantaj olduğunu belirttiler. Son olarak katılımcı firmalara iklim krizi, sürdürülebilir kalkınma gibi başlıkların tüzel kişilikleri için ne ifade ettiğini sordüğümüzda her üç firmadan da konunun çok önemli olduğuna dair geri bildirimler aldık ve katılımcılar sürdürülebilirlik ve çevre konusundaki faaliyet ve projelerini dile getirdiler;

Katılımcı 1, Ambalaj olarak cam kavanozu seçtiğini ve gelecek için projesinin ambalajları geri dönüşüm kapsamında yeniden toplamaya yönelik projesinden bahsetmiştir.

Katılımcı 2, Sıfır atık hedefi ve bilinciyle faaliyetlerini sürdürdüklerini

Katılımcı 3 ise karbon ayak izlerini küçültmek için çalışmalar yaptıklarını dile getirmişlerdir.

#### 4.2. Tüketici Anketi Frekans Analizleri

Araştırmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizine ait ortaya çıkan bulgular ve yorumlar sunulmuştur.

**Tablo 9: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları**

Değişkenler	Grup	n	Yüzde%
Cinsiyet	Kadın	229	82,1
	Erkek	50	17,9
Yaş	18-24 yaş	126	45,2
	25-34 yaş	105	37,6
	35 yaş ve üzeri	48	17,2
Eğitim Durumu	Lise Mezunu	77	27,6
	Lisans	156	55,9
	Yüksek Lisans	46	16,5
Meslek	Kamu Sektörü	37	13,3
	Özel Sektör	61	21,9
	Serbest Çalışan	35	12,5
	Öğrenci	115	41,2
	Çalışmıyor	31	11,1
Gelir Durumu	0-2500 TL	146	52,3
	2501-4500 TL	53	19
	4501-7000 TL	49	17,6
	7101 TL ve üstü	31	11,1

Tablo:9'a göre; katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları incelendiğinde, büyük çoğunluğunun %82,1'inin kadın, %45,2'sinin 18-24 yaş, %37,6'sının 25-34 yaş ve %17,2'sinin 35 yaş ve üzeri olduğu, %55,9'unun lisans mezunu ve %41,2'sinin öğrenci olduğu ve katılımcıların büyük çoğunluğunun %52,3 oranı ile 0-2501 TL gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Türkiye'de yaşayan vegan nüfus popülasyonunun çoğunlukla kadınlardan oluştuğu ve % 50 üzerinde bir oranla lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip, öğrenci ya da özel sektör çalışanlarından oluştuğuna dair çıkarım yapabilmekteyiz. Katılımcıların değişkenlere göre dağılımları incelendiğinde; %82,1'inin kadın, %45,2'sinin 18-24 yaş, %37,6'sının 25-34 yaş ve %17,2'sinin 35 yaş ve üzeri olduğu, %55,9'unun lisans mezunu ve %41,2'sinin öğrenci olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %52,3'ünün 0-2501 TL gelire sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Tablo 10: Katılımcıların Değişkenlere Göre Dağılımları**

Değişkenler	Grup	n	Yüzde%	Değişkenler	Grup	n	Yüzde%
Vegan Olma Süresi	1 yıldan az	124	44,4	Paketli Gıda Ürünlerin Alındığı Yer	Marketlerden	191	68,5
	1 yıl	34	12,2		İnternet Siteleri Üzerinden	88	31,5
	1 yıldan fazla	121	43,4		Hayvanlara karşı kötü muameleyi azaltacağı için onaylıyorum.	110	39,4
Vegan Sınıfı	Etik Veganlık	232	83,2	"InVitro" Teknolojisine Karşı Tutum	Çevreye daha az zararlı ve sürdürülebilir olduğunu düşündüğüm için onaylıyorum.	27	9,7
	Çevreci Veganlık	23	8,2		Hiçbir şekilde onaylamıyorum.	39	14,0
	Diğer	24	8,6		Bu konuda derinlemesine bilgim yok o nedenle kararsızım.	103	36,9
Çevrenin Önemi	Kısmen Önemli	23	8,2	Vegan Aktivist Olma Durumu	Evet	141	50,5
	Emin Değilim	29	10,4	Hayır	138	49,5	
	Önemli	58	20,8	Veganlığı Çevreye Anlatma	Evet	265	95
	Çok Önemli	169	60,6	Hayır	14	5	
Vegan Ürün Satın Alırken Öncelik	Kalite	55	19,7	Vegan Ürünleri Tavsiye Etme	Evet	272	97,5
	Lezzet	72	25,8	Hayır	7	2,5	
	Fiyat	66	23,7	Vegan Ürünlerine Eleştiri Yapma	Evet	248	88,9
	Çevre Dostu Ürün	86	30,8	Hayır	31	11,1	
Ulaşması Zor Ürünler	Vegan Yoğurt Alternatifi	143	51,3	Vegan Konseptli Sosyal Medya Kullanma	Evet	210	75,3
	Vegan Tekstil Ürünleri	22	7,9	Hayır	69	24,7	
	Vegan Takviyeler/ İlaçlar	59	21,1				
	Diğer	55	19,7				
	<b>Toplam</b>	<b>279</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>279</b>	<b>100,0</b>	

Tablo:10'a göre; %44,4'ünün 1 yıldan az süredir vegan olduğu, Türkiye'de yaşayan veganların büyük bir oranının etik sebeplerle veganlığı seçtiği görülmektedir. %83,2'sinin etik vegan olduğu, %60,6'sı için çevrenin çok önemli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların vegan ürün satın alırken; %19,7'sinin kalite, %25,8'inin lezzet, %23,7'sinin fiyat ve %30,8'inin çevre dostu ürün olmasına dikkat ettiği, ve paketlenme/görselliğe hiçbir önem atfetmediği görülmüştür. Ancak ambalajın ise çevre dostu olmasına yönelik talep lezzet seçeneğinin de üstünde bir orandır; bu sonuç ise veganlara yönelik üretim kararlarında ve paketlenme konusunda üreticilere büyük oranda ışık tutabilir. Ayrıca veganların çevreci oldukları konusundaki iddialarımızı da destekler.



%51,3'ünün vegan yoğurt alternatiflerine ulaşmakta güçlük çektiği, Bu bize bu ürünlerin erişiminin kolay olmadığı ya da henüz yeterli alternatifin yer almadığı, yani bu iki ürün özelinde pazarın henüz açık olduğunu gösterebilir. %68,5'inin paketli gıda ürünlerini marketlerden aldığı belirlenmiştir. Marketlerde paketli vegan ürünlerin kısıtlı olmasını göz önünde bulundurduğumuzda veganların özel yada alternatif vegan ürünler yerine, doğal vegan ürünler tercih ettikleri yönünde de bir çıkarım yapabiliriz. Katılımcıların %36,9'unun "In Vitro" konusu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmadığından kararsız kaldığı, %50,5'inin vegan aktivist olduğu, % 95'inin veganlığı çevreye anlattığı, %97,5'inin vegan ürünleri tavsiye ettiği, %88,9'unun vegan ürünlere eleştiri yaptığı ve %75,3'ünün vegan konseptli sosyal medya kullandığı belirlenmiştir. Vegan bireylerin çoğunluğu kendilerini aktivist olarak tanımlamaktadır. Tanımlamayanların çok büyük bir kısmının ise çevresine veganlıkla ilgili aktarım yaptığı bilgisine ulaşılmıştır. Vegan ürünlere yönelik memnuniyet ya da memnuniyetsizliği de içeren bu tavsiye ve aktarımların ise pazarı etkileyebilme potansiyelleri bulunmaktadır. Aynı zamanda veganların diğer kişileri vegan ya da vejetaryen yapabileme potansiyelleri de araştırılmıştır.

**Tablo 11: Katılımcıların Değişkenlere Ait Betimsel Bulgular**

Değişkenler	$\bar{X}$	s.s.
İklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,92	0,264
Sürdürülebilirlik kaygıları(açlık, kıtlık, kuraklık, susuzluk) ile hayvancılık endüstrisi faaliyetleri arasında ilişki vardır ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,8	0,521
"Meslek seçimimde ya da paydaşı olacağım işlerde, mutlaka sektör tercihi yaparım. Hayvanlara kötü muamelenin var olduğu sektörlerde çalışmayı veya bu sektörlerle iş yapmayı tercih etmem" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,65	0,615
"Vegan etiketli / sertifikalı ürünler, satın alma kararımı olumlu yönde etkiler" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,54	0,728
"Vegan ürünler pahalıdır" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	2,79	1,275
"İthal vegan ürünleri daha lezzetli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	3,26	0,951
"Yerli vegan ürünleri daha lezzetli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	3,04	0,843
"İthal vegan ürünleri daha kaliteli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	3,44	0,942
"Yerli vegan ürünleri daha kaliteli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	2,98	0,761
"İthal vegan ürünleri daha pahalı buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,18	0,871
"Yerli vegan ürünleri daha pahalı buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	2,94	1,114
"Vegan ürün üreticilerinin, kendilerinin de vegan olması, ürünleri satın almak konusunda beni teşvik eder" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,62	0,64
"Vegan ürün üreticilerinin, ana faaliyet sektörünün hayvancılık endüstrisi olması, ürünlerini satın almak konusunda beni olumsuz etkiler" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,04	1,156
"Vegan etiketli / sertifikalı ürünleri güvenilir bulurum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz?	4,09	0,635

Tablo:11'e göre; katılımcıların değişkenlere ait betimsel bulguları incelendiğinde, katılım düzeyi en yüksek ortalamaya sahip ifadenin "İklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır." ifadesi ( $\bar{x}=4,92$ ) olduğu belirlenmiştir.

Veganların ürünleri satın alırken vegan sertifikaları ürünleri tercih ettikleri ( $\bar{x}=4,54$ ), vegan sertifikalı ürünleri güvenilir buldukları( $\bar{x}=4,09$ ), vegan ürün üreticilerinin kendilerinin de vegan olmasının satın almak konusunda kendilerini teşvik ettiğini ( $\bar{x}=4,62$ ), hayvancılık endüstrisinde faaliyet gösterip aynı zamanda vegan ürün üreten üreticilerin ürünlerini almak konusunda ise demotive oldukları ( $\bar{x}=4,04$ ) sonucu ulaşılmıştır. Veganların ithal ve yerli ürün kıyaslama noktasında; araştırma verilerine göre yeterli bilgi ve fikir sahibi olmadıkları görülmüştür. Ancak buna rağmen ürün fiyatlarından haberdar oldukları ve ithal ürünleri daha pahalı buldukları sonucuna ulaşılmıştır.

### 4.3. Ki-Kare Analizleri

Araştırmada kapsamındaki kategorik değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi için yapılan ki-kare analizleri aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

**Tablo 12: Vegan Olma Süresi İle Yaş Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Yaş	Vegan Olma Süresi			X <sup>2</sup>	p	
	1 yıldan az	1 yıl	1 yıldan fazla			
18-24 yaş	n	85	19	22	79,45	0,000
	%	68,50	55,90	18,20		
25-34 yaş	n	36	12	57	6	*
	%	29,00	35,30	47,10		
35 yaş ve üzeri	n	3	3	42		
	%	2,40	8,80	34,70		
Toplam	n	124	34	121		
	%	100,00	100,00	100,00		

\*p<0.05 #yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:12'ye göre; katılımcıların vegan olma süresi ile yaş arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. ( $X^2=79.456$ ;  $p=0.000<0.05$ ). Vegan olma süresi 1 yıldan az olanların %68,5 oranında 18-24 yaşında ve 1 yıl olanların %55,9, oranında yine 18-24 yaş arasında olduğunun, 1 yıldan fazla olanların %47,1 oranında büyük çoğunluğunun 25-34 yaşında bulunduğu belirlenmiştir. Anketi cevaplayanların %68,5 oranından 1 yıldan kısa süredir vegan oluşu ve 18-24 yaş oluşu bize veganlığın gençler arasında, özellikle son 1 yılda yaygınlaştığı bilgisini verebilir.

H1=Vegan olma süresi ile yaş arasında ilişki vardır.

**Tablo 13: Vegan Sınıfı İle Çevrenin Kişi İçin Önemi Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Çevrenin Kişi İçin Önemi	Vegan Sınıfı			X <sup>2</sup>	p	
	Etik Vegan	Çevreci Vegan	Diğer			
Kısmen Önemli	n	20	0	3		
	%	8,60	0,00	12,50		
Emin Değilim	n	22	1	6		
	%	9,50	4,30	25,00		
Önemli	n	53	3	2	13,40	0,037
	%	22,80	13,00	8,30	5	*
Çok Önemli	n	137	19	13		
	%	59,10	82,60	54,20		
Toplam	n	232	23	24		
	%	100,00	100,00	100,00		

\*p<0.05 #yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:13'e göre; katılımcıların içinde bulunduğu vegan sınıfı ile çevrenin kişi için önemi arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. ( $X^2=13.405$ ;  $p=0.037<0.05$ ). Etik vegan olanların %59,1, çevreci vegan olanların %82,6 ve diğer vegan sınıfında olanların %54,2 oranında büyük çoğunluğunun çevre öneminin kişi için çok önemli olduğu belirlenmiştir.

H2=Veganlık tercih nedenlerinden bağımsız olarak çevre veganlar için önemlidir.

Katılımcıların %60,6 gibi büyük bir çoğunluğu çevrenin çok önemli olduğunu, %20,8'si ise önemli olduğunu belirtmişlerdir. Tezimizin en önemli hipotezlerinden biri olan çevrenin veganlar için etkisine yönelik hipotezimiz doğrulanmıştır.

**Tablo 14: Cinsiyet İle Çevrenin Kişi İçin Önemi Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Çevrenin Kişi İçin Önemi	Cinsiyet		X <sup>2</sup>	p
	Kadın	Erkek		
Kısmen Önemli	n	19		
	%	8,30		
Emin Değilim	n	24		
	%	10,50		
Önemli	n	49	0,359	0,948
	%	21,40		
Çok Önemli	n	137		
	%	59,80		
Toplam	n	229		
	%	100,00		

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:14'e göre; katılımcıların cinsiyetleri ile çevrenin kişi için önemi arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. ( $p>0.05$ ).

H3= Çevrenin öneminin veganların cinsiyeti ile ilişkisi yoktur.

**Tablo 15: İklim Değişikliği Sorununda Hayvancılık Endüstrisinin Payı Vardır İfadesi İle Sürdürülebilirlik Kaygıları İle Hayvancılık Endüstrisi Faaliyetleri Arasında İlişki Vardır İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Sürdürülebilirlik Kaygıları İle Hayvancılık Endüstrisi Faaliyetleri Arasında İlişki Vardır	İklim Değişikliği Sorununda Hayvancılık Endüstrisinin Payı Vardır		X <sup>2</sup>	p
	Kısmen Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum		
	n			
Emin Değilim	6	9		
	% 28,60	3,50		
Kısmen Katılıyorum	11	16	77,12	0,000
	% 52,40	6,20		
Tamamen Katılıyorum	4	233	8	*
	% 19,00	90,30		
Toplam	21	258		
	% 100,00	100,00		

\*p<0.05 #yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:15'e göre; Katılımcıların iklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır ifadesi ile sürdürülebilirlik kaygıları ile hayvancılık endüstrisi faaliyetleri arasında ilişki vardır ifadesine katılmaları arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. ( $X^2=77.128$ ;  $p=0.000<0.05$ ). İklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır ifadesine tamamen katılanların %90,6 oranında büyük çoğunluğunun sürdürülebilirlik kaygıları ile hayvancılık endüstrisi faaliyetleri arasında ilişki vardır ifadesine tamamen katıldığı belirlenmiştir.

H4: İklim krizinden hayvancılık endüstrisini sorumlu tutan veganlar sürdürülebilirlik kaygıları, kıtlık gibi sorunlarında sorumlusunun hayvancılık endüstrisi olduğunu düşünme eğilimindedir.

**Tablo 16: Meslek İle Meslek Seçiminde Ya Da Paydaşı Olacağım İşlerde, Mutlaka Sektör Tercihi Yaparım. Hayvanlara Kötü Muamelenin Var Olduğu Sektörlerde Çalışmayı veya Bu Sektörlerle İş Yapmayı Tercih Etmem İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Meslek	Meslek Seçiminde ya da Paydaşı Olacağım İşlerde, Mutlaka Sektör Tercihi Yaparım. Hayvanlara Kötü Muamelenin Var Olduğu Sektörlerde Çalışmayı veya Bu Sektörlerle İş Yapmayı Tercih Etmem			X <sup>2</sup>	p
		Kısmen	Tamamen		
	Emin Değilim	Katılıyorum	Katılıyorum		
Kamu Sektörü	n	9,50	12,70	13,95	0,083
	%	7	19		
Özel Sektör	n	33,30	34,50	5	
	%	1	2		
Serbest Çalışan	n	4,80	3,60		
	%	9	21		
Öğrenci	n	42,90	38,20		
	%	2	6		
Çalışmıyor	n	9,50	10,90		
	%	21	55		
Toplam	n	100,00	100,00		
	%	9,50	12,70		

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:16'ya göre; katılımcıların meslekleri ile meslek seçiminde ya da paydaşı olacağım işlerde, mutlaka sektör tercihi yaparım. Hayvanlara kötü muamelenin var olduğu sektörlerde çalışmayı veya bu sektörlerle iş yapmayı tercih etmem ifadesine katılmaları arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. (p>0.05).

H5=Meslek ile meslek seçimi ya da ortak işlerde hayvancılık endüstrisi yer almama kararı arasında ilişki vardır.



**Tablo 17: Vegan Ürün Almadaki Öncelik İle Eğitim Durumu Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Eğitim Durumu	Vegan Ürün Satın Almadaki Öncelik				X <sup>2</sup>	p				
	Kalite	Lezzet	Fiyat	Çevre Dostu Ürün						
	n	%	n	%						
Lise Mezunu	15	27,30	16	22,20	26	39,40	20	23,30	17,12 9	0,009 *
Lisans	26	47,30	40	55,60	38	57,60	52	60,50		
Yüksek Lisans	14	25,50	16	22,20	2	3,00	14	16,30		
Toplam	55	100,00	72	100,00	66	100,00	86	100,00		
		0		0		0		0		

\*p<0.05 #yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:17'ye göre; katılımcıların vegan ürün satın almalarındaki öncelikleri ile eğitim durumları arasında ilişki vardır ifadesine katılma arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. ( $X^2=17.129$ ;  $p=0.009<0.05$ ). Vegan ürün satın almadaki önceliği kalite olanların %47,3, lezzet olanların %55,6, fiyat olanların %57,6 ve çevre dostu ürün olanların %60,5 oranında büyük çoğunluğunun eğitim durumlarının lisans olduğu belirlenmiştir.

H6: Eğitim seviyesinin satın alma davranışında çevreci tutum sergilenmesi üzerinde etkisi vardır.

**Tablo 18: Vegan Ürün Almadaki Öncelik İle Vegan Sınıfı Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Vegan Sınıfı	Vegan Ürün Satın Almadaki Öncelik				X <sup>2</sup>	p
	Kalite	Lezzet	Fiyat	Çevre Dostu Ürün		
Etik Vegan	n	46	61	51	74	5,89 7
	%	83,60	84,70	77,30	86,00	
Çevreci Vegan	n	2	6	9	6	
	%	3,60	8,30	13,60	7,00	
Diğer	n	7	5	6	6	
	%	12,70	6,90	9,10	7,00	
Toplam	n	55	72	66	86	
	%	100,00	100,00	100,00	100,00	

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:18'e göre; katılımcıların vegan ürün satın almalarındaki öncelikleri ile içinde bulunduğu vegan sınıfı arasında ilişki vardır ifadesine katılma arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. (p>0.05).

H7: Veganlık tercih sebebinin satın alma tutumundaki önceliklere bir etkisi yoktur.

**Tablo 19: Gelir Durumu İle Vegan Ürünlere Erişim Kolaydır İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Vegan Ürünlere Erişim Kolaydır	Gelir Durumu				X <sup>2</sup>	p
	0-2500 TL	2600-4500 TL	4600-7000 TL	7100 TL ve üstü		
Hiç Katılmıyorum	n 9 % 6,20	n 2 % 3,80	n 3 % 6,10	n 2 % 6,50	11,51 5	0,485
Katılmıyorum	n 25 % 17,10	n 4 % 7,50	n 9 % 18,40	n 3 % 9,70		
Emin Değilim	n 11 % 7,50	n 4 % 7,50	n 5 % 10,20	n 5 % 16,10		
Kısmen Katılıyorum	n 77 % 52,70	n 34 % 64,20	n 19 % 38,80	n 15 % 48,40		
Tamamen Katılıyorum	n 24 % 16,40	n 9 % 17,00	n 13 % 26,50	n 6 % 19,40		
Toplam	n 146 % 100,00	n 53 % 100,00	n 49 % 100,00	n 31 % 100,00		

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:19'a göre; katılımcıların gelir durumları ile vegan ürünlere erişim kolaydır ifadesine katılmaları arasında ilişki vardır ifadesine katılma arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. (p>0.05).

H8= Vegan ürünlere erişimi kolay bulmanın / bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi yoktur.

**Tablo 20: Paketli Gıda Ürünlerinin Alındığı Yer İle Yaş Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Yaş	Paketli Gıda Ürünlerin Alındığı Yer		X <sup>2</sup>	p
	Marketlerden	İnternet Siteleri Üzerinden		
18-24 yaş	n	84	2,132	0,344
	%	44,00		
25-34 yaş	n	77	2,132	0,344
	%	40,30		
35 yaş ve üzeri	n	30	2,132	0,344
	%	15,70		
Toplam	n	191	2,132	0,344
	%	100,00		

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:20'ye göre; katılımcıların paketli gıda ürünlerini aldıkları yer ile yaşları arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. ( $p>0.05$ ).

H9= Yaş ile satın alma tercihleri arasında ilişki yoktur.

**Tablo 21: Vegan Sınıfı İle Vegan Ürün Üreticilerinin, Ana Faaliyet Sektörünün Hayvancılık Endüstrisi Olması, Ürünlerini Satın Almak Konusunda Beni Olumsuz Etkiler İfadesine Katılma Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

Vegan Ürün Üreticilerinin, Ana Faaliyet Sektörünün Hayvancılık Endüstrisi Olması, Ürünlerini Satın Almak Konusunda Beni Olumsuz Etkiler	Vegan Sınıfı			X <sup>2</sup>	p
	Etik Vegan	Çevreci Vegan	Diğer		
Hiç Katılmıyorum	n 13	2	1	6,774	0,561
	% 5,60	8,70	4,20		
Kısmen Katılmıyorum	n 17	0	2		
	% 7,30	0,00	8,30		
Emin Değilim	n 21	4	3		
	% 9,10	17,40	12,50		
Kısmen Katılıyorum	n 75	6	11		
	% 32,30	26,10	45,80		
Tamamen Katılıyorum	n 106	11	7		
	% 45,70	47,80	29,20		
Toplam	n 232	23	24		
	% 100,00	100,00	100,00		

#yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:21'e göre; Katılımcıların içinde bulunduğu vegan sınıfı ile vegan ürün üreticilerinin, ana faaliyet sektörünün hayvancılık endüstrisi olması, ürünlerini satın almak konusunda beni olumsuz etkiler ifadesine katılmaları arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. ( $p>0.05$ ).

H10: Veganlık tercih sebebi ile vegan olmayan ürün üreticilerine karşı tutum arasında ilişki vardır.

İlişki saptanamamıştır.

**Tablo 22: Vegan Sınıfı İle "InVitro" Teknolojisine Tutum Arasındaki İlişkiye Ait Ki-Kare Analizi Sonucu**

"InVitro" Teknolojisine Tutum	Vegan Sınıfı			X <sup>2</sup>	p
	Etik Vegan	Çevreci Vegan	Diğer		
Hayvanlara karşı kötü muameleyi azaltacağını düşündüğüm için onaylıyorum.	n	98	7	5	
	%	42,20	30,40	20,80	
Hayvanlara karşı kötü muameleyi azaltacağını düşündüğüm için onaylıyorum.	n	20	5	2	
	%	8,60	21,70	8,30	
Hiçbir şekilde onaylamıyorum.	n	37	0	2	17,08
	%	15,90	0,00	8,30	8
Bu konuda derinlemesine bilgim yok o nedenle kararsızım.	n	77	11	15	
	%	33,20	47,80	62,50	
Toplam	n	232	23	24	
	%	100,00	100,00	100,00	

\*p<0.05 #yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo:22'ye göre; katılımcıların içinde bulunduğu vegan sınıfı ile "InVitro" teknolojisine tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. ( $X^2=17.088$ ;  $p=0.009<0.05$ ). Etik vegan olanların %42,2 oranında büyük çoğunluğunun "InVitro" teknolojisini hayvanlara karşı kötü muameleyi azaltacağı için onayladığı, çevreci vegan olanların %47,8 ve diğer vegan türünden olanların %62,5 oranında büyük çoğunluğunun bu konuda derinlemesine bilgi sahibi olmadığından kararsız olduğu belirlenmiştir.

H11= "In Vitro" teknolojisine karşı tutumun veganlık tercihleri ile ilişkisi yoktur.

Etik veganların yapay etlere karşı tutumunun olumlu yönde olması yapay et pazarı açısından beklenmedik bir tutum olabilir. Bir sonraki araştırma desteklemenin yanında tüketim konusundaki düşüncelerini araştırmaya yönelik olabilir.

**Tablo 23: Katılımcıların Vegan Ürünler Pahalıdır İfadesine Katılım Derecesi İle Gelir Seviyesi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**

Vegan Ürünler Pahalıdır İfadesine Katılım Derecesi		Gelir Seviyesi				X <sup>2</sup>	p
		0-2500 TL	2501-4500 TL	4501-7000 TL	7001 TL ve üstü		
Hiç Katılmıyorum	n	30	8	8	5	5,823	0,925
	%	20,5	15,1	16,3	16,1		
Kısmen Katılmıyorum	n	41	21	17	8		
	%	28,1	39,6	34,7	25,8		
Emin Değilim	n	17	4	5	5		
	%	11,6	7,5	10,2	16,1		
Kısmen Katılıyorum	n	46	16	15	12		
	%	31,5	30,2	30,6	38,7		
Tamamen Katılıyorum	n	12	4	4	1		
	%	8,2	7,5	8,2	3,2		
Toplam	n	146	53	49	31		
	%	100,0	100,0	100,0	100,0		

#Yüzdeler sütunlara göre verilmiştir.

Tablo: 23 'e göre; katılımcıların vegan ürünler pahalıdır ifadesine katılım düzeyleri ile gelir seviyesi arasındaki ilişkinin incelenmesi için yapılan ki-kare analizi sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir. (p>0.05).

H12= Vegan ürünleri pahalı bulup / bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi vardır.

İlişki saptanamamıştır.

Tablo 24: Hipotez Testleri

	<i>HİPOTEZLER</i>	
H1 =	Vegan olma süresi ile yaş arasında ilişki vardır.	<i>red edilmedi</i>
H2 =	Veganlık tercih nedenlerinden bağımsız olarak çevre, veganlar için önemlidir.	<i>red edilmedi</i>
H3 =	Çevrenin öneminin veganların cinsiyeti ile ilişkisi yoktur.	<i>red edilmedi</i>
H4 =	İklim krizinden hayvancılık endüstrisini sorumlu tutan veganlar, sürdürülebilirlik kaygıları ve kıtlık gibi sorunların da sorumlusunun hayvancılık endüstrisi olduğunu düşünme eğilimindedirler.	<i>red edilmedi</i>
H5 =	Meslek ile meslek seçimi ya da ortak işlerde hayvancılık endüstrisi yer almama kararı arasında ilişki vardır.	<i>red edildi</i>
H6 =	Eğitim seviyesinin satın alma davranışında çevreci tutum sergilenmesi üzerinde etkisi vardır.	<i>red edilmedi</i>
H7 =	Veganlık tercih sebebinin satın alma tutumundaki önceliklere etkisi yoktur.	<i>red edilmedi</i>
H8 =	Vegan ürünlere erişimi kolay bulmanın/bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi yoktur.	<i>red edilmedi</i>
H9 =	Yaş ile satın alma yolu tercihleri arasında ilişki yoktur.	<i>red edilmedi</i>
H10 =	Veganlık tercih sebebi ile vegan olmayan ürün üreticilerine karşı tutum arasında ilişki vardır.	<i>red edildi</i>
H11 =	" In Vitro " teknolojisine karşı tutumun veganlık tercihleri ile ilişkisi yoktur.	<i>red edildi</i>
H12 =	Vegan ürünleri pahalı bulup / bulmamanın gelir seviyesi ile ilişkisi vardır.	<i>red edildi</i>

Tablo 24'e göre vegan olma süreci ile yaş arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır ve veriler incelendiğinde bir yıldan az süredir vegan olanların 18-24 yaş arası olduğu görülmüştür.

Kurulan hipotezler sınanmış ve çoğunlukla reddedilmemiştir. Yalnızca H5 – H10 – H11 – H12 reddedilmiştir.

Mevcut mesleğin hayvancılık endüstrisi ilişkili meslek seçiminde etkisi olacağı düşüncesi reddedilmiştir.

In Vitro etler konusundaki tutumun özellikle etik veganlarca olumsuz olacağına yönelik düşünce veriler doğrultusunda reddedilmiştir.

Vegan ürünlerin pahalı bulunup bulunmamasının gelir seviyesi ile ilişkisi olduğu düşüncemiz reddedilmiştir.



## SONUÇ ÖNERİ VE TARTIŞMA

Nüfusun ve buna paralel olarak ihtiyaçların hızla arttığı günümüz dünyasında, kaynakların sınırlı olması, beraberinde birçok sorunu getirmektedir. Bunlardan en önemlisi küreselleşmenin de etkisiyle artan rekabetin bir sonucu olarak, küresel boyutlara ulaşmış çevre ve iklim sorunlarıdır. İklim sorunları ve nüfus artışı aynı zamanda, toprağı da etkilemektedir. Tarım arazilerinin yetersiz oluşu, var olan tarım arazilerinin büyük bir kısmının hayvancılık besi tarımı ve hayvancılık endüstrisine ayrılmış olması, bu endüstride kullanılan su miktarının fazlalığı ve hayvancılık endüstrisi kaynaklı sızıntıların yer üstü ve yer altı sularını da kirletmeleri neticesinde, temiz suya erişim ve kıtlık gibi sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bireylerin ve toplumların bilinçlenmesi ise, tüketicilerin çevre, etik ve sağlık konularında daha talepkâr olmalarını ve şeffaflık arayışlarını beraberinde getirmiştir. Bu bilinçlenme; uluslararası kurum, dernek ve birliklerin de güncel sorunlara kayıtsız kalamayacağı anlamına gelmektedir. Bu nedenle “Ortak Geleceğimiz Raporu “ile başlayan ve geçtiğimiz yıl Türkiye’nin de taraf olduğu Paris Anlaşması’na kadar varan bir dizi çevre anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşmalar taraflara bazı maddi ve manevi yükümlülükler getirmektedir. Tüm bu yükümlülükler yatırımcıları, devletleri, hükümetleri ve ülkeler arası ticareti doğrudan ya da dolaylı etkilemektedir.

Geçmişte iktisadi faaliyetler, rekabetin de yoğun etkisiyle, kalkınma odaklı olarak gelişmekte iken, günümüzde yaşanan ticari faaliyet kaynaklı sorunlar, sürdürülebilir kalkınmayı önemli bir başlık haline getirmiş ve yatırımların, özellikle de teknolojik yatırımların niteliğinde ve amaçlarında da değişimlere yol açmıştır. Örneğin; hayvancılık için kullanılan tarım arazileri, genel tarım arazilerinin büyük yüzdesini oluşturmasına rağmen, hayvansal protein kaynakları hızla artan nüfusu besleme ve sürdürülebilir olma potansiyeline sahip değildir. Bu da yeni kaynak ve alternatif besin arayışlarına yol açmış ve bitkisel bazlı protein alanında çalışmaların ve yatırımların başlamasına neden olmuştur. Bitki bazlı protein kaynakları alanına yatırımlar her geçen gün artmaktadır. Bu yatırımların bir diğer itici gücü ise konumuzun da ana başlığını oluşturan, yeni sayılabilecek bir tüketici grubu olan veganlardır. Dünya ‘da vegan nüfus giderek artmaktadır ve vegan olmanın öncü sebepleri arasında etik, çevre ve sağlık başlıkları yer almaktadır.

Veganlığın doğuşu tarihte daha çok dinsel sebepler ve yeme alışkanlığına yönelik tercihler biçiminde olsa da, özellikle endüstrileşmeye bağlı olarak evrimleşmiş ve bir yaşam tarzına dönüşmüştür. Veganlık; bir tek gıda sektörünü değil kozmetik, giyim, temizlik faaliyet alanlarını ve turizm gibi hizmet sektörlerini de kapsamaktadır. Gelişim sürecindeyken veganlık; bazı fikir ve görüş ayrılıkları da yaşamış, bu nedenle vegan olma nedenleri ve biçimleri çeşitlilik gösterir duruma gelmiştir. Çalışmamızda Türkiye’de yaşayan veganların, veganlığı büyük oranda etik sebeplerle tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda, veganların bu öncelikli tercih sebeplerinden bağımsız olarak; çevre, iklim krizi, sürdürülebilirlik ve kıtlık gibi konulara ne kadar önem atfettikleri araştırılmış ve yüksek oranda çevreyi çok önemsedikleri, iklim krizi, sürdürülebilirlik, kıtlık gibi sorunlardan hayvancılık endüstrisini sorumlu tuttıkları, ürün satın alırken yüksek oranda çevre dostu ürün tercih etme eğiliminde buldukları sonuçlarına ulaşılmıştır. Vegan ürünleri satın alırken paketlemedeki görselliğe ise Türkiye’de yaşayan veganların hiçbir önem atfetmediği görülmüştür. Bu da yatırımcı ve üreticiler için maliyet avantajı sağlayabilecek, yol gösterici bir bulgudur. Bu şekilde vegan tüketiciler açısından çevrenin önemli olduğu ve iklim krizi gibi güncel sorunlardan hayvancılık endüstrisini sorumlu tuttıklarına yönelik hipotezlerimiz doğrulanmıştır. Türkiye’de yaşayan vegan katılımcıların büyük bir çoğunluğunun kendilerini aktivist olarak tanımladıklarını, aktivist olarak tanımlamayanların dahi, veganlıkla ilgili paylaşımlarda buldukları bir sosyal medya hesaplarının bulunduğunu, deneyimledikleri vegan ürünlere yönelik, olumlu- olumsuz düşüncelerini iletişimde oldukları veganlarla paylaştıklarını ve diğer bireyleri vegan ya da vejeteryen olmaları konusunda etkileme potansiyellerinin bulunduğunu da çalışmamız verilerden elde etmiş bulunmaktayız. Bu çalışmanın bulguları aşağıdaki şekildedir; katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımları incelendiğinde, büyük çoğunluğunun %82,1’inin kadın, %45,2’sinin 18-24 yaş, %37,6’sının 25-34 yaş ve %17,2’sinin 35 yaş ve üzeri olduğu, %55,9’unun lisans mezunu ve %41,2’sinin öğrenci olduğu ve katılımcıların büyük çoğunluğunun %52,3 oranı ile 0-2501 TL gelire sahip olduğu belirlenmiştir.

Türkiye’de yaşayan vegan nüfus popülasyonunun çoğunlukla kadınlardan oluştuğu ve % 50 üzerinde bir oranla lisans ve üstü eğitim düzeyine sahip, öğrenci ya da özel sektör çalışanlarından oluştuğuna dair çıkarım yapabilmekteyiz. Katılımcıların değişkenlere göre dağılımları incelendiğinde; %82,1’inin kadın, %45,2’sinin 18-24 yaş, %37,6’sının 25-34 yaş ve %17,2’sinin 35 yaş ve üzeri olduğu, %55,9’unun lisans mezunu ve %41,2’sinin öğrenci olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %52,3’ünün 0-2501 TL gelire sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

%44,4'ünün 1 yıldan az süredir vegan olduğu, Türkiye'de yaşayan veganların büyük bir oranının etik sebeplerle veganlığı seçtiği görülmektedir. %83,2'sinin etik vegan olduğu, %60,6'sı için çevrenin çok önemli olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların vegan ürün satın alırken; %19,7'sinin kalite, %25,8'inin lezzet, %23,7'sinin fiyat ve %30,8'inin çevre dostu ürün olmasına dikkat ettiği ve paketlenme/görselliğe hiçbir önem atfetmediği görülmüştür. Ancak ambalajın ise çevre dostu olmasına yönelik talep lezzet seçeneğinin de üstünde bir orandır; bu sonuç ise veganlara yönelik üretim kararlarında ve paketlenme konusunda üreticilere büyük oranda ışık tutabilir. Ayrıca veganların çevreci oldukları konusundaki iddialarımızı da destekler. Dopelt ve ark. (2019) çalışmalarında çevreciliğin cinsiyetle ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir ancak bu çalışmada çevreye önem atfetmekle cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Akkan ve Bozyiğit (2020) tarafından yapılan bir çalışmada; kurabiye ve tatlı, yoğurt, peynir, nutritional yeast (yemeklik maya) en çok istenen ama bulunamayan vegan ürünlerdir. Bu çalışmada ise vegan tüketicilerin %51,3'ünün vegan yoğurt alternatiflerine ulaşmakta güçlük çektiği tespit edilmiştir. Bu bize bu ürünlerin erişiminin kolay olmadığı ya da henüz yeterli alternatifin yer almadığı, yani bu iki ürün özelinde pazarın henüz açık olduğunu gösterebilir. %68,5'inin paketli gıda ürünlerini marketlerden aldığı belirlenmiştir. Marketlerde paketli vegan ürünlerin kısıtlı olmasını göz önünde bulundurduğumuzda veganların özel yada alternatif vegan ürünler yerine, doğal vegan ürünler tercih ettikleri yönünde de bir çıkarım yapabiliriz. Katılımcıların %36,9'unun "In Vitro" konusu hakkında derinlemesine bilgi sahibi olmadığından kararsız kaldığı, %50,5'inin vegan aktivist olduğu, %95'inin veganlığı çevreye anlattığı, %97,5'inin vegan ürünleri tavsiye ettiği, %88,9'unun vegan ürünlere eleştiri yaptığı ve %75,3'ünün vegan konseptli sosyal medya kullandığı belirlenmiştir. Vegan bireylerin çoğunluğu kendilerini aktivist olarak tanımlamaktadır. Tanımlamayanların çok büyük bir kısmının ise çevresine veganlıkla ilgili aktarım yaptığı bilgisine ulaşılmıştır. Vegan ürünlere yönelik memnuniyet ya da memnuniyetsizliği de içeren bu tavsiye ve aktarımların ise pazarı etkileyebilme potansiyelleri bulunmaktadır. Aynı zamanda veganların diğer kişileri vegan ya da vejetaryen yapabilme potansiyelleri de araştırılmıştır.

Bütün bu değişim ve dönüşümlerin uluslararası ticarete doğrudan ve dolaylı etkileri bulunmaktadır. Çevre ile ilgili sorunları önlemek, özellikle de küresel ısınmayı engellemek amaçlarının ve yükselen sıcaklığı, ortalama 1.5 C'nin altında tutmaya yönelik çabaların yer

aldığı anlaşmalar ülkelere sorumluluklar yüklemektedir. BMİDÇS’de yer alan “ ortak fakat farklılaştırılmış sorumluluklar “ ilkesi, özellikle sanayisi gelişmiş ülkelere daha fazla sorumluluklar yüklemektedir. En büyük kirleticilerin, sanayisi gelişmiş ülkeler olduğunu ve daha fazla sorumluluk almaları gerektiğini savunan, bu ilke, dış ticarete bazı tartışmalara yol açmıştır. Sanayisi gelişmiş ülkeler, sorumlulukları kapsamında yapacakları teknolojik yatırımların maliyetleri yükselttiğini ve rekabet avantajlarını kaybettirdiğini dile getirmiş ve ilave ekolojik gümrük vergileri ile durumu eşitlemeye yönelik taleplerini DTÖ’ye iletmışlerdir. Bunun yanında, maliyetlerden kaçınmak isteyen yatırımcılar, yatırımlarını sanayisi gelişmiş ülkelere, az gelişmiş ülkelere kaydırmakta ve aynı zamanda o ülkenin kaynaklarını da tüketmektedir.

Çözümün etik ve çevre odaklı, sürdürülebilir üretim ile mümkün olacağı açıktır. Özellikle Avrupa’da son yıllarda hayvan refahına ilişkin yasalar değişmiş, birçok ülke ve bölgede kürk kullanımı yasaklanmıştır. Bunun yanında Avrupa, kozmetik ürünlerde hayvan deneylerini yasaklamış ve ticareti ancak deneysizlik sertifikaları ile mümkün hale getirmiştir. Hatta geçtiğimiz yıl, hayvan deneylerini zorunlu tutan Çin, bazı kozmetik ürünlerde bu zorunluluğu kaldırarak vegan pazar için önemli bir adım atmıştır. Ancak bu değişim, uluslararası deneysizlik sertifikalarının kural ve bilgilerinde yer alan, “Çin Anakarasına satışı yapılamaz” maddesinde değişimlere yol açacaktır. Türkiye’de de birçok firmanın vegan sertifikalar edindiğini görmekteyiz. Anket çalışmamızda vegan sertifikaların, vegan katılımcıları , satın alma davranışlarında olumlu yönde etkilediği ve vegan tüketici katılımcıların vegan sertifikalara güvendiği bilgisine ulaşılmıştır. Dolayısıyla vegan ürün üreticilerinin, resmi bir sertifika edinmesinin, tüketicilerin ürünü satın alma potansiyellerini olumlu yönde etkileyeceği varsayımında bulunabiliriz. Vegan sertifika ve deneysizlik bildirimlerinin herhangi bir bağlayıcılığı olmaması ya da denetimsel yetersizlik sebebi ile hukuksal zemin oluşturulmalı ve gerekli standardizasyon çalışmaları yapılmalıdır.

Katılımcıların değişkenlere ait betimsel bulguları incelendiğinde; katılım düzeyi en yüksek ortalamaya sahip ifadenin “İklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır.” ifadesi ( $\bar{x}=4,92$ ) olduğu belirlenmiştir. Veganların ürünleri satın alırken vegan sertifikaları ürünleri tercih ettikleri ( $\bar{x}=4,54$ ), vegan sertifikalı ürünleri güvenilir buldukları( $\bar{x}=4,09$ ), vegan ürün üreticilerinin kendilerinin de vegan olmasının satın almak konusunda kendilerini teşvik ettiğini ( $\bar{x}=4,62$ ), hayvancılık endüstrisinde faaliyet gösterip aynı zamanda vegan ürün üreten üreticilerin ürünlerini almak konusunda ise demotive oldukları ( $\bar{x}=4,04$ ) sonucu ulaşılmıştır.

Veganların ithal ve yerli ürün kıyaslama noktasında; araştırma verilerine göre yeterli bilgi ve fikir sahibi olmadıkları görülmüştür. Ancak buna rağmen ürün fiyatlarından haberdar oldukları ve ithal ürünleri daha pahalı buldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Dünya’da ve Türkiye’de bitki bazlı alternatif ürünler/ vegan pazarına özünde hayvancılık endüstrisi faaliyetlerinde bulunan birçok firmanın da yatırım yaptığını gözlemlemekteyiz.

Bunları örneklendirecek olursak, çok sayıda hayvansal gıda üreticisi firmaların bitkisel bazlı alternatifleri menülerine eklemeleri (Burger King örneği), Pınar’ın bitki bazlı burger ürününü pazara sunması, Trakya Çiftliği’nin çok sayıda vegan peynir alternatifi üretiyor olması, Türkiye’de, birçok restoranın menülerine vegan/vejetaryen alternatifler eklemesi şeklindedir. Türkiye’de yatırımlar henüz butik üretici seviyelerindedir ancak yavaş yavaş diğer firmalarda örneklerimizdeki gibi vegan pazara yatırım yapmaya başlamışlardır.

Çalışmamızda üreticilere yönelik bir mülakat çalışması da yer almıştır. Hem araştırmanın pandemi dönemine denk gelmesi sebebi ile, hem de zaman kısıtı sebebiyle mülakat formu online olarak iletilmiş ancak yeterli dönüş alınmamıştır. Açık uçlu sorular sorulmuş ve yorumlama için kategorize edilmeye çalışılmıştır. Edinilen sonuçlara göre; vegan gıda ürünlerine, yurtdışından talep bulunmaktadır, ancak hammaddelerin çoğunlukla ithal oluşu ve maliyetlerinin yüksekliği, kurdaki belirsizlik sebebiyle durum tespiti yapamama, Türkiye’deki satın alma gücünün diğer ülkelere göre nispeten düşüklüğü gibi nedenler, firmaların yatırımlarını ve büyüme potansiyellerini etkilemektedir.

Dünya genelinde hızla büyüyen bu pazar, henüz niş pazar olduğu için, rekabet avantajımız yine de bulunmaktadır. Ancak, vegan ürün üretimi için gerekli, ithal hammaddelerde, mümkünse vergi muafiyetleri uygulanarak, pazarı teşvik edici tutum sergilenebilir, bunun yanında ülkede yetiştirilmesi mümkün hammaddelerin üretimi için üreticiler teşviklerden faydalandırabilir. Bu sayede Türkiye, uluslararası pazarda rekabet avantajı, belki de üstünlüğü sağlama imkanı bulabilir. Aynı zamanda katılımcı firmalar bitkisel gıda alternatiflerinin isimlendirilmelerine yönelik mevzuat karmaşaları olduğunu bunun da taraflarınca mağduriyet sebebi olabileceğini iletmişlerdir. Dolayısı ile hızla gelişen pazara yönelik, yasaklayıcı ve kısıtlayıcı önlemlerden çok ticareti ve ihracatı teşvik edici acil çözümler getirilmeli, hukuki dayanaklar yapılandırılmalıdır.

Bu konuya ilişkin en g¼ncel sorun, vegan peynir alternatiflerinin toplatılması kararı olmuştur. Tarım ve Orman Bakanlığı yetkililerince, Resmî Gazete’de 19 Şubat 2020’de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğinde yer alan, “*Bitkisel yağ ve diğer gıda bileşenlerini kullanılarak peynir izlenimi veren ürünler üretilemez*” ibaresine göre, bitkisel ürünlerden elde edilen peynir alternatiflerine “peynir” denilemiyor. Bakanlık bu ibareye göre ürünlerde bulunan vegan ibaresine rağmen “*tağşiş/aldatma*” olduğunu belirtiyor (<https://medyascope.tv/2022/06/25/>) Ticareti geliştirici faaliyet niteliği kazanması açısından, yasaklama ve kısıtlamalar yerine düzenleyici önlemler alınması, vegan pazara katkı sağlayacağı inancındayız.

## KAYNAKÇA

Akın, G. (2006). Küresel Isınma, Nedenleri Ve Sonuçları. *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 46, 2, 29-43.

Akın,M. ve Akın,G. (2007). Suyun Önemi, Türkiye’de Su Potansiyeli, Su Havzaları Ve Su Kirliliği. *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 47, 2 , 105-118.

Akkan,E. ve Bozyiğit,S. (2020, Haziran) Bir Niş Pazar Olarak Türkiye’deki Vegan Ürünler: Tüketici Bakış Açısından Keşfedici Bir Araştırma. *Tüketici Ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 12, 1, 101-149.

Aksay,C.S. , Ketenoğlu,S. ve Kurt, L. (2005) Küresel Isınma Ve İklim Değişikliği. *Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi*, Sayı 25, 29-41.

Aksu,C. (2011) Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre. *Güney Ege Kalkınma Ajansı*. s.1-31

Aktaş N., Şen,A. ve Çil,M. (2019) Vııı. Ulusal Iv. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyum (Kırsal Turizm) Bildiriler Kitabı - Gastronomi Turizminde Yeni Bir Eğilim : Vejetaryen Ve Vegan Festivaller. (1.Baskı), *Mersin Üniversitesi Yayınları*, 53, 976-983.

Albayrak, T. (2006). Niş Pazarlama Prensipleri Ve Ortopedik Destek Ürünleri Pazarı Örneği. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 11 , 219-235.

Albayrak, E. ve Gökçe,A. (2016) Ekonomik Büyüme Ve Çevresel Kirlilik İlişkisi: Çevresel Kuznets Eğrisi Ve Türkiye Örneği. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 4, 2 , 279-301.

Altuğ,T. (2009). Hayvan Deneyleti Etiği .Sağlık Bilimlerinde Süreli Yayıncılık-7.Ulusal Sempozyum.ss.5368.

Arıkan, E.(2017). Etkileşimde Olduğumuz Hayvanların Yüzde 95’i: Endüstriyel Çiftlik Hayvanlarının Durumu, Etik Tartışmalar Ve Çözüm Yaklaşımları. *Doğu Batı Dergisi*, 82, 187-200.

Aşar, H. (2018). Hayvan Haklarına Yönelik Temel Görüşler Ve Yanılgıları . Kaygı. *Bursa Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi* ,30, 239-251 . DOI: 10.20981/kaygi.411236

Atasoy, F. ve ark. (2015). *Hayvan Davranışları Ve Refahı*. (3.basım). Anadolu Üniversitesi Yayınları .

Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2016, Ağustos). *Geleceğe Dair: Paris İklim Anlaşması*. [Broşür].

Avrupa Komisyonu Sağlık Ve Tüketicinin Korunması Genel Müdürlüğü, Kozmetik Ürünler Bilimsel Komitesi (SCCP), (Aralık 2006) “Kozmetik Bileşenlere Yönelik Test Ve Güvenlik Değerlendirmelerine İlişkin Kılavuz İlkeler, 6. Revizyon

Bahar,O. ve Baldemir,E. (2008) .Uluslararası Ticaret İle Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği . *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 4, 97-111.

Bayar, F. (2008). Küreselleşme Kavramı Ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 32 ,Üçüncü Katip ,T.C.Seul Büyükelçiliği,.25-34.

Baykal,H. (2008) . Küreselleşen Dünya’da Çevre Sorunları . *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5, 9, 1-17.

Bayraç, H.N., ve ark.(2018). *Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Enerji Politikaları*, Ekin Yayınevi.

Bedin,E., Toricelli C., Gigliano, S., De Leo, R. ve Pulvirenti, A.(2018). *Vegan Foods: Mimic Meat Products İn The Italian Market. International Journal Of Gastronomy And Food Science*, 13, 1-9.

Beyaz, Z. (2021). Kapitalizmin Pandemi Sömürüsü Bağlamında Salgın Hastalıklara Bir Bakış. *Çalışma ve Toplum*, 2021 /1 (68), 181-204.



Bozlağan,R. (2010) Sürdürülebilir Gelişme Düşüncesinin Tarihsel Arka Planı . *Journal Of Social Policy Conferences*, 0 / 50 : 1011-1028

Bozoğlu, B. (2019) *21. Yüzyılda İklim Krizi, Paris Anlaşması Ve İklim Değişikliğine Uyum*. (1.Baskı) . Dorlion Yayınları.

Candoğan, K. ve Özdemir,G.(2021) Sürdürülebilir Et Üretimi İçin Yenilikçi Yaklaşımlar. *Gıda Teknoloji Derneği, Gıda-The Journal of Food*, Derleme,46(2),408-427.

Carfi, D., Donata A. ve Schiliro,D. (2018). Sustainability Of Global Feeding.Coopetitive Interaction Among Vegan And Non-Vegan Food Firms, Department Of Economics, University Of Messina, University Of California Riverside USA June ,ss.1-15,(MPRA Paper 88400)

Carson, R. (2004) *Silent Spring (Sessiz Bahar)* , (1.Baskı). (Çev. Ç.Güler ) Palme Yayıncılık.

Colb, F. S. (2020) *Mind If I Order The Cheeseburger (Vegan Olmak İçin Bahaneler)*. (1.Baskı) (Çev. N. Engin ). Yeni İnsan Yayınevi

Cooper, L.L. (2018) A New Veganism: How Climate Change Has Created More Vegans. *Granite Aberdeen University Postgraduate Interdisciplinary Journal*, 2/1, 16-24.

Çakırer, A.M. (2015) *Yeni Pazarlama Tekniği Olarak Niş Pazar Girişimciliği: Niş Olursa Yaparım Abi!*. (2.Baskı). Dora Yayıncılık.

Çınar, S.ve ark (2012) Kirlilik Yaratan Sektörlerin Ticareti Ve Çevre: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler Karşılaştırması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 13, 2 , 212- 226 .

Dal, M. ve ark.(2014) Çevresel Kuznets Eğrisi Ve Türkiye: Ampirik Bir Analiz. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , XIV. Uluslararası Ekonometri Yöneylem Araştırması Ve İstatistik Sempozyumu Özel Sayısı, 85-96.

Daş, Y. K. ve Atmaca, E. (2015). Antibiyotik Direncinin Önlenmesi İçin Yapılması Gerekenler Ve Çözüm Önerileri. *Türkiye Klinikleri- J Vet Sci Pharmacol Toxicol-Special Topics*, 1,2, 69-75.

Data Bridge Market Research (2020, Şubat) . Global Vegan Cosmetics Market-Industry And Forecast To 2027. FMCG.

Davis, J. (2010) *World Veganism-Past-Present,And Future* .IVU, A collection of blogs-PDF e-book ,s.219

Degrazia, D.(2006) *Animal Rights (Hayvan Hakları)*, (1.Baskı). (Çev. H. Gür ), Dost Kitabevi Yayınları.

Demir, A .(2009). Küresel İklim Değişikliğinin Biyolojik Çeşitlilik Ve Ekosistem Kaynakları Üzerine Etkisi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 1, 2, 37-54.

Demirtaş,F. (2020) *Uluslararası Pazarlama-Bölüm 1: Uluslararası Pazarlama Temel Kavramları*, Akademisyen Kitabevi Ankara, 1-16.

Dilek, S.E. (2020). Türkiye’de Vejetaryen/Vegan Oteller Mümkün Mü? Kavramsal Bir Tartışma. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 19, 1, 1-18.

Dongyu,Q. (2010). The State Of Food And Agriculture-Overcoming Water Challenges In Agriculture/Foreword. 210. <https://doi.org/10.4060/cb1447en>

Dopelt, K.,Radon, P. ve Davidovitch N.(2019) Environmental Effects Of The Livestock Industry: The Relationship Between Knowledge, Attitudes, And Behavior Among Students In Israel, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, 1359, 1-16 .

Doreau, M.,Corson, M. S. ve Wiedemann,S.G.(2012). *Water Use By Livestock: A Global Perspective For A Regional Issue? Animal Frontiers*, 2, 2, 9–16 .

Erataş,F. ve Uysal, D. (2014 ). Çevresel Kuznets Eğrisi Yaklaşımının “Bric” Ülkeleri Kapsamında Değerlendirilmesi, *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 64, 1-25.

Erdoğan, İ. ve ark.. (2015). 11.Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Türkiye Ekonomisi İçin Geçerliliği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 44, 113-123.

İğci, T. ve Çobanoğlu, N. (2019). İklim Değişikliğinin Ve İklim Değişikliğiyle İlgili Küresel Anlaşmaların Çevre Etiği Bakımından Değerlendirilmesi . *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi* , 7 (2) , 130-146

Ergün, Y. (2010) Hayvan Deneylerinde Etik. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*,19,4, 220-235.

Erk, G.ve ark. (2019). Vegan Ve Vejetaryan Beslenmede Probiyotik Bitkisel Bazlı Süt Ürünlerinin Yeri. *The Journal of Food, GIDA, Derleme*,44(3). 453-462.  
(Doi:10.15237/gida,GD18083)

Ertaç S. ve Sarımehtemoğlu, B. (2019). Su Güvenliği. *Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 16(2),141-146. Doi:10.32707/ercivet.595612.

Erten,S. (2004). Uluslararası Düzeyde Yükselen Bir Değer Olarak Biyolojik Çeşitlilik. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 27, 98-105 .

FAO, (2006). Livestock's Long Shadow Environmental Issues And Options . FAO.

FAO, (2019). Gıda Ve Tarım İçin Biyoçeşitliliğin Küresel Durum Raporu-Özeti. *Birleşmiş Milletler Gıda Ve Tarım Örgütü Gıda Ve Tarım İçin Genetik Kaynaklar Komisyonu Değerlendirmesi* (Alptekin K ve Birim M. Çev.)

Fox, N. J.ve Ward,K.( 2008). You Are What You Eat? Vegetarianism, Health And Identity. *Social Science & Medicine*, Volume 66 (12), 2585 -2595

Francione, G.ve L.Charlton, A. (2018). *Eat Like You Care: An Examination Of The Morality Of Eating Animals (İnsan Neden Vegan Olur?: (Hayvan Kullanımı Tartışmasına Bir Giriş)*, 2.basım, (Çev. Cansen, M), Cumbaco, Metropolis Yayıncılık,

Fuentes, C. ve Fuentes, M. (2017). Making A Market For Alternatives:Marketing Devices And The Qualification Of A Milk Substitute. *Journal of Marketing Management*,33,7-8,529-555.

Gerke, M. ve Janssen,M. (2017). *Vegan Foods: Labelling Practice*. *Ernahrungs Umschau*, 64(3) , 54–57 This Article Is Available Online: DOI: 10.4455/eu.2017.011

Gökalp, F. ve Yıldırım, A. (2004) Dış Ticaret Ve Çevre:Kirlilik Sığınakları Hipotezi Türkiye Uygulaması. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 99-113.

Gökçen, M. ve diğ. (2019) *Vegan Beslenme Tarzına Sağlık Açısından Genel Bakış.Sağlık Ve Yaşam Bilimleri Dergisi*, 1,:2.50-54

Görgülü M.,Koluman, D. N.,Göncü S.,(2009) *Hayvancılık Ve Küresel Isınma*, V. Ulusal Hayvan Besleme Kongresi (Uluslararası Katılımlı), 1-9.

Görgün, M. R (2020). Uluslararası Pazarlama-Bölüm 2.Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri. *Akademisyen Kitabevi*, 17-30.

GRAIN ve IATP Raporu (2018). Emissions Impossible: How Big Meat And Dairy Are Heating Up The Planet, ss.1-27

Grand View Research, (2019) . Vegan Food Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product (Dairy Alternative, Meat Substitute), By Distribution Channel (Online Offline), By Region (Apac, Csa, Mea, Europe, North America), And Segment Forecasts, 2019 - 2025-Report Summary”,Haziran 2019.

Gül,E. (2015) Gatt/Wto Çerçevesinde Uluslararası Ticaret Ve Çevre İlişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (9).

Güler ,Ç ve Çobanoğlu, Z. (1994) Su kirliliği, (1.Baskı). T.C Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü - Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü - Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi .

Gülten ,S. (2019) Eski Türk İnançları Ve Kalenderilik Bağlamında Osmanlı Topraklarında Vegan Sufiler: Etyemezler. *Türk Kültürü Ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*. 92, 29-42.

Gündoğan,A.C.ve ark. (2016). *100 Maddede Sürdürülebilirlik Rehberi. İş Dünyası Ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği*, .1-112.

Güney H. A. (2020) *Yaşam Tarzı Olarak Veganlığın Satın Alma Davranışlarına Etkisi Ve Kültürlerarası Bir Araştırma*. T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Güreş N. ve Akgül, V. (2010). Niş (Niche) Pazarlama Ve Hatay Turizmine Yönelik Niş Pazarlama Stratejilerinin Belirlenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 13, 298 – 309

Hawthorne, M. (2019) *A Vegan Ethic- Embracing A Life Of Compassion Toward All (Vegan Etik: Herkes İçin Şefkatli Bir Yaşama Kucak Açmak)*, (1.Baskı) (Çev. Feyyaz,Ş.). Pales Yayınları.

<https://doi.org/10.2527/af.2012-0036>

İlgar,R. (2007). Türkiye’de Hayvan Hakları İhlallerine Coğrafi Açıdan Bakış. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16, 1 , 347-360 .

İçer, M.A ve Bulduk, S. (2018) *Dini İnançların Besin Alımı, Beslenme Alışkanlıkları Ve Yapay Beslenme Uygulamaları Üzerindeki Etkileri, Sağlık Bilimlerinde Akademik Çalışmalar*, IVPE Yayınları, 25-40.

İriç,E. (2014) . Dtö Çerçevesinde Uluslararası Ticaret Ve Çevre İlişkisi . *İstemi Parman Dış Ticaret Portalı*.

Joshi V.K., Kumar,S. (2015). Meat Analogues: Plant Based Alternatives To Meat Products:A Review. *Intl. J. Food. Ferment. Technol.* 5(2),107-119.

Kamber, C. S. (2020) *Uluslararası Ticaret Ve Çevresel Etkileri*. Sosyal Ekonomi Web Portal.

Karaca ,C. (2007). Çevre İnsan Ve Etik Çerçevesinde Çevre Sorunlarına Ve Çözümlerine Yönelik Yaklaşımlar. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , vol.11, 1-19

Karaman ,S. (2006) Hayvansal Üretimden Kaynaklanan Çevre Sorunları Ve Çözüm Olanakları. *K.S.Ü. Fen ve Mühendislik Dergisi*, 9(2) , 133-139.

Kaşlı,M., İlban, M.O, Şahin,B.(2009) *Modern Pazarlama Stratejileri: AB Ve Türk Turizmi*”,*Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, C.8, S.27, 79-98

Kaya, E.H (2020) . Kyoto'dan Paris'e Küresel İklim Politikaları. *Meriç Uluslararası Sosyal Ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 4,10,165-191.

Kaypak,Ş. (2011) Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*,13/20,19-33.

Kendilci Aksoy, E.(2020) *Vejetaryen Beslenmenin Sağlık Üzerine Etkisi: Sistemik Derleme*. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü,Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi.11-62.

Kınıkoğlu, M.,(2017) *Vegan Beslenme*. (3.basım). Oğlak Yayıncılık.

Kınıkoğlu, O. ve Güven, Y. Ö.(2020). Hayvan Deneyleri- Hayvanlar Bizim İçin Mi Var? (1.baskı), Yeşil Politika Serisi-18, Yeni İnsan Yayınevi.

Kıvılcım, F.(2013) Küreselleşme Kavramı Ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*,5/1, 219-230.

Kojic T.(2020). The Environmental Benefits Of Veganism In The Context Of Responsible Tourism. *Uppsala Universitet Disciplinary Domain of Science and Technology, Technology, Department of Engineering Sciences*.

Koluman, A. (2009) Dinler Ve Gıda İlkelden Semaviye. *Uludag Univ. J. Fac. Vet. Med.* 28 1, 25-32 .

Koyuncu,C. ve Yılmaz, R. (2005). Ormansızlaşma,Yolsuzluk Ve Bir Mücadele Aracı Olarak Özelleştirme Ve Özel Ağaçlandırma. *Ekonomik Yaklaşım,Ekonomik Yaklaşım Association*,16/54, 69-85.

Koyuncu,M. ve Akgün,H. (2018) Çiftlik Hayvanları Ve Küresel İklim Değişikliği Arasındaki Etkileşim. *U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 32, 1, 151-164.

- Kozlu,C. ve Karaca,S.H. (2019) *Uluslararası Pazarlama : Dijitalleşen Dünyaya Yeni Yaklaşımlar*. (XV. Basım), Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Köknaroğlu,H. ve Akünel,T. (2020). Küresel Isınmada Hayvancılığın Payı Ve Zooteknist Olarak Bizim Rolümüz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 67-75.
- Köse,İ. (2018) İklim Değişikliği Müzakereleri, Türkiye'nin Paris Anlaşması'nı İmza Süreci . *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi* .9 ,55-81.
- Köybaşı ,S. (2018). Yeni Bir Anayasal Hak Öznesi Olarak Hayvan-1. *Anayasa Hukuku Dergisi* - 7,13, 103-156 .
- Küçükkalay,M. (1997). Endüstri Devrimi Ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi . *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , Cilt 2, Sayı 2, 51-68.
- Külcü,R. (2020) . *Etik Sorun Alanı Olarak Endüstriyel Tarım*. Akdeniz Üniversitesi Felsefe Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi.S.381
- Leenaert,T.(2019). How To Create A Vegan World: A Pragmatic Approach (Vegan Bir Dünya ), (1.Basım). (Çev. İpek K.) *Yeşil Politika Serisi-16, Yeni İnsan Yayınevi*
- Leitzmann,C., (2014). Vegeterian Nutrition: Past,Present,Future. *The American Journal Of Clinical Nutrition*, 100, 1, 496-502. <https://doi.org/10.3945/ajcn.113.071365>
- Leneman,L. (1999) No Animal Food: The Road To Veganism İn Britain, 1909-1944. *The White House Press*.
- Longo,U.G., Spiezia,F., Maffulli,N. and Denaro,V.(2008). The Best Athletes İn Ancient Rome Were Vegetarian!. ©*Journal Of Sports Science And Medicine*, 7,565
- Mann, S.E.(2014).More Than Just A Diet: An Inquiry Into Veganism, University Of Pennsylvania,Anthropology Senior Theses,1-156.

Marangona, F & Tempesta, T. vd. (2016). Sustainability Of Well-Being International Forum, 2015: Food For Sustainability And Not Just Food, Florence SWIF 2015-Toward A Better Understanding Of Market Potentials For Vegan Food, A Choice Experiment For The Analysis Of Breadsticks Preferences, Agriculture And Agricultural Science Procedia, 8, 158 – 166.

Menteş Gürler, A.ve Osmanağaglu, Ş.(2009).Türkiye’de Hayvanları Koruma Kanununun Tarihsel Gelişimi,Kafkas Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 15-(3), 325-330.

Şengün, H. & Meydan Yıldız, S. G. (2018). Dünya Ticaret Örgütü’nün Çevre Koruma Politikaları . Yönetim Ve Ekonomi Dergisi , 25 (1) , 233-249 . DOI: 10.18657/yonveek.319356

Mısır, M.,(2016).Uluslararası Ormancılık, Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi Powerpoint Sunusu, 1- 45.

Miguel, I. & Coelho, A. & Bairrada, C.M. (2021) . Modelling Attitude Towards Consumption Of Vegan Products. Sustainability.

Minibaş, T. (t.y.). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Etkileri, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi 1-4.

Yaman, K. & Muşmul, G. (2018). Çevre Ve Ekonomi İlişkisi Üzerine Genel Bir Değerlendirme . Ekonomi İşletme Ve Yönetim Dergisi , 2 (1) , 66-86 .

Olgun, H. (2020). Batı Felsefesinde Hayvanın Ahlâkî Statüsü: Francione’nin Abolisyonizmi Üzerine Bir Değerlendirme . OPUS International Journal Of Society Researches , 15 (25) , 3916-3948 . DOI: 10.26466/opus.720047

Öcal, E. E.ve Önsüz, M. F., (2018) Diyabet Hastalığının Ekonomik Yükü,Türk Dünyası Uygulama Ve Araştırma Merkezi Halk Sağlığı Dergisi,3(1), .24-31.

Önal, S. ve Uçar, A. (2017). Otizm Spektrum Bozukluğu Tedavisinde Beslenme Yaklaşımları. Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 1-2-3, 179-194.



Özcan,T. ve Baysal ,S. (2016) .Vejetaryen Beslenme Ve Sağlık Üzerine Etkileri . Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 30 / 2 , 101-116.

Özmehmet, E. (2008) Dünyada Ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. Journal Of Yaşar University, 3 / 12, 1853-1876.

Pallemaerts,M. (1997).Stockholm’den Rio’ya Uluslararası Çevre Hukuku: Geleceğe Doğru Geri Adım Mı? ( Bülent,D. Çev.) A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi (Prof.Dr.Cemal Mihçioğlu’na Armağan), C.52, 613-632.

Perçin D. (2017). Paris Zirvesi’nden Bonn Zirvesi’ne Küresel İklim Zirveleri, 1-9

Polanyi, K., (2020). Büyük Dönüşüm - Çağımızın Siyasal Ve Ekonomik Kökenleri,15.Baskı, Çev.Ayşe Buğra, Politika Dizisi-35,İletişim Yayıncılık.

Polat, H. E. ve Olgun, M.(2009).Hayvancılık İşletmelerindeki Atık Yönetimi Uygulamalarının Su Kirliliği Üzerine Etkileri.GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi, 26(2), 71-80.

Poore, J. & Nemecek, T.(2018). Reducing Food’s Environmental Impacts Through Producers And Consumers,Science,360/6392, 987-992. DOI: 10.1126/science.aaq0216

ProVeg International (2020). Food & Pandemics Report: Part 1 - Making The Connection: Animal Based Food Systems And Pandemics Report, Berlin.

Roussopoulos, D.(2017). Political Ecology (Politik Ekoloji: İklim Krizi Ve Yeni Toplumsal Gündem), (Çev.Fuat Dara Elhüseyni), 1.Basım, Sümer Yayıncılık, Sosyal Bilimler Dizisi 15, Sümer Yayıncılık.

Sanayi ve Çevre Özel İhtisas Komisyonu Raporu (Nisan 1993) Sanayi Ve Çevre:VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporu.Türkiye Cumhuriyeti Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No:DPT:2324-ÖİK:420,

Sayılgan, Ş. (2014). Refah Ekonomisi Ve İletişim. Marmara İletişim Dergisi , 5 (5) , 163-168.

Sert, H. ve Uzmay, A. (2017). Dünya’da hayvan refahı uygulamalarının ekonomik ve sürdürülebilirlik Açısından Değerlendirilmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 4 - Sayı 4 (2017) , 263-276 . DOI: 10.30803/adusobed.353373

Singer,P (2018). Animal liberation (Hayvan özgürleşmesi), 2.basım, (Çev. Hayrullah Doğan), İnceleme Dizisi-200, Ayrıntı Yayıncılık.

Son Tunçay G. Y. ve Bulut, M.,(2016) Yaşam Tarzı Olarak Vegan Ve Vejetaryenlik, International Journal Of Human Sciences,Cilt:13,Sayı:1,830-843. (Doi:10.14687/ijhs.v13i1.3614)

Soytürk, Ozan (2019) Tüketim toplumu ve su. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Çevre Bilimleri Anabilim Dalı,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Springirth, A.,(2016) Discourses Of “Cruelty-Free” Consumerism: PETA, The Vegan Society And Examples Of Contemporary Activism, City University Of New York, CUNY Academic Works,Master Thesis, New York, Amerika, 1-68.

Sünnetçioğlu, S., v.d.(2017) Veganların Restoranlarda Karşılaştıkları Sorunlar Üzerine Bir Araştırma,Journal Of Tourism And Gastronomy Studies 5, Özel Sayı:2, 241-252.

Şahin G. ve Avcioğlu Onurbaş, A.(2016) Tarımsal Üretimde Sera Gazları Ve Karbon Ayak İzi. Tarım Makinaları Bilimi Dergisi,12/3, 157-162.

Şahin, Y.(2002).Çevre Sorunları Üzerine Bir Değerlendirme, Mevzuat Dergisi, Cilt:5, Sayı:52 , 1-8

T. C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1976). Çevre Sorunları Daimî Danışma Kurulu Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Hazırlıkları Çevre Sorunları Özel İhtisas Komisyonu Tarihi Çevre Korunması Alt Komisyonu Raporu.

T.C.Avrupa Birliği Bakanlığı (2011). Hayvan Hakları,Hayvanların Korunması Ve Refahı, Ankara, 1-11

T.C.Çevre ve Orman Bakanlığı (1998). Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi-Kyoto Protokolü, Ankara.

Tağraf, H. (2022). Küreselleşme Süreci Ve Çokuluslu İşletmelerin Küreselleşme Sürecine Etkisi, Cumhuriyet Üniversitesi,İktisadi İdari Bilimler Dergisi,Cilt:3, Sayı:2, 33-47

Talu,N. (2015). Türkiye’de İklim Değişikliği Siyaseti. İsmail Yılmaz, Gamze Uçak,Phoenix Yayınevi,Siyasal Kitabevi

The Business Research Company (2021).Vegan Food Global Market Report 2021: Covid 19 Growth And Change To 2030-Description.

Thuy, L., ( 2019). Vegan Trend In Consumer Buying Behaviour, Oulu University Of Applied Sciences, Degree Program in International Business,Thesis, Finlandiya.

Tıraş H. Hayrettin (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre: Teorik Bir İnceleme, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:2, 57-73.

Tosun Karakurt, E. (2009). Sürdürülebilirlik Olgusu Ve Kentsel Yapıya Etkileri, Paradoks, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi, (e-dergi), <http://www.paradoks.org>, ISSN 1305-7979, Yıl:5, Sayı:2, 1-14.

Tunçay, G. Y.(2018). Sağlık Yönüyle Vegan / Vejetaryenlik, Çankırı Karatekin Üniversitesi Avrasya Sağlık Bilimleri Dergisi, 1(1), 25-29.

Tunçay, Son, Y. G. ve Bulut M. (2016). Yaşam Tarzı Olarak Vegan Ve Vejetaryenlik, Internatonal Journal of Human Sciences,Cilt: 13,Sayı:1, 830-843.

Türkiye Barolar Birliği (2014). Uluslararası Çevre Koruma Sözleşmeleri, Türkiye Barolar Birliği Yayınları:247, 2.basım.

Tzachi, Z.(2004).Veganism, Journal of Social Philosophy,35(3), 367-379 .

Ulucak R. ve Erdem E.,(2012).çevre - İktisat İlişkisi Ve Türkiye’de Çevre Politikalarının Etkinliği, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi,Yıl:4,Sayı: 6, 78-98.

Uyduranoğlu Öktem A. ve Aksoy Ayça(2014). Türkiye’nin Su Riskleri Raporu,Ed:Berivan Duvar, Tasarım:Tasarımhane Tanıtım,WWF-Türkiye, İstanbul.

Vatan A.ve Türkbaş S. (2018). Vejetaryen Turist Ve Vegan Turist Kimdir? Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 6(3), 24-39 DOI: 10.21325/jotags.2018.270

Wambui, M. W.(2013). The Difference In Tom Regan’s And Peter Singer’s Positon On Animal Rights, Essay, GRIN, Munich, .1-8.

Witte, B. vd. (2021) Food For Thought-The Protein Transformation, BCG-blue horizon.

Woods, J., William A., Hughes J.K., Black, M. & Murphy R. (2010). Energy And The Food System, Philosophical Transactions of The Royal Society B, 365, 2991-3006. <https://doi.org/10.1098/rstb.2010.0172> (02.02.2021)

WWF International (2020). Doğanın Yok Oluşu Ve Pandemilerin Yükselişi İnsanların Ve Gezegenin Sağlığını Korumak, WWF Türkiye,Çeviri:Esin Aslan Gürbüz, İtalya.

Yaşar, A. ve Yerlikaya H. (2004). Dünya’da Ve Türkiye’de Hayvan Haklarının Tarihsel Gelişimi, Veteriner Bilimleri Dergisi, 20, 4, 2004, 39-46.

Yazgan, Ü. Ç. (2010). Tarihi Süreçte Toplum-Çevre İlişkileri Ve Çevre Sorunlarının Ortaya Çıkışı, E-Journal Of New World Sciences Academy Humanities, 5/1, Başlık no:4C0037,2010, 227-244.

Yegen,C. ve Aydın, B.O. (2018), Postmodern Bir Kimlik Olarak Veganlık Ve Bir Çevrimiçi Vegan Ağının Analizi. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, 91-114.

Yeni, O. (2015). Çevre Ve Uluslararası Ticaret İlişkisi: Tüketim Kaynaklı Sınıraşan Kirlilik Ve Asimetrik Kirlilik Algısı, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 1-126.

Yetim,H. ve Tekiner, İ. H.(2020). Alternatif Protein Kaynaklarından Yapay Et Üretimi Kavramına Eleştirel Bir Bakış. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi,Helal Ve Etik Araşt. Derg. / J. Halal & Ethical Res, 2 (2), İstanbul, 85-10.

Yıkılmaz,N. (2002). Çevre Ticaret İlişkisi. Çankaya Belediyesi, 1-5

Yurdakök,M. (2013). Yoğurdun Öyküsü, Probiyotiklerin Tarihi. Çocuk Sağlığı Ve Hastalıkları Dergisi 56, 43-60.

## İNTERNET KAYNAKLARI

The Editors of Encyclopedia Britannica.(t.y.). Vegetarianism. İçinde Encyclopaedia Britannica.

<https://www.britannica.com/topic/vegetarianism>

Erişim Tarihi: (11.08.2020)

Vegeterian Society. (t.y.). What is A Vegeterian? <https://vegsoc.org/info-hub/definition/>

Erişim Tarihi: (11.03.2021)

Davis, J. (2010) The Origins Of The Vegetarians . IVU .

<http://www.ivu.org/history/societies/vegsoc-origins.html>

Erişim Tarihi: (18.02.2021)

Türk Dil Kurumu.(t.y.). Vejetaryen. İçinde Güncel Türkçe sözlük. <https://sozluk.gov.tr>

Erişim tarihi: (23.11.2020)

Cambridge Dictionary. (t.y.). Vegetarianism. İçinde Cambridge Dictionary.

<https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zlük/ingilizce/vegetarianism>

Erişim tarihi: (21.12.2020)

Casamitjana, J. (2020 , Aralık 18) The Foundations Of Ethical Veganism . The Vegan Society.

<https://www.vegansociety.com/news/blog/foundations-ethical-veganism>

Erişim Tarihi: (11.03.2021)

Yeniçağ Gazetesi (2020, Temmuz 3 ) Maymunları Köle Gibi alıştırıyorlar: Ürünler Raflardan

İnecek. <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/maymunlari-kole-gibi-calistiriyorlar-urunler-raflardan-inecek-287523h.htm>

Erişim Tarihi: (14.04.2021)

MillionDollarVegan- Joseph Poore (2019, Şubat 10). The İmpact Of Meat And Dairy On The Planet (Part-2) [Video]. Youtube.

[https://www.youtube.com/watch?v=WJ25O\\_BD5OM&ab\\_channel=MillionDollarVegan](https://www.youtube.com/watch?v=WJ25O_BD5OM&ab_channel=MillionDollarVegan)

Erişim Tarihi: (02.04.2021)

T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü -Sağlıklı Beslenme ve Hareketli Hayat Dairesi Başkanlığı (2015) Vejetaryen Beslenmesi. <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/beslenmehareket-haberler/vejetaryen-beslenmesi.html>

Erişim Tarihi: (11.06.2021)

Vegan Derneği Türkiye. (t.y.). Veganlık nedir? Vegan Türkiye Derneği <https://tvd.org.tr/veganlik-nedir/>

Erişim Tarihi: (11.06.2021)

Petre,A. (2019, Ağustos 26) What Is Veganism And What Do Vegans Eat? Healthlife <https://www.healthline.com/nutrition/what-is-a-vegan#types>

[http://www.mfa.gov.tr/i\\_-temel-cevre-sorunlari.tr.mfa](http://www.mfa.gov.tr/i_-temel-cevre-sorunlari.tr.mfa)

Erişim Tarihi: (21.01.2021)

Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı. (t.y.). Ormansızlaşma. <https://topraktema.org/media/1403/01-ormansizlasma.pdf>

<http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-cevre-programi.tr.mfa>

Erişim Tarihi: (21.01.2021)

Aslan,M. (2013). Kuraklıkla Mücadele İçin "Az Su Tüketen Hayvan" Önerisi. Anadolu Ajansı . <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/kuraklikla-mucadele-icin-az-su-tuketen-hayvan-onerisi/228124>

Erişim Tarihi: (04.02.2021)

UNFCCC-External Statement,(2015),Islamic Declaration On Climate Change,

<https://unfccc.int/news/islamic-declaration-on-climate-change>

Erişim Tarihi: (13.01.2021)

MGM (2010) İklim Değişikliği Ve Türkiye'ye Etkileri,

(<https://www.mgm.gov.tr/FILES/genel/arsiv/23mart/2010/sunu/ilk10/12.pdf>).

Erişim Tarihi: (18.01.2021)

WWF ,Soil Erosion And Degradation (<https://www.worldwildlife.org/threats/soil-erosion-and-degradation>)

Erişim Tarihi: (11.01.2021)

<https://cevreselgostergeler.csb.gov.tr/su-kullanimi-i-85738>

Erişim Tarihi: (25.02.2021)

T.C.Sağlık Bakanlığı,(2015)T.C.Anayasası56.Madde,

<https://www.saglik.gov.tr/TR,11472/tcanayasasi-56madde.html>

Erişim Tarihi: (21.01.2021)

Wood, J.(2019) Your Morning Cup Of Coffee Contains 140 Litres Of Water,

(<https://www.weforum.org/agenda/2019/03/hidden-water-in-your-cup-of-coffee> )

Erişim Tarihi: (12.02.2021)

<https://iklim.csb.gov.tr/kyoto-protokolu-i-4363>

Erişim Tarihi: (21.01.2021)

İhlas Haber Ajansı (2019, Aralık 19). İ.B.B Önünde Çadırılı Fayton Eylemi. Birgün.

<https://www.birgun.net/haber/ibb-onunde-cadirli-fayton-eylemi-imamoglu-sozunu-tut-280809>

Erişim Tarihi: (07.05.2021)

Sanayi Gazetesi (20.06.2020), Belediyenin Tercihi Çin Malı Oldu,

<https://www.sanayigazetesi.com.tr/sanayi/belediyenin-tercihi-cin-mali-oldu-h22969.html>,

Erişim Tarihi: (12.01.2021)

Butler, S.(2014)Beans And Greens: The History Of Vegetarianism, History,

<https://www.history.com/news/beans-and-greens-the-history-of-vegetarianism>

Erişim Tarihi: (12.12.2020)

Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği, (9 Nisan 2018) İklim Değişikliğinin Etli

Tarafı, <https://tr.boell.org/tr/2018/04/09/iklim-degisikliginin-etli-tarafi>

Erişim Tarihi: (01.03.2021)

Compassion In World Farming, Environmental Damage,<https://www.ciwf.org.uk/factory-farming/environmental-damage/>

Erişim Tarihi: (02.03.2021)



Nuwer, R. (2016). Herkes Vejetaryen Olsa Ne Olurdu. BBC Türkçe.  
<https://www.bbc.com/turkce/vert-fut-37487046>

Erişim Tarihi: (02.03.2021)

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı.(t.y.). Birleşmiş Milletler Çevre Programı.  
<http://www.mfa.gov.tr/birlesmis-milletler-cevre-programi.tr.mfa>

Erişim Tarihi: (21.07.2021)

Dünya Atlası. (2017) Kyoto Protokolü Nedir, Ne Zaman İmzalanmıştır? Dünya Atlası.  
<https://www.dunyaatlası.com/kyoto-protokolu-nedir-ne-zaman-imzalanmistir>

Erişim Tarihi: (21.07.2021)

Koçer, A.Z.(2020) *Pandemi Oluşumunda Zoonotik Patojenlerin Önemi*. Tubitak Web Portal, 1-6  
([https://covid19.tubitak.gov.tr/sites/default/files/inline-files/tubitak-covid-web-portal\\_pandemi-olusumunda-zoonotik-patojenlerin-onemi\\_zk\\_27apr2020\\_0.pdf](https://covid19.tubitak.gov.tr/sites/default/files/inline-files/tubitak-covid-web-portal_pandemi-olusumunda-zoonotik-patojenlerin-onemi_zk_27apr2020_0.pdf))

Erişim Tarihi: (02.04.2021)

TASAM (2006). Küreselleşmenin Boyutları Ve Etkileri. Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi. [https://tasam.org/tr-TR/Icerik/211/kuresellesmenin\\_boyutlari\\_ve\\_etkileri](https://tasam.org/tr-TR/Icerik/211/kuresellesmenin_boyutlari_ve_etkileri)

Erişim Tarihi: (02.01.2021)

Esen, H. (2020). İngiltere'de Etik Veganlık Felsefi İnanç Olarak Kabul Edildi. Anadolu Ajansı.  
<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ingilterede-etik-veganlik-felsefi-inanc-olarak-kabul-edildi-/1691670>

Erişim Tarihi: (07.08.2021)

Öksüz, T. (2020). Eski Yunan Toplumunda Yemek Kültürü. Consensus Dergisi.  
<https://www.consensusdergisi.com/eski-yunan-toplumunda-yemek-ku%CC%88ltu%CC%88ru%CC%88/>

Erişim Tarihi: (07.06.2021)

Erdem, S. (2018) Niş Pazarlamaya Giriş: Niş Pazarlama Nedir? Branding Türkiye.  
<https://www.brandingturkiye.com/nis-pazarlamaya-giris-nis-pazarlama-nedir/>

Erişim Tarihi: (07.08.2021)

Sharma Sh.(2017). The Meaty Side Of Climate Change, Project Syndicate.

<https://www.project-syndicate.org/commentary/climate-change-meat-and-dairy-industry-impact-by-shefali-sharma-2017-12>

Erişim Tarihi: (04.04.2021)

<https://abolisyonistveganhareket.org/nedir>

Erişim Tarihi: (07.02.2021)

<http://www.esdaw.eu/unesco.html>

Erişim Tarihi: (24.02.2021)

<https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/animal-testing>

Erişim Tarihi: (25.02.2021)

[www.memphismeats.com](http://www.memphismeats.com)

Erişim Tarihi: (13.03.2021)

<https://crueltyfree.peta.org/>

Erişim Tarihi: (14.04.2021)

<http://haberler.tvd.org.tr/2014/01/07/tr-dunyadaki-vejetaryen/>

Erişim Tarihi: (14.04.2021)

<https://www.borsagundem.com/haber/halka-arzda-buyuk-rekor-yuzde-163/1405240>

Erişim Tarihi: (11.04.2021)

<https://www.vegansociety.com/news/market-insights/plant-milk-market>

Erişim Tarihi: (27.05.2021)

<https://www.uludag.edu.tr/haber/view/9657/buude-vegan-urun-tesisi-gorusmeleri-basladi>

Erişim Tarihi: (23.04.2021)

<https://gaiadergi.com/topyekun-ve-butunsel-bir-ozgurluk-talebi-veganligin-felsefesi/>

Erişim Tarihi: (23.04.2021)

<https://www.tarimorman.gov.tr/Konu/949/GDO%27-lu-Yemler>

Erişim Tarihi: (05.03.2021)

<http://nonwoventechnology.com/ipeker-vegan-kumas-uretimiyle-tekstil-urunlerinde-fark-yaratiyor/>

Erişim Tarihi: (05.03.2021)

<https://www.politico.eu/sponsored-content/what-is-amendment-171-and-how-could-it-affect-plant-based-foods/>

Erişim Tarihi: (21.04.2021)

<https://www.haberler.com/turkiye-nin-ilk-deneysiz-belediye-si-didim-oldu-12687406-haberi/>

Erişim Tarihi: (21.04.2021)

<https://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/sustainable-development-goals.html>

Erişim Tarihi: (11.05.2021)

<https://www.vegansociety.com/resources/lifestyle/shopping/trademark-search>

Erişim Tarihi: (12.04.2021)

[www.v-label.eu/tr/vegan-ve-vejetaryen-urunler-icin-kalite-etiketi](http://www.v-label.eu/tr/vegan-ve-vejetaryen-urunler-icin-kalite-etiketi)

Erişim Tarihi: (12.04.2021)

<https://www.veganfoodandliving.com/news/european-parliament-rejects-controversial-dairy-ban-on-plant-based-products/>

Erişim Tarihi: (12.05.2021)

<https://www.choosecrueltyfree.org.au/why-we-do-it>

Erişim Tarihi: (16.04.2021)

## EKLER

### Ek-1 Üreticilere Yönelik Online Mülakat Çalışması

1-Firmanız hangi sektör / sektörlerde faaliyet göstermektedir ?

2-Vegan / V-Label sertifikalı ürün üretim kararınızı belirtilen sebeplerle ilişkilendirecek olursak, hangisi firmanız için daha önceliklidir? Biraz bahseder misiniz?

-Çevre(sosyal sorumluluk)

-Sağlık

-Sürdürülebilirlik

-Etik sebepler

-Piyasada oluşan talep

-Diğer (Lütfen açıklayınız)

3-Vegan / V-Label sertifikalı ürün alanında faaliyete hangi tarihte başladınız?

Başladığımız tarih ile bugünü karşılaştığımızda pazardaki değişim / gelişim üzerine düşünceleriniz/izlenimleriniz nelerdir?

4- Yurtdışı satışınız var mı? Yok ise bu yönde çalışmalarınız mevcut mu?

5-Vegan ürünlerin gerek üretim gerek hammadde temini sürecinde karşılaştığınız sorunlar ya da desteklenmesi gerektiğini düşündüğünüz aşamalar var mıdır (Ar-Ge vb. gibi) ?

6-Türkiye ve Dünya’da vegan pazarın şu anki durumunu nasıl değerlendiriyorsunuz, geleceğine yönelik öngörüleriniz nelerdir?

7-Türkiye’nin uluslararası alanda vegan pazardan daha fazla pay alabilmesi için sizce neler yapılması gereklidir?

8-Ürünlerinize yönelik aldığımız geri dönüşler sizi memnun etti mi? Hedeflerinize ulaştığınızı söyleyebilir misiniz?

9- Vegan ürün pazarına yönelik uluslararası arenada bir değerlendirme yapacak olsak sizce bölgesel dezavantaj/ avantaj bulunmakta mıdır? Birkaç örnek verebilir misiniz?

10-Sürdürülebilir kalkınma/geri dönüşüm / iklim krizi kurumunuz için ne ifade etmektedir?

## EK-2 Tüketici Anket Çalışması

### Değerli Katılımcı,

Bu çalışma, Bursa Uludağ Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi O. Barbaros Kemer Danışmanlığında, Yüksek Lisans Öğrencisi Ezgi İlbaş tarafından yürütülen, Yüksek Lisans Tez çalışmasının bir parçasıdır. Çalışma, vegan bireylerin motivasyonlarını, satın alma kararlarını etkileyen faktörleri ve çevresini etkileme potansiyellerini saptamak üzerinedir.

Çalışma esnasında, kimlik bilgileriniz talep edilmeyecek ve cevaplarınız gizli tutulacaktır. Veriler kişiler ile eşleştirilmez ve verdiğiniz yanıtları sadece siz görebilirsiniz. Tamamen gönüllülük esastır. Katılımınız karşılığında bir ödeme yapılmayacaktır. Verileriniz, sadece bu çalışma için bilimsel amaçlı kullanılacaktır.

Vegan bireylerin çalışmaya katılım göstermesi, büyük katkı sağlayacaktır.

Anket cevaplama süresi yaklaşık 5-10 dakikadır.

Çalışmaya katılmayı reddedebilir ya da anketin herhangi bir bölümünde ilerlemekten vazgeçebilirsiniz.

Soruların, doğru ya da yanlış cevapları bulunmamaktadır, vereceğiniz cevaplar tamamen kendi düşüncelerinizi dürüst bir şekilde yansıtmalıdır.

Araştırma hakkında daha fazla bilgi edinmek isterseniz

[e-mail:701919003@ogr.uludag.edu.tr](mailto:701919003@ogr.uludag.edu.tr) üzerinden çalışmayı yürüten Ezgi İlbaş ile iletişime geçebilirsiniz ya da ankete yönelik tüm bildirimleriniz için Uludağ Üniversitesi Etik Kurul ile iletişime geçebilirsiniz:(0224) 275 51 50

İlginiz için teşekkürler.

Ankete katılım durumunuzu belirterek devam edebilirsiniz.

\* Gerekli

#### Adsız Bölüm

#### 1. Ankete Katılım Durumu \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Katılmayı Onaylıyorum *2. soruya gidin*

Katılmayı Onaylamıyorum

Veganlık

Anketimiz vegan bireylere yönelik bir ankettir.Katılımınız için teşekkürler.

2. Vegan mısınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Evet

Hayır 2. soruya gidin

Kişisel Bilgiler

3. Yaşınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

18-24

25-34

35-44

45-54

55-64

65 ve üstü

4. Cinsiyetiniz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Kadın

Erkek

Diğer

5. Eğitim Durumunuz? \*  
(En son mezun olduğunuz kurumu işaretleyiniz)

*Yalnızca bir şikkı işaretleyin.*

- İlkokul Mezunu  
 Ortaokul Mezunu  
 Lise Mezunu  
 Ön Lisans  
 Lisans  
 Yüksek Lisans  
 Doktora

6. Mesleğiniz? \*

*Yalnızca bir şikkı işaretleyin.*

- Kamu Sektörü  
 Özel Sektör  
 Serbest Çalışan  
 Emekli  
 Öğrenci  
 Çalışmıyor

7. Gelir Seviyeniz? \*

*Yalnızca bir şikkı işaretleyin.*

- 0 - 2500 TL  
 2501 - 4500 TL  
 4501 - 7000 TL  
 7001 TL ve üstü

Motivasyon



8. Ne kadar süredir vegansınız? \*  
(Rakam ile belirtiniz.Örnek: 5 yıl ya da 9 ay)

\_\_\_\_\_

9. Kendinizi aşağıdaki veganlık türlerinden hangisi içerisinde sınıflandırmaktasınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Etik Veganlık  
 Çevreci Veganlık  
 Sağlık (Diyet) Veganlığı  
 Diğer

10. Vegan olmanızın ana nedeninden bağımsız olarak 'çevre' sizin için ne derece önemlidir? \*

(Önem derecesine göre en yüksek oran:5, en düşük oran:1)

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

	1	2	3	4	5	
Önemli Değil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Çok Önemli

11. "İklim değişikliği sorununda hayvancılık endüstrisinin payı vardır" ifadesine ne derece katılıyorsunuz. \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

12. "Sürdürülebilirlik kaygıları(açlık, kıtlık, kuraklık, susuzluk) ile hayvancılık endüstrisi faaliyetleri arasında ilişki vardır" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

13. "Meslek seçimimde ya da paydaşı olacağım işlerde, mutlaka sektör tercihi yaparım. Hayvanlara kötü muamelenin var olduğu sektörlerde çalışmayı veya bu sektörlerle iş yapmayı tercih etmem" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

Satın Alma Tutumu

14. Vegan ürün satın alma kararını verirken önceliğiniz nedir? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Kalite  
 Lezzet  
 Fiyat  
 Paketieme/Görsellik  
 Çevre Dostu Ürün

15. "Vegan ürünlere erişim kolaydır" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

16. Aşağıdaki ürünlerden hangisine ulaşmak daha zordur? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Vegan Yoğurt Alternatifi  
 Vegan Peynir Alternatifi  
 Vegan Süt Alternatifi  
 Et İkame Ürünler  
 Vegan Abur Cubur  
 Vegan Tekstil Ürünleri  
 Vegan Kozmetik Ürünleri  
 Vegan Temizlik Ürünleri  
 Vegan Takviyeler/İlaçlar

17. "Paketli gıda ürünleri alışverişimi çoğunlukla \_\_\_\_\_ yaparım" ifadesini \*  
tamamlamak için sizin için uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Marketlerden  
 İnternet Siteleri Üzerinden

18. "Vegan etiketli / sertifikalı (V-Label) ürünler, satın alma kararımı olumlu yönde etkiler" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

19. "Vegan ürünler pahalıdır" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

20. "ithal vegan ürünleri daha lezzetli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

21. "Yerli vegan ürünleri daha lezzetli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

22. "İthal vegan ürünleri daha kaliteli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

23. "Yerli vegan ürünleri daha kaliteli buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

24. "İthal vegan ürünleri daha pahalı buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

25. "Yerli vegan ürünleri daha pahalı buluyorum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

26. "Vegan ürün üreticilerinin, kendilerinin de vegan olması, ürünleri satın almak konusunda beni teşvik eder" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

27. "Vegan ürün üreticilerinin, ana faaliyet sektörünün hayvancılık endüstrisi olması, ürünlerini satın almak konusunda beni olumsuz etkiler" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

28. "Vegan etiketli / sertifikalı ürünleri güvenilir bulurum" ifadesine ne derece katılıyorsunuz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hiç Katılmıyorum  
 Kısmen Katılmıyorum  
 Emin Değilim  
 Kısmen Katılıyorum  
 Tamamen Katılıyorum

29. "In vitro" (temiz, yapay) şeklinde isimlendirilen, kök hücre, doku hücre teknolojisi kullanılarak laboratuvarlarda üretilen et alternatiflerine karşı tutumunuz ne şekildedir? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hayvanlara karşı kötü muameleyi azaltacağını düşündüğüm için onaylıyorum.  
 Çevreye daha az zararlı ve sürdürülebilir olduğunu düşündüğüm için onaylıyorum.  
 Daha sağlıklı olduğunu düşündüğüm için onaylıyorum.  
 Hiçbir şekilde onaylamıyorum.  
 Bu konuda derinlemesine bilgim yok o nedenle kararsızım.

Etkileşim

30. Kendinizi vegan aktivist olarak tanımlar mısınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Evet

Hayır

31. Veganlığı, çevrenizdeki insanlara ya da başka insanlara anlatır mısınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Evet

Hayır

32. Vegan ürünleri denedikten sonra, memnun kaldığınız ürünleri çevrenizdekilere tavsiye eder misiniz? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Evet

Hayır

33. Vegan ürünleri denedikten sonra, memnun kalmadığınız ürünler hakkında çevrenizdekilere olumsuz tecrübe bilgilendirmesi yapar mısınız? \*

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

Evet

Hayır



34. Veganlıkla ilgili paylaşımlar yaptığınız / diğer veganlar ile etkileşimde bulunduğunuz bir sosyal medya hesabınız var mı? \*
- ( kişisel hesaplarınız üzerinden yaptığınız paylaşımlar da dahildir.)

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Evet
- Hayır

35. Çevrenizde sizin çabanızla / tavsiyenizle vejetaryen/vegan olmuş kimse var mı? \*

Cevabınız 'Evet' ise kaç kişinin sayenizde vejetaryen / vegan olduğunu sadece rakam ile belirtiniz.

*Yalnızca bir şıkkı işaretleyin.*

- Hayır
- Diğer: \_\_\_\_\_