

**BURSA BÖLGESİ'NDEKİ TÜKETİCİLERİN
SU ÜRÜNLERİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ
ARAŞTIRILMASI**



T.C.
BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BURSA BÖLGESİ'NDEKİ TÜKETİCİLERİN SU ÜRÜNLERİ TÜKETİM
ALİŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI**

Dilek BORA BALABAN
0000-0002-9147-7861

Prof. Dr. Şule TURHAN
(Danışman)

YÜKSEK LİSANS
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

BURSA – 2023
Her Hakkı Saklıdır

TEZ ONAYI

Dilek BORA BALABAN tarafından hazırlanan “BURSA BÖLGESİNDEKİ TÜKETİCİLERİN SU ÜRÜNLERİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile Bursa Uludağ Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Prof.. Dr. Şule TURHAN

- Başkan** : Aaaaa. Dr. Aaaaaaaa AAAAAAAA İmza
000-000-000-000
Bursa Uludağ Üniversitesi,
Aaaaaaaaaa Fakültesi,
Aaaaaaaa Aaaaaaaaaa Anabilim Dalı
- Üye** : Aaaaa. Dr. Aaaaaaaa AAAAAAAA İmza
000-000-000-000
Aaaaaaaaaa Üniversitesi,
Aaaaaaaaaa Fakültesi,
Aaaaaaaa Aaaaaaaaaa Anabilim Dalı
- Üye** : Aaaaa. Dr. Aaaaaaaa AAAAAAAA İmza
000-000-000-000
Aaaaaaaaaa Üniversitesi,
Aaaaaaaaaa Fakültesi,
Aaaaaaaa Aaaaaaaaaa Anabilim Dalı
- Üye** : Aaaaa. Dr. Aaaaaaaa AAAAAAAA İmza
000-000-000-000
Aaaaaaaaaa Üniversitesi,
Aaaaaaaaaa Fakültesi,
Aaaaaaaa Aaaaaaaaaa Anabilim Dalı
- Üye** : Aaaaa. Dr. Aaaaaaaa AAAAAAAA İmza
000-000-000-000
Aaaaaaaaaa Üniversitesi,
Aaaaaaaaaa Fakültesi,
Aaaaaaaa Aaaaaaaaaa Anabilim Dalı

Yukarıdaki sonucu onaylarım

Prof. Dr. Hüseyin Aksel EREN
Enstitü Müdürü

.././.....

B.U.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- tez içindeki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda ilgili eserlere bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu,
- atıfta bulunduğum eserlerin tümünü kaynak olarak gösterdiğimi,
- kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı,
- ve bu tezin herhangi bir bölümünü bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı

beyan ederim.

.../.../.....

Dilek BORA BALABAN

TEZ YAYINLANMA FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezin/raporun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kâğıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma izni Bursa Uludağ Üniversitesi'ne aittir. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet hakları ile tezin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları tarafımıza ait olacaktır. Tezde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığını ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederiz.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan “**Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge**” kapsamında, yönerge tarafından belirtilen kısıtlamalar olmadığı takdirde tezin YÖK Ulusal Tez Merkezi / B.U.Ü. Kütüphanesi Açık Erişim Sistemi ve üye olunan diğer veri tabanlarının (Proquest veri tabanı gibi) erişimine açılması uygundur.

ÖZET

Yüksek Lisans

BURSA BÖLGESİ'NDEKİ TÜKETİCİLERİN SU ÜRÜNLERİ TÜKETİM ALIŞKANLIKLARININ ARAŞTIRILMASI

Dilek BORA BALABAN

Bursa Uludağ Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Şule TURHAN

Türkiye’de 2020 yılında kişi başına su ürünleri tüketimi 6,8 kg iken bu rakam dünyada 20,5 kg’dır. Su ürünleri tüketimi ülkemizde bölgeler arası farklılık göstermekte olup, deniz ve göl kıyılarında yaşayan bireylerin, kişi başı tüketim miktarı 25 kg/yıl iken, karasal alanlarda yaşayan bireylerin su ürünleri tüketim miktarı 1 kg/yıl’a kadar azaldığı yapılan çalışmalarda kanıtlanmıştır.

Bu çalışmada, Bursa İli’ndeki tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırma kapsamında 360 kişi ile anket çalışması yapılmıştır. Yapılan araştırmaya sonuçlarında tüketicilerin %58’inin balığı semt ve mahalle pazarından almayı tercih ettiği belirtilmiştir. Ayrıca tüketicilerin % 27,5’i balığın tazeliğini anlamak için solungaçlarının kırmızı olmasına, %23,6’sı ise gözlerinin parlak olmasına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Bursa İli’nde yaşayan tüketicilerin %73,6’sının satın aldığı balığı derin dondurucu veya buzdolabında bekletmeden hemen tükettiği de yapılan ankette belirlenmiştir. Bursa İli’nde, en fazla tercih edilen balığın,%62,22 oranıyla deniz balığı olduğu, balık türünün ise %39,4 ile hamsi olduğu sonucuna varılmıştır. Hamsiden sonra ise en çok tüketilen balık %18,05 ile levrek olmuştur. Bursa İli’nde ankete katılan tüketicilerin %43,8’i balık tüketiminde genellikle geleneksel pişirme yöntemlerinden olan kızartma yöntemini tercih ederken, %13,05’i balık konservesi şeklinde tüketim yapmaktadır. Ayrıca ankete katılanların % 63,05’i balığı evde yemeği tercih ettiğini belirtmiştir. Bursa İli’nde balık tüketim miktarının artırılması için, pişirme tekniklerinin geliştirilmesi ve erken çocukluk döneminden itibaren balık tüketim alışkanlığının kazandırılması sağlanmalıdır. Tüketicilerin her mevsim uygun fiyatlı balık tüketmeleri için de uygun üretim planlarının yapılması gereklidir.

Anahtar Kelimeler: Su ürünleri ,tüketim,balıkçılık,
2023, vii + 55 sayfa.

ABSTRACT

MSc Thesis

RESEARCH OF SEAFOOD CONSUMPTION HABITS OF CONSUMERS IN BURSA REGION

Dilek BORA BALABAN

Bursa Uludağ University
Graduate School of Natural and Applied Sciences
Department of Agriculture Economics

Supervisor: Prof. Dr. Şule TURHAN

While the per capita consumption of fishery products in Turkey is 6.8 kg in 2020, this figure is 20,5 kg in the world. Consumption of fishery products varies between regions in our country, and it has been proven in studies that while the per capita consumption amount of individuals living on sea and lake shores is 25 kg/year, the amount of fisheries consumption of individuals living in terrestrial areas decreases up to 1 kg/year.

In this study, it is aimed to determine the fisheries consumption habits of the consumers in Bursa Province. Within the scope of the research, a survey was conducted with 360 people. As a result, 58% of the consumers stated that they prefer to buy the fish from the district and neighborhood markets. In addition, 27,5% of the consumers stated that they understand the freshness of the fish because the gills are red, and 23,6% of them are the bright eyes. It was also determined in the survey conducted that 73,6% of the consumers living in Bursa province consume the fish they buy immediately without keeping them in the deep freezer or refrigerator. It was concluded that the most preferred fish in Bursa was sea fish with a rate of 62,22%, and anchovy with a rate of 39,4%. After anchovy, the most consumed fish was sea bass with 18,05%. In Bursa Province, 43,8% of the consumers who participated in the survey prefer the frying method, which is one of the traditional cooking methods, while 13,05% consume fish in the form of canned fish. A high rate of 63,05% of the respondents stated that they prefer to eat fish at home. In order to increase the amount of fish consumption in Bursa Province, while the development of cooking techniques and the habit of eating fish from early childhood should be ensured, consumers should also be provided with affordable fish consumption in all seasons.

Key words: Aquaculture, consumption, fishing,
2023, vii + 55 pages.

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans sürecinde önerileriyle beni aydınlatan, bilgi ve tecrübeleriyle yönlendiren, yardımlarını benden esirgemeyen sevgili danışman hocam sayın Prof. Dr. Şule TURHAN'a teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her döneminde ve verdiğim her kararda olduğu gibi bu çalışmamda da sürekli yanımda olduklarını hissettiren, doğayı, tarımı ve su ürünlerini bana sevdiren annem Emine BORA ve babam Fevzi BORA'ya teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisansa başlamam konusunda beni cesaretlendiren, su ürünleri sektörünün gelişmesi için maddi ve manevi her zaman yanımda olan Erbaylar Balıkçılık sahibi Hamza ERBAY'a ve bu süreçte desteğini benden esirgemeyen tüm ERBAYLAR BALIKÇILIK çalışanlarına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca, sevgili eşim Cemil BALABAN ve oğlum Yiğit Araf BALABAN'a bu süreci benimle yürütüp, her çalışmama destek verdikleri için teşekkürlerimi sunarım.

Dilek BORA BALABAN

.../.../.....

İÇİNDEKİLER

| | Sayfa |
|--|--------------|
| ÖZET..... | vi |
| ABSTRACT..... | vii |
| TEŞEKKÜR..... | viii |
| SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ..... | x |
| ŞEKİLLER DİZİNİ..... | xi |
| ÇİZELGELER DİZİNİ..... | xii |
| 1. GİRİŞ..... | 1 |
| 2. KURAMSAL TEMELLER ve KAYNAK ARAŞTIRMASI..... | 3 |
| 2.1. Türkiye Su Ürünleri Sektörünün Mevcut Durumu..... | 10 |
| 2.1.1. Üretim..... | 10 |
| 2.1.2. Tüketim..... | 14 |
| 2.1.3. Dış ticaret..... | 16 |
| 2.1.4. Pazarlama..... | 17 |
| 3. MATERYAL ve YÖNTEM..... | 23 |
| 3.1. Materyal..... | 23 |
| 3.2. Yöntem..... | 23 |
| 4. BULGULAR ve TARTIŞMA..... | 27 |
| 5. SONUÇ..... | 53 |
| KAYNAKLAR..... | 56 |
| EKLER..... | 64 |
| EK 1..... | 65 |
| ÖZGEÇMİŞ..... | 71 |

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

| Kısaltmalar | Açıklama |
|--------------------|--|
| AB | Avrupa Birliği |
| FAO | Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü |

| Simgeler | Açıklama |
|-----------------|---|
| d | Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örnekleme hatası |
| f | Frekans |
| q | İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı |
| N | Hedef kitledeki birey sayısı |
| n | Örnekleme alınacak birey sayısı |
| p | İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı |
| t | Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer, yanılığ payı |

ŞEKİLLER DİZİNİ

| | Sayfa |
|--|--------------|
| Şekil 2.1. En çok yetiştiriciliği yapılan balıklar (TUIK, 2021)..... | 10 |
| Şekil 2.2. En çok avlaması yapılan balıklar (TUIK, 2021)..... | 13 |
| Şekil 3. Bursa ilinde yetiştiricilik yoluyla elde edilen su ürünleri pazarlama kanalları (Anonim, 2022)..... | 19 |
| Şekil 4. Bursa ilinde avcılık yoluyla elde edilen su ürünleri pazarlama Kanalları(Anonim, 2022)..... | 21 |
| Şekil 5. Ki-Kare formülü (Mirer, T.W. 1995)..... | 25 |

ÇİZELGELER DİZİNİ

| | | Sayfa |
|---------------|--|--------------|
| Çizelge 2.1. | Bursa Bölgesi'nde yetiştiriciliği yapılan su ürünleri ve kapasiteleri | 11 |
| Çizelge 2.2. | Bursa Bölgesi'ndeki avlak sahaları ve avlanabilen su ürünleri türleri..... | 14 |
| Çizelge 2.3 | Kişi başı yıllık su ürünleri tüketim miktarı..... | 15 |
| Çizelge 2.4 | Bursa'daki su ürünleri yetiştiriciliği pazar bölümlendirmesi..... | 18 |
| Çizelge 2.5 | Bursa İli su ürünleri işleme ve değerlendirme tesisleri..... | 22 |
| Çizelge 4.1 | Ankete katılan tüketicilerin demografik özellikleri..... | 28 |
| Çizelge 4.2. | Su ürünleri tüketimi ile ilgili görüşler..... | 30 |
| Çizelge 4.3 | Tüketicilerin en çok tercih ettiği et çeşidi..... | 32 |
| Çizelge 4.4. | Tüketicilerin balık tercih etme nedeni | 33 |
| Çizelge 4.5. | Tüketicilerin balık tüketme sıklığı..... | 34 |
| Çizelge 4.6. | Aylık balık tüketim miktarının dağılımı..... | 36 |
| Çizelge 4.7. | Tüketicilerin balık satın alma yeri..... | 36 |
| Çizelge 4.8. | Tüketicilerin balığı satın alırken dikkat ettiği kriterler..... | 37 |
| Çizelge 4.9. | Balık satın alırken dikkat edilen tazelik kriterleri | 38 |
| Çizelge 4.10. | Tüketicilerin satın aldığı balığı muhafaza etme koşulları..... | 39 |
| Çizelge 4.11. | Tüketicilerin en fazla tercih ettiği balık türünü..... | 40 |
| Çizelge 4.12. | En çok tüketilen balık cinsi..... | 42 |
| Çizelge 4.13. | Tüketicilerin balığı satın alma şekli | 43 |
| Çizelge 4.14. | Tüketicilerin balık satın alırken dikkat ettiği satış yeri özelliği..... | 44 |
| Çizelge 4.15. | Tüketicilerin balığı tüketme şekli..... | 45 |
| Çizelge 4.16. | Tüketicilerin balık tüketimini tercih ettiği yer | 45 |
| Çizelge 4.17. | Tüketicilerin balık satın almasını olumsuz etkileyen faktörler..... | 46 |
| Çizelge 4.18. | Tüketicilerin balık satın almasında fiyatın önemi..... | 47 |
| Çizelge 4.19. | Tüketicilerin balık avlama düzeyi..... | 48 |
| Çizelge 4.20. | Balık avlamada kullanılan av araçları..... | 48 |
| Çizelge 4.21. | Tüketicilerin aylık ortalama hane geliri ile en çok hangi eti kullandıkları arasındaki ilişki..... | 49 |
| Çizelge 4.22. | Tüketicilerin eğitim durumu ile ne sıklıkla balık tükettikleri arasındaki ilişki..... | 50 |
| Çizelge 4.23. | Cinsiyet ile balığı genelde nereden satın aldıkları arasındaki ilişki..... | 51 |
| Çizelge 4.24. | Gelir durumu ile kendi balık avlama arasındaki ilişki..... | 51 |
| Çizelge 4.25. | Balığı tüketim şekli ile balığı yemeği tercih edeceği mekân arasındaki ilişki durumu..... | 52 |

1. GİRİŞ

Türkiye'nin toplam kıyı şeridi uzunluğu 8.333 km, toplam nehir uzunluğu 177.714 km ve toplam yüzey alanı 25 milyon hektardır (Kalkınma Bakanlığı, 2012). Bu durum, balıkçılık kaynaklarının etkin kullanımı için büyük önem taşımaktadır. Ayrıca, balıkçılık ve su ürünleri sektörü yaklaşık 250 bin kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam sağlamaktadır. Fakat bu orana rağmen sektörün Gayri Safi Milli Hasılaya sağladığı katkı oldukça düşüktür (Kalkınma Bakanlığı, 2018).

Türkiye'nin deniz ve göllerinde 1247 balık türüne rastlanmakta olup, bunların sadece 100'e yakını ekonomik tür sayılmaktadır (Şahin, 2011). Ayrıca zengin iç sularımızın olması su ürünleri üretimi açısından önemlidir. Türkiye de 200'e yakın doğal göl, 300'den fazla baraj gölü, 33 tane büyük akarsu ve 750'den fazla da göl bulunmaktadır (Yüksel ve Diler, 2019). Türkiye'nin su ürünleri tüketimi diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında, kişi başına düşen su ürünleri tüketim miktarının düşük olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'de kişi başına düşen balık tüketim miktarı; denize, göl ve akarsulara kıyısı olmayan yerlerde düşükken, deniz, göl ve akarsuya kıyısı olan bölgelerde oransal olarak yüksektir (Dağtekin ve Ak, 2007).

Dünya nüfusunun artmasıyla birlikte toplumların karşılaştıkları en önemli sorunlardan biri gıdaya ulaşımıdır. Su ürünleri besinsel kalitesinin yüksek olmasının yanında sindirimini de kolay olması açısından her yaş grubu için önemli besin kaynaklarından biridir. Su ürünlerinin tüketiminde farklı alışkanlıklar kazanmak, kişi başına düşen su ürünleri tüketiminin artmasını sağlayacaktır (Arslan ve İzci, 2016).

Türkiye'de kişi başına düşen su ürünleri tüketimi 2018 yılında 6,1 kg iken, 2019'da 6,3 kg'a, 2020 yılında ise 6,8 kg'a yükselmiştir (TEPGE, 2020). Dünya'da kişi başına düşen su ürünleri tüketimi 20,5 kg/yıl olarak gerçekleşmekte olup, bu oran gelişmiş ülkelerde 23,8 kg/yıl iken gelişmekte olan ülkelerde 14,3 kg/yıl'dır (TEPGE, 2020). Tüketim alışkanlıklarının, satın alma gücünün ve satın alma eğilimlerinin belirlenmesi için, tüketicilerin belirli mal ve hizmetleri satın almaya ya da belirli yerlerden satın almaya yönlendiren etkenlerin belirlenmesi gerekmektedir (Korkmaz, 2006).

Tüketici davranışlarını etkileyen faktörler, pazarlama faaliyetleri ve satış artırıcı çalışmalardır. Bir mal veya hizmeti sunabilmek için, tüketiciyi etkileyen tüm faktörleri göz önünde bulundurmak, satın alma aşamasındaki etkenleri iyi yönetmek ve satın alma karar sürecini iyi analiz edebilmek gerekmektedir (Kızılaslan, 2008). Bu açıdan, balık eti tüketimini yaygınlaştırmak için, üretimini artırmaya yönelik desteklerin yanında, balık eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi ve bu amaca uygun yeni stratejilerin uygulanması önem arz etmektedir (Kızılaslan ve Nalinci, 2013).

Su ürünleri içerdiği zengin besin bileşikleri ile oldukça değerli bir gıda ürünüdür (Atar ve Alçıçek, 2009). Haftada en az iki kez uskumru, somon, ringa, kefal, uskumru gibi yağlı bir balık tüketilmesi önerilmektedir. Hamile ve emziren anneler içinse levrek, turna, lüfer gibi predatör balıkların sınırlı yenmesi ve kılıç balığı gibi cıva içeriği fazla olan balıkların da yenmemesi tavsiye edilmektedir (Leblanc, 2006; Hibbeln vd., 2007; Bemrah vd. 2009). 18 yaş altı çocukların gelişimleri başta olmak üzere, insanların beslenmesinde önemli bir yere sahip olan su ürünlerinin, kişi başına düşen tüketim miktarının günlük fizyolojik gereksinimler doğrultusunda yeterli bir düzeye çıkarılması sağlıklı nesiller için son derece önemlidir (Yiğit, Baygar, Alparslan ve Özgür, 2020).

Dünyanın artan besin ihtiyacını karşılamada su ürünleri önemli bir potansiyeldir. Ayrıca su ürünlerinin, protein değeri yüksek, sindirimi kolay, aminoasit ve vitamin yönünden zengin olması, kaliteli besin ihtiyacının bir kısmının su ürünlerinden karşılanması gerekmektedir (Olgunoğlu, Bayhan, Olgunoğlu, Artar ve Ukav, 2014).

Bu araştırmanın ilk bölümünde su ürünleri üretiminin mevcut durumu hakkında bilgiler verilmiş, üretim, tüketim ve dış ticaret verileri değerlendirilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise Bursa İli'nde yapılan tüketici anket çalışmasının sonuçlarına yer verilmiştir.

2. KURAMSAL TEMELLER ve KAYNAK ARAŞTIRMASI

Hatırlı ve diğeri (2004) yapmış oldukları çalışmada, Isparta İli'nde balık tüketimini etkileyen sosyo-ekonomik etkenleri incelemek üzere Logit model yöntemi ile anket çalışması uygulamıştır. Isparta İli'nde ailelerin sosyo-ekonomik durumları dikkate alınarak, 43 mahalleyi temsil eden 18 mahalle belirlenmiştir. Bu mahallelerde yaşayan tüketiciler düşük gelirli, orta gelirli ve yüksek gelirli olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Araştırmada, aylık gelirleri ve bu gelirin içerisinde gıda harcamalarının payı %32,3 olurken, gıda harcamalarında balık satın alımına ayrılan pay %6,2 olarak belirlenmiştir. Ankete katılan ailelerin %55,5'i balık tüketme alışkanlığı olmadığı için balık yemediğini, %38,9'u balığın tadını beğenmediğini, %8,3'ü ise balığın kokusundan rahatsız olduğu için balık tüketmediğini belirtmiştir.

Kaya ve diğeri (2004) son yıllarda insan sağlığına etki ettiği tespit edilen doymuş, doymamış ve özellikle çoklu doymamış yağ asitleri ile ilgili makaleleri derleyerek yaptıkları çalışmalarında, insanoğlunun daha anne karnında iken Omega-3 yağ asitlerine ihtiyaç duyduğu ve hayatının her evresinde bu ihtiyacın artarak devam ettiğini belirtmişlerdir. Sağlıklı beslenmeyi; besinlerin yeterli ve dengeli olarak alınması şeklinde tanımlamışlardır.

Saygı ve diğeri (2006) İzmir İli'nde bulunan 7 ilçede balık tüketimi ve balık yetiştiriciliği yaklaşımının araştırılması için rastgele örneklem metodu ile yaş aralığı 25- 45 olan 1183 bireye anket çalışması yapmıştır. Bu çalışma sonucuna göre, tüketicilerin %70'i beyaz et, %19'u kırmızı et ve %11'i beyaz ve kırmızı eti eşit şekilde yedikleri bildirilmiştir. Ayrıca katılımcıların %72'si ayda en az iki kez balık tükettiklerini de belirtmiştir.

Çolakoğlu ve diğeri (2006) tarafından hem avcılık hem de kültür balıkçılığı yapılan Çanakkale'de tüketicilerin su ürünlerine ilişkin davranışlarının değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada, katılımcılara et tüketim tercihleri sorulmuş; %47,5'inin beyaz et, %30'unun balık, %22,5'inin kırmızı et tükettiği belirlenmiştir. En çok tüketilen balığın ise %64,2'sini sardalya ve istavrit gibi küçük balıklar oluşturmaktadır.

Araştırmada, tüketicilerin %40,1'i balık fiyatlarını pahalı, %45,6'sı balık fiyatlarının normal olduğunu belirtmiştir. Ankete katılanların %65'i balığı ızgarada tükettiklerini, %45,7'si de balığı kızartma yöntemi ile tükettiğini belirtmiştir.

Turan ve diğerleri (2006) yaptıkları çalışmada, pek çok ekonomik ve yenilebilir su ürünlerinin insan sağlığı için vitamin ve mineral kaynağı olduğunu belirtmiş, deniz ve tatlı sulardan avlanan/üretilen balıkların beslenme için önemli bir besin kaynağı olduklarını savunmuşlardır. Protein kaynakları içerisinde sindirilme derecesi yüksek olan balık, diğer yüksek proteinli besinlerle karşılaştırıldığında yağ oranı bakımından düşük olduğu için, sağlığa yararlı olan Omega-3 serisi çoklu doymamış uzun zincirli yağ asitlerinin tek kaynağı olarak kanıtlandığını da çalışmalarında belirtmişlerdir.

Dağtekin ve diğerleri (2007) yapmış oldukları çalışmada, Türkiye'nin su ürünleri üretiminde bölgesel dağılımına bakıldığında, Karadeniz Bölgesinin ilk sırada yer aldığını ve bu bölge içerisinde de su ürünleri üretiminin Doğu Karadeniz Bölümü'nde yoğunlaştığını belirtmişlerdir.

Oğuzhan ve diğerleri (2009) tarafından Erzurum İli'nde bireylerin su ürünleri tüketim alışkanlığı ve su ürünleri ile ilgili bilgi düzeylerini belirlemek için, 17-55 yaş arasındaki lise ve üstü eğitim gören bireylerden oluşan 1500 kişiye 15 soruluk anket çalışması yapılmıştır. Araştırma sonucunda et tüketim tercihi, %53 gibi yüksek bir oranla kırmızı et iken, %37 oranında tavuk eti ve %6 oranında balık eti olduğu tespit edilmiştir.

Orhan ve Yüksel (2010) yapmış oldukları çalışmalarında, Burdur şehrinde yaşayanların su ürünleri tüketim tercihlerini belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmaya katılan 17-78 yaş arası 300 kişiye yapılan 16 soruluk ankette, Burdur nüfusunun %88,3'ünün balık tükettiği ve bu tüketicilerin %91'inin en çok deniz balığı tükettiği tespit edilmiştir. En çok tüketilen deniz balığının hamsi, en çok tüketilen tatlı su balığının ise alabalık olduğu belirlenmiştir.

Şen (2011) yaptığı çalışmasında Mersin gibi denize kıyısı olan il ile Konya gibi denize kıyısı olmayan il merkezlerinde yaşayan kişilerin balık tüketimi ile ilgili tutum ve bilgi düzeylerini ölçmeyi amaçlamıştır. Bu çalışma için Konya ve Mersin illerinde toplam 1.000 kişiye anket çalışması yapılmıştır. Anket sonuçlarına göre Mersin İli'nde bireylerin en çok tercih ettiği etin %47 ile tavuk-hindi eti olduğu tespit edilmiş, dana eti, koyun eti ve kuzu eti ikinci sırada yer almıştır. Konya'da ise en çok tüketilen et, %47,8 ile hindi, %25,6 ile dana ve %22,8 ile balık eti olduğu yapılan çalışmalarda belirlenmiştir.

Aydın ve Karadurmuş (2012) Ordu İli'nde yaptıkları çalışmada tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlıkları ve sosyo-ekonomik durumlarına yönelik araştırma yapmışlardır. Katılımcılar, %72,4 oranıyla erkek, %26,6 oranıyla kadındır. Yaş aralığı 17-63 olup, %55,2'si üniversite, %21,8'i lise mezunudur. Katılımcıların meslek gruplarına bakıldığında en yüksek oran %26,4 ile kamu personelidir. Katılımcıların %8'inin su ürünlerini hiç tüketmediği, %92'sinin su ürünleri tükettiği belirlenmiştir. Yapılan bu çalışmada, Ordu İli'nde kişi başına yıllık ortalama su ürünleri tüketimi 26,3 kg olarak bulunmuştur. Ankete katılan tüketicilerinin %73,2'si taze balık tüketimi tercih ettiğini belirtirken, %79'u su ürünleri tedarik etmek için perakende satış mağazalarını tercih ettiklerini bildirmiştir.

Çadır (2012) tarafından yapılan bir çalışmada, Keban Baraj Gölü'ne kıyısı bulunan 7 köyde bireylerin balık eti tüketim alışkanlıklarına yönelik çalışma yapılmıştır. 139 kişinin katıldığı ankette sonucunda, tüketicilerin %61,1'inin balık eti, %7,1'inin kırmızı et, %2,8'inin tavuk eti tükettiği belirlenmiştir. Katılımcıların %80,6'sı tatlı su balığı, %3,6'sı deniz balığı tercih ettiğini belirtmiştir. Ankete katılanların %96,4'ü balığı taze olarak satın almayı tercih ettiğini belirtirken, %66,2'si balığı kızartma yöntemi ile tükettiğini bildirmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan ailelerin %27,3'ünün ayda 4-6 kg balık tükettiği yapılan çalışmada belirlenmiştir.

Aydın ve Karadurmuş (2013) tarafından yapılan çalışmada su ürünleri tüketimi açısından benzerlik gösterdiği düşünülen Giresun ve Trabzon illerinde, su ürünleri tüketimine yönelik 200 katılımcıya 31 sorudan oluşan anket çalışması yapılmıştır.

Ankete katılan tüketicilerin %41'i deniz ürünlerini tüketirken, %33'ü tavuk etini ve %6'sı da kırmızı eti tükettiği tespit edilmiştir. Yapılan çalışmada, su ürünleri tüketmeyen bireylerin oranı %7,5 iken, su ürünleri satın alma oranı %92,5 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların en çok tükettikleri su ürünleri %17,7 ile hamsi olurken bunu %12,7 ile istavrit takip etmektedir. Araştırma sonucuna göre bu illerde yaşayan ortalama su ürünü tüketimi kişi başına yıllık 29,5 kg olarak belirlenmiştir.

Balık ve diğerleri (2013) çalışmalarında Fatsa ve Aybastı hane halklarının balık tüketimi alışkanlıklarını karşılaştırmışlardır. Her iki bölgede de anket çalışmasına toplam 600 kişi katılım sağlamıştır. Fatsa bölgesinde balık tüketimi %95,8 oranında iken Aybastı bölgesinde ise %90,6'dır. Fatsa bölgesinde haftada bir kereden fazla balık tüketim oranı %17,4 iken Aybastı'da ise %10,4'tür. Fatsa ve Aybastı'da haftada bir veya iki kez balık tüketim oranı %70 olarak belirlenmiştir. Araştırmada en çok tüketilen balık türlerinin sırasıyla; hamsi, istavrit ve mezzit olduğu tespit edilmiştir.

Çiçek ve diğerleri (2014) Haziran-Ağustos aylarında rastlantısal örnekleme yöntemi ile Elâzığ İli'nin farklı semtlerinde 594 bireye soru cevap şeklinde anket uygulaması yaparak su ürünleri algısını ve tüketim tercihlerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Ankete katılan tüketicilerin %95'inin balık eti tükettiği, %5'inin ise balık etini hiç tüketmediği belirlenmiştir. Katılımcıların %86'sının balık eti sevdiği, %14'ünün ise balık eti sevmediği belirlenirken, tüketicilerin %38'nin öncelikli olarak deniz balığı tercih ettiği, %22'sinin ise öncelikli olarak tatlı su balığı tercih ettiği yapılan çalışmada ortaya çıkmıştır. Tüm bu çalışmalar sonucunda Elâzığ İli'nde kişi başına düşen yıllık balık tüketimi 3,3 kg olarak hesaplanmıştır.

Temel (2014) yapmış olduğu çalışmasında, Rize şehrindeki tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlıklarını ve tüketimi etkileyen faktörleri incelemiştir. Çalışmada elde edilen ilk veriler, Rize'de oturan 115 kişiye uygulanan anket formu ile elde edilmiştir. Katılımcıların su ürünleri tüketimi üzerine etki eden etkenlerin tespit edilmesinde faktör analizinden yararlanılmıştır. Katılımcıların gruplara bölünmesi ve grupların profilinin tespit edilmesinde, kümeleme analizinden yararlanılmıştır. Su ürünleri tüketim alışkanlıklarının tespit edilmesi adına AHP analizinden yararlanılmıştır. Çalışmada elde

edilen verilere göre; Rize şehrinde bir kişi bir yılda ortalama 20,1 kg su ürünleri tüketmektedir. Bu da Türkiye ortalamasının hemen hemen üç katıdır. Su ürünleri tercihine sebep olan 35 etken, faktör analizi ile 9 etkene düşürülmüştür. Faktör analizi sayesinde ulaşılan faktör skorları kümeleme analizinde 4 gruba bölünmüştür. İlk gruptaki katılımcılar, su ürünlerini kültürel alışkanlıklar, sağlıklı ve besleyici olması, iyi bir diyet ürünü olması ve reklam nedeniyle tercih etmektedir. İkinci kümedeki tüketiciler ise, su ürünlerinin sağlık açısından yararını önemsemekte, su ürünlerini kendileri elde etmekte ve bu sebeple su ürünlerinin bütçeye uygun olduğunu düşünmekte ve su ürünlerini her yerde tüketmektedirler. Daha sonraki gruptaki tüketiciler su ürünlerinin sağlığa yararlı olması sebebiyle her yerde tüketmeyi tercih etmekte, bütün su ürünlerinin zamanında tüketilmesine özen göstermekte, su ürünlerini bütçeye uygun ve diyet ürünü olarak düşünmektedirler. Su ürünlerinde reklamın etkisini de önemsemektedirler. Son gruptaki katılımcılar, bütün su ürünlerinin mevsiminde tüketilmesine önem vermekte, su ürünlerini bütçeye uygun ve diyet ürünü olarak görmelerinin yanında reklam bu gruptakiler açısından da önemlidir. Çalışmadan elde edilen veriler, tüketicilerin %25,5'inin hamsiyi, %16,4'ünün palamudu, %15,2'sinin barbunu, %15,1'inin alabalığı, %14,2'sinin istavriti ve %13,5'inin mezgiti tükettiğini göstermektedir.

Djordjevic et al. (2015) tarafından Sırbistan'da yapılan çalışmada, okul çağındaki çocukların %52,2'sinin haftada bir, %34,3'ünün ayda bir balık tükettiği sonucuna varılmıştır.

Perez-Ramirez et al. (2015) tarafından Meksika'da yapılan çalışmada ise tüketicilerin %32,5'inin haftada birden fazla, %25,6'sının hafta bir, %24,2'sinin on beş günde bir ve %17,6'sının ayda bir balık tükettikleri tespit edilmiştir. Yaşanılan bölgenin deniz kıyısında olması, su ürünleri tüketimini arttıran en önemli faktörlerden biridir. Elde edilen sonuçlar literatürü desteklemektedir (Myrland et al., 2000; Trondsen et al., 2004; Verbeke ve Vackier, 2005).

Abdikoğlu (2015) tarafından yapılan araştırma, Tekirdağ İli Süleymanpaşa ilçesindeki tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlıklarını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi, önem sırasına konulması ve ortalama su ürünleri tüketim miktarlarının tespit edilmesine yöneliktir. Ayrıca tüketicilerin ortalama aylık geliri, aylık yiyecek-içeceğe ayırdıkları bütçe, balık ve su ürünleri tüketime alışkanlıkları incelenmiştir. Yapılan alışma sonuçlarına göre Süleymanpaşa ilçesinde yaşayan tüketicilerin yıllık balık tüketim miktarı 14,7 kg olarak tespit edilmiştir. Tüketicilerin %72,3u balığı sağlığa faydalı olduğu için tercih ederken, %33,3u ise balık yemede yaşanılan zorluktan dolayı balık tercih etmediklerini belirtmiştir. Tüketicilerin %60,6sı ayda iki kere balık tükettiğini belirtirken, %88,9u balığı taze olarak tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin %59,4u balık fiyatlarını uygun bulurken, %32,2si pahalı olduğunu belirtmişlerdir. Tüketicilerin %37,9u kırmızı et tketerken, %34,8i tavuk eti, %27,2si balık eti tüketmeyi tercih etmektedir. Konjoint analiz sonuçlarına göre su ürünleri tüketiminde katılımcılar tarafından en çok önem verilen etkenler sırasıyla %34,2 ile fiyat, %31,3 ile işleme şekli, %26,9 ile yetişme şekli ve %7,4 ile satın alma yeri olarak tespit edilmiştir.

Odabaşı (2016) tarafından 516 kişinin katılımı ile gerçekleşen Diyarbakır İlinde yapılan çalışmaya göre, tüketicilerin %38,0ının tavuk eti tükettiği, %34nn kırmızı et tükettiği, %28inin ise su ürünlerini tüketmeyi tercih ettiği belirlenmiştir. Ankete katılan tüketicilerin %2,3u su ürünlerini tercih etmezken, %97,7sinin tercih ettiklerini belirtmiştir. Yapılan çalışmada en fazla tercih edilen su ürününün %15,5 ile hamsi olduğu belirlenirken, tüketicilerin %84,5i balığı taze olarak tüketmeyi, %15,5i konserve vb. olarak tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmiştir. Ankete katılan tüketicilerin, %44,3u balığı yağda kızartarak, %24,8i fırında pişirerek yemeyi tercih ettiğini belirtmiştir. Yapılan alışma sonucunda Diyarbakır İl genelinde yapılan çalışmada yıllık su ürünleri tüketimi kişi başı 12,2 kg olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gürel (2017) tarafından Ağrı İl merkezinde ikamet eden katılımcıların su ürünleri tüketim alışkanlıkları anket yoluyla veri toplanarak araştırılmıştır. Araştırmanın istatistiksel analizinde Binary-Logit Modeli tercih edilmiştir. Bu alışma sonucuna göre, tüketicilerin %86sının su ürünleri tükettiği, %14nn su ürünleri hiç tkemediği belirlenmiştir. Su rnleri tüketen katılımcıların %43u hamsi tketerken, %21i da

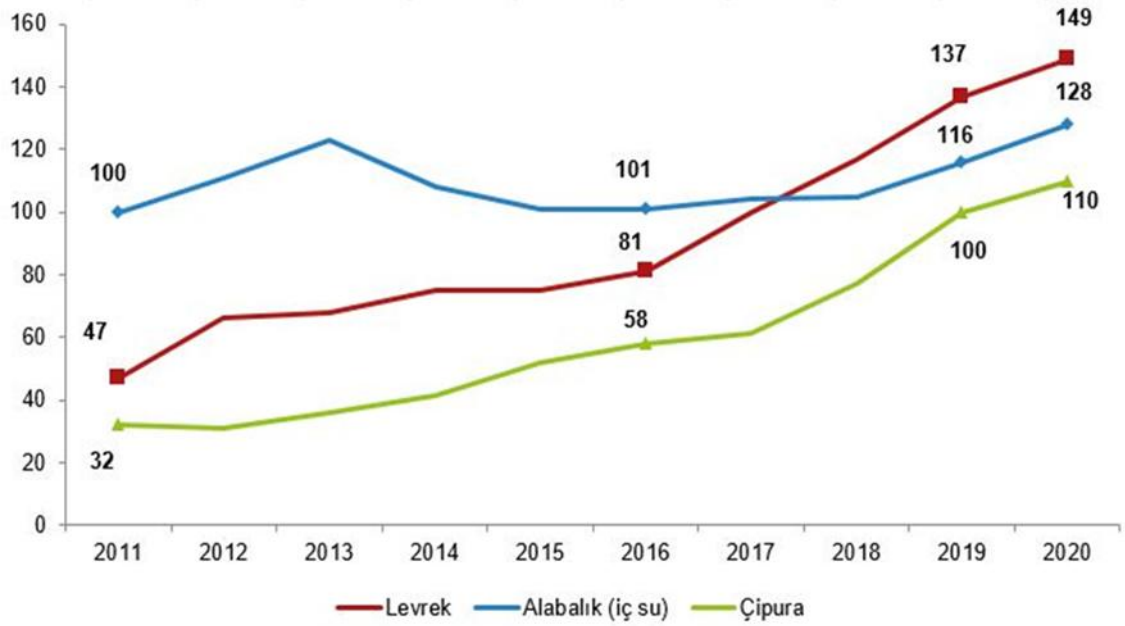
alabalık tükettiğini belirtmiştir. Araştırma sonucu için uygulanan Logit Model yöntemi ile eğitim seviyesi yükseldikçe su ürünleri tüketme oranı 0,33 kat artış göstermektedir. Araştırma sonucunda Ağrı İli'nde su ürünleri tüketim miktarı Türkiye ortalamasının çok altında olduğu görülmüştür.

Akkuş (2018) tarafından Batman şehrinde ikamet eden tüketicilerin su ürünleri ve et tüketim alışkanlıklarına yönelik yapılan çalışmada 350 kişiye anket yapılmıştır. Batman İli'nde en çok tüketilen et %46 ile kırmızı et olurken, bunu %42 ile tavuk eti ve %10 ile balık etinin takip ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan tüketicilerin %2'si ise hiçbir çeşit et türü tüketmediklerini belirtmiştir. Tüketicilerin balık satın alırken %64'ünün tazeliğine, %22'sinin lezzetine, %7'sinin fiyatına, %6'sının kılçıklı olup olmamasına, %1'inin ise çiftlik ya da doğal olup olmamasına dikkat ettikleri görülmüştür. Batman'da yıllık balık eti tüketimi 4,8 kg olmasına rağmen dünya ortalamasının oldukça altındadır. Bu durumun bölgenin denize kıyısı olmamasının yanı sıra yemek alışkanlıklarından da kaynaklandığı sonucuna varılmıştır.

2.1. Türkiye’de Su Ürünleri Sektörünün Mevcut Durumu

2.1.1 Üretim

Türkiye’de su ürünleri yetiştiriciliğine dair 1985 yılından önce istatistiki bilgiler bulunmamakla birlikte yetiştiricilik faaliyetlerinin 1960’lı yılların sonuna doğru alabalık ve aynalı sazan ile başladığı, 1980’li yıllardan itibaren de çipura ve levrek yetiştiriciliği faaliyetleri ile devam ettiği bilinmektedir (Şekil 2.1). Türkiye’de tatlı su balıkçılığı üretimi 2010 yılından 2016 yılına kadar azalma gösterirken, deniz balığı yetiştiriciliği sürekli olarak artış göstermektedir (TÜİK, 2021).



Şekil 2.1. TÜİK 2021 verilerine göre en çok yetiştiriciliği yapılan balıklar 2011-2020 (Bin Ton/Yıl)

Yetiştiricilik ile yapılan üretimin 2020 yılında yaklaşık 294 bin tonu denizlerde gerçekleşirken, 129 bin tonu iç sularda gerçekleşmiştir. İç sularda en fazla kültürü yapılan balık yaklaşık 128 ton ile alabalık iken, denizlerde ise yaklaşık 148 bin ton ile levrek olmuştur.

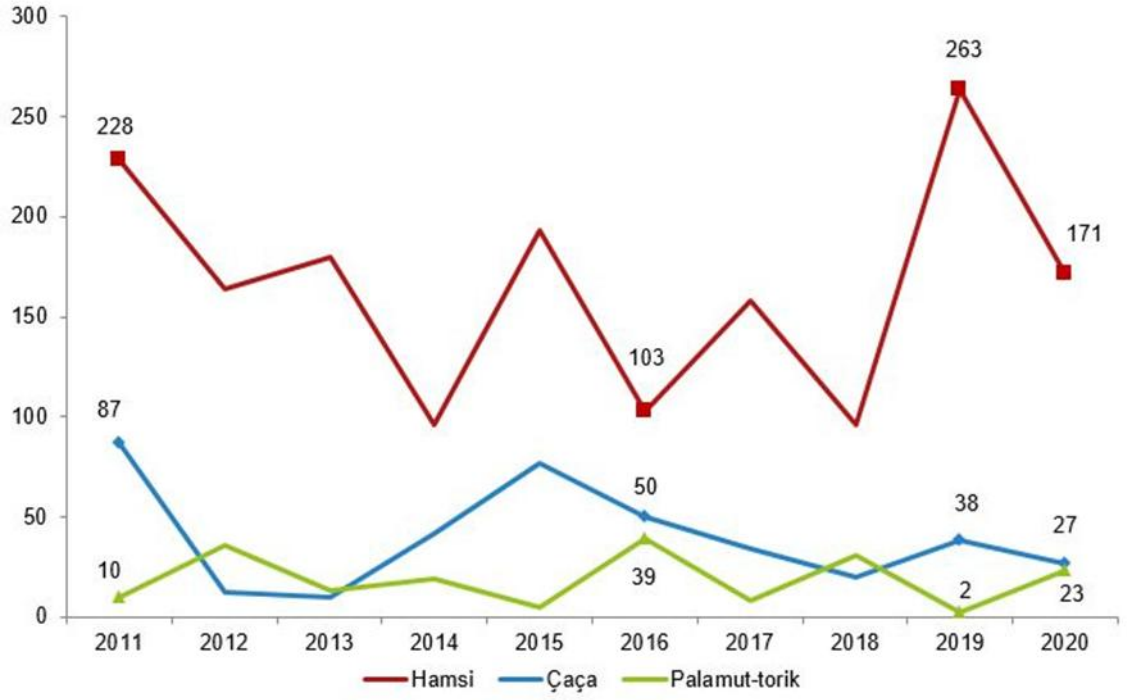
Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Su Ürünleri ve Balıkçılık Şube Müdürlüğü'nden alınan veriler ile Kasım 2022 tarihine kadar faaliyette olduğunu beyan eden su ürünleri üretim firmaları Çizelge 2.1'de yer gösterilmektedir. Çizelge 2.1'de yer alan bilgiler, Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Su Ürünleri ve Balıkçılık Şube Müdürlüğü ile yapılan bireysel görüşmeler sonucu elde edilmiştir.

Çizelge 2.1. Bursa Bölgesi'nde yetiştiriciliği yapılan su ürünleri ve kapasiteleri (2022)

| Tesisin Adı | Adres | Üretim Konusu | Üretim Kapasitesi (Ton/Yıl) | Tesis Tipi |
|-------------------------------------|--|----------------------|------------------------------------|-------------------|
| Erbaylar | Babasultan Baraj Gölü | Alabalık | 100 ton/yıl | Ağ Kafes |
| Babasultan Alabalık | Kestel | | | |
| Ramazan ORHAN | Baraklı Mahallesi Kıran Mevkii, Keles | Alabalık | 7,5 ton/yıl | Havuz |
| Mustafa ÖZTÜRK | Karaislah Mahallesi, Osmangazi | Alabalık | 5,5 ton/yıl | Havuz |
| Taypen Ltd.Şti | Dağ dibi Mahallesi Bük Mevkii, Keles | Alabalık | 15 ton /yıl | Havuz |
| Ercan BAYRAKTAR | Sünlük Mahallesi Derealan Mevkii, M. Kemalpaşa | Alabalık | 25 ton /yıl | Havuz |
| Mustafa SOYER | Gözede Mahallesi, Kestel | Alabalık | 10 ton /yıl | Havuz |
| Aral Su Ürünleri Ltd.Şti. | Hamamlıkızık Mahallesi, Yıldırım | Alabalık | 29 ton/yıl | Havuz |
| Serhat Alabalık Ltd.Şti. | Dereköy Mahallesi Çınarlık Mevkii, İznik | Alabalık | 56 ton/yıl | Havuz |
| Atalay Maden Alabalık Üretim Tesisi | Maden Mahallesi Dağ Mevkii, İnegöl | Alabalık | 16 ton/yıl | Havuz |
| Kaya Alabalık Üretim Tesisi | Doburca Mahallesi Akpınanar Mevkii, Osmangazi | Alabalık | 3 ton/yıl | Havuz |

| | | | | |
|--|---|---|--------------------------------|---------------------|
| Serhat Alabalık Ltd.Şti.(2) | Dereköy Mahallesi Çınarlık Mevkii, İznik | Alabalık | 75 ton/yıl | Havuz |
| Hayri TEZCAN | İsmetpaşa Mahallesi Derebaşı Mevkii, Karacabey | Sazan | 10 ton/yıl | Eski dere yatağı |
| Erbaylar Demirtaş Yayın | Demirtaş Barajı, Osmangazi | Yayın | 29ton/yıl 50.000 adet yavru | Ağ Kafes |
| Ersay Tellina Üretim Tesisleri/Ersay SONGÜR | Eğerce Mahallesi Marmara Denizi Açıkları, Mudanya | Tellina/Kum Şırlanı (Donax trunculus) | 150 ton/yıl | Deniz Yüzeyi |
| Akivimar Tellina Üretim Tesisleri | Eğerce Mahallesi Marmara Denizi Açıkları, Mudanya | Tellina/ Kum Şırlanı (Donax trunculus) | 150 ton/yıl | Deniz Yüzeyi |

Şekil 2.2 incelendiğinde avlanan deniz balıkları yaklaşık 263 ton olarak gerçekleşmiştir. Avlanan deniz balıklarının türlerine göre dağılımına bakıldığında ise, hamsi 171 ton ile en fazla miktarda avlanan balık olmuştur. Ardından yaklaşık 27 bin ile çaç ve 23 bin ton ile palamut- torik gelmektedir (TÜİK, 2021).



Şekil 2.2. Türkiye’de en çok avlaması yapılan balıklar (Bin Ton/Yıl, TÜİK 2021)

Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Su Ürünleri ve Balıkçılık Şube Müdürlüğü’nden Kasım 2022 tarihli verileri ile Bursa Bölgesi’ndeki avlak sahaları Çizelge 2.2’de yer almaktadır. Çizelge 2.2’de yer alan bilgiler, Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Su Ürünleri ve Balıkçılık Şube Müdürlüğü ile yapılan bireysel görüşmeler sonucu elde edilen verilerdir.

Çizelge 2.2. Bursa Bölgesi'nde avlak sahaları ve avlanabilen su ürünleri türleri

| Avcılık faaliyetinde bulunan kişi kurumlar | Avlak Sahası | Avlaması Yapılan Türler |
|---|---------------------|--|
| S.S.İznik İlçesi Merkez Su Ürünleri Koop. | İznik Gölü | Akbalık, Gümüş balığı, Sazan, Kerevit, Gümüşü havuz balığı, İsrail sazanı, Yayın |
| Erbaylar Balıkçılık | Demirtaş Barajı | Sazan , Turna , Yayın, Tatlı su kefali |
| S.S. Gölyazı Su Ürünleri Koop. | Uluabat Barajı | Sazan, Kerevit, Turna, Kızılgöz, Kızıllkanat, Gümüşü havuz balığı, Sazan |
| Erbaylar Balıkçılık | Babasultan Barajı | Gümüşbalığı, Sazan, Gümüşü havuz balığı, Kızıllkanat |
| Kenan Ateş | Cuma Barajı | Sazan, Tatlı su kefali, Kızıl kanat |

2.1.2. Tüketim

Türkiye’de şehirleşme ve sanayileşmenin sonucu olarak, kentsel yerleşimin artması ve buna paralel olarak da gelir düzeyinin yükselmesi, işlenmiş gıda sektörünü de sürekli olarak geliştirmektedir. İç pazar satış olanaklarının artmasına ek olarak yüksek ve modern teknolojilerin kullanılmasıyla da ihracat imkanları büyümüştür. Kentleşmeyle beraber sosyo-ekonomik gelişmelerin sonucu olan, gelir ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi su ürünleri tüketim düzeyini de artırmaktadır. Ancak bu artış bugünkü düzeyi ile henüz istenilen seviyede değildir (Doğan, 1997).

Türkiye de kişi başı yıllık su ürünleri tüketimi 2020 yılında 6,8 kg iken dünya ortalaması olan 20,5 kg’ın çok altındadır (Çizelge 2.3). Bu oran tüketim miktarı, tüketim alışkanlığı, su ürünlerinin üretim miktarı ve fiyatı, tüketici alım gücü gibi faktörlerden etkilenmektedir (TÜİK, 2022).

Çizelge 2.3. Kişi başı yıllık su ürünleri tüketim miktarı (TÜİK,2022)

| Yıllar | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Tüketim (ton) | 655,78 | 519,18 | 572,49 | 546,73 | 514,64 | 563,98 |
| Kişi Başı | 6,2 | 5,5 | 5,5 | 6,1 | 6,3 | 6,8 |
| Tüketim kg | | | | | | |

Türkiye’de su ürünleri işleme sanayinin gelişmesine ve ürünlerin raf ömrünün uzamasına yönelik çalışmalar, tüketicilerin balık ve su ürünlerini her zaman tüketebilme imkanını sağlamıştır. Buna ek olarak, alternatif bir kaynak olan su ürünleri üretimi de tüketicilerin taze balığa ulaşmasına olumlu katkıda bulunmuştur (Dağtekin, 2007).

Su ürünleri üretiminde, taze olan ürünün soğuk zincir koşullarının yetersiz olmasından dolayı, uygun olmayan şekilde taşınması, su ürünlerinin tüketimini ve ticaretini sınırlayan önemli etkenler arasındadır. Su ürünleri işleme sektöründe soğuk zincir aşamalarının da gelişmesi su ürünlerinin tüketimine ve ihracatına olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca su ürünleri üretimi, yetiştiricilik ve avcılık ile elde edilen geliri, tarımsal ürünler içerisindeki pazar payını artırmak ve rekabet edilebilirliği sağlamak için kooperatifleşme yoluna gidilmelidir. Bunun yanında üretim ve avcılık da vergi ve harçlar indirilmeli ve sürekli bir destekleme sistemi kurulmalıdır. Su ürünleri işletmelerinde ve balık hallerinde gıda güvenliği sistemleri kurulması ayrıca çok önemlidir (Mol ve Ulusoy, 2010).

Bursa İli’nde su ürünleri tüketimi yıllık 4,1 kg’dır. Bu oran Türkiye ortalamasının çok altındadır. Bursa İli su ürünleri üretimi açısından zengin su kaynaklarına ve barajlarına sahiptir. Bursa İli su varlığı açısından da zengin bir ildir. Marmara Denizi’ne kıyısı olan Mudanya ve Gemlik ilçeleri, Uluabat gölüne sınırları olan Karacabey, Nilüfer ve Mustafakemalpaşa ilçeleri ile ayrıca Orhangazi ve İznik ilçelerine sınır olan İznik Gölü bulunmaktadır. Doğal sulak alanların yanında su ürünleri üretimi için uygun olan pek çok baraj gölleri de mevcuttur. Doğal su alanlarına yakın olan ilçelerde su ürünleri tüketimi fazla iken, bu ilçelerde avcılık yoluyla da su ürünleri üretimi yapılmaktadır. Bunun yanında söz konusu ilçelerde olta balıkçılığı da yaygındır. Doğal su alanlarına

uzak olan Yenişehir , İnegöl, Kestel, Orhaneli, Büyükorhan, Keles, Harmancık gibi ilçeler de su ürünleri tüketimi daha düşüktür. Bunun başlıca sebebi taze balığa ulaşmakta yaşanan zorluk ve aile tüketim alışkanlıklarının düşük olduğu düşünülmektedir.

2.1.3. Dış Ticaret

Türkiye, su ürünleri dış ticaretinde ihracatçı ülke konumundadır. Son yıllarda su ürünleri yetiştiriciliği, üretimi ve işleme teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak Türkiye'nin su ürünleri ihracatında kayda değer önemli bir artış görülmüştür. 2020 yılındaki ihracat-ithalat verileri incelendiğinde, ihracatın ithalattan miktar olarak 112 bin ton, değer olarak 893 milyon dolar daha fazla olduğu görülmektedir. TÜİK verileri incelendiğinde, Türkiye su ürünleri üretiminde 2020 yılında son beş yıla göre en büyük artışı göstermiş olup, ithalatta ise %11,2 oranında azalış kaydedilmiştir. 2020 yılında gerçekleşen 1 milyar 20 milyon dolarlık su ürünleri ihracatı 96 ülkeye yapılmış olup, bu ülkelerin %75'i Avrupa Birliği ülkeleridir (TEPGE, 2021). Türkiye de su ürünleri işleyen tesislerin tamamına yakını Avrupa Birliği ülkelerine ihracat yapan tesislerdir. Bu işleme tesisleri, Türkiye'nin belli bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Marmara, Ege, İç Anadolu, Karadeniz ve Akdeniz Bölgeleri'nde bulunan su ürünleri işleme tesislerinin, çalışma alanları canlı ve işlenmiş su ürünleridir. İşlenmiş su ürünlerinin ilk sırasında balık unu yer almakta olup diğer işlenmiş su ürünleri ise dondurulmuş, tütülenmiş, tuzlanmış şeklindeki balıklardır. Ayrıca marine ve surimi edilmiş, deniz salyangozu kurbağa bacağı gibi su ürünleri de işlenmiş gıdaların içerisinde yer almaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2021).

Türkiye de bulunan su ürünleri işleme firmaları sadece Avrupa Birliği üyesi ülkeler için değil, Orta Doğu'daki ülkeleri de dikkate alınarak hijyen ve standartlar açısından uygun düzeye çıkartılmalıdır. Bunun yanında su ürünleri ihracatını artırmaya yönelik geniş tedbirler alınmalı, kalite ve marka üzerine de çalışmalar yapılarak, dış pazarlar da daha etkin olmanın çalışmaları yapılmalıdır (Doğan, 2002).

2.1.4.Pazarlama

Günümüz koşullarında önemli olan, bir ürünün üretilmesi veya üretiminin artırılmasından ziyade, bu ürünün gereksinim duyulan yer, zaman ve şekilde tüketiciye ulaştırılmasıdır. Üretici ile tüketici arasındaki mal ve hizmet hareketleriyle ilgili bu tür faaliyetlerin tümünü ifade eden pazarlama, üretim kadar hatta ondan da daha büyük önem taşıyan olaylar zinciridir. Üretimin sürekliliği, geliştirilmesi ve artırılması her şeyden önce pazarlamanın başarısına bağlıdır. Çünkü ürünler tüketilmedikçe veya gerektiği şekilde tüketiciye ulaştırılmadığı sürece ekonomik anlamda mal olma niteliğini kaybedebileceği gibi üretimine de devam edilmeyecektir (Karataş, 1995).

Üretilmiş olan ürünler, son tüketiciye ulaşmaya kadar çeşitli yollar izlemekte, çeşitli araçlar ile karşılaşmakta ve değişik şekillerde işlenmektedirler. Ürünlerin üretimlerinden itibaren işleme, depolama, paketleme, elden ele geçme gibi değişik olaylar ile karşılaştıkları bu yollar ve yerler toplu olarak “pazarlama kanalları” olarak adlandırılmaktadır (Güneş, 1996).

Su ürünlerinde birincil amaç, ürünlerin bozulmadan ve tazeliğini kaybetmeden üreticilerin kullanımına sunmak olduğundan, su ürünleri pazarlamasında dağıtım zincirinin iyi organize edilmiş olması gerekmektedir (Doğan, 2002).

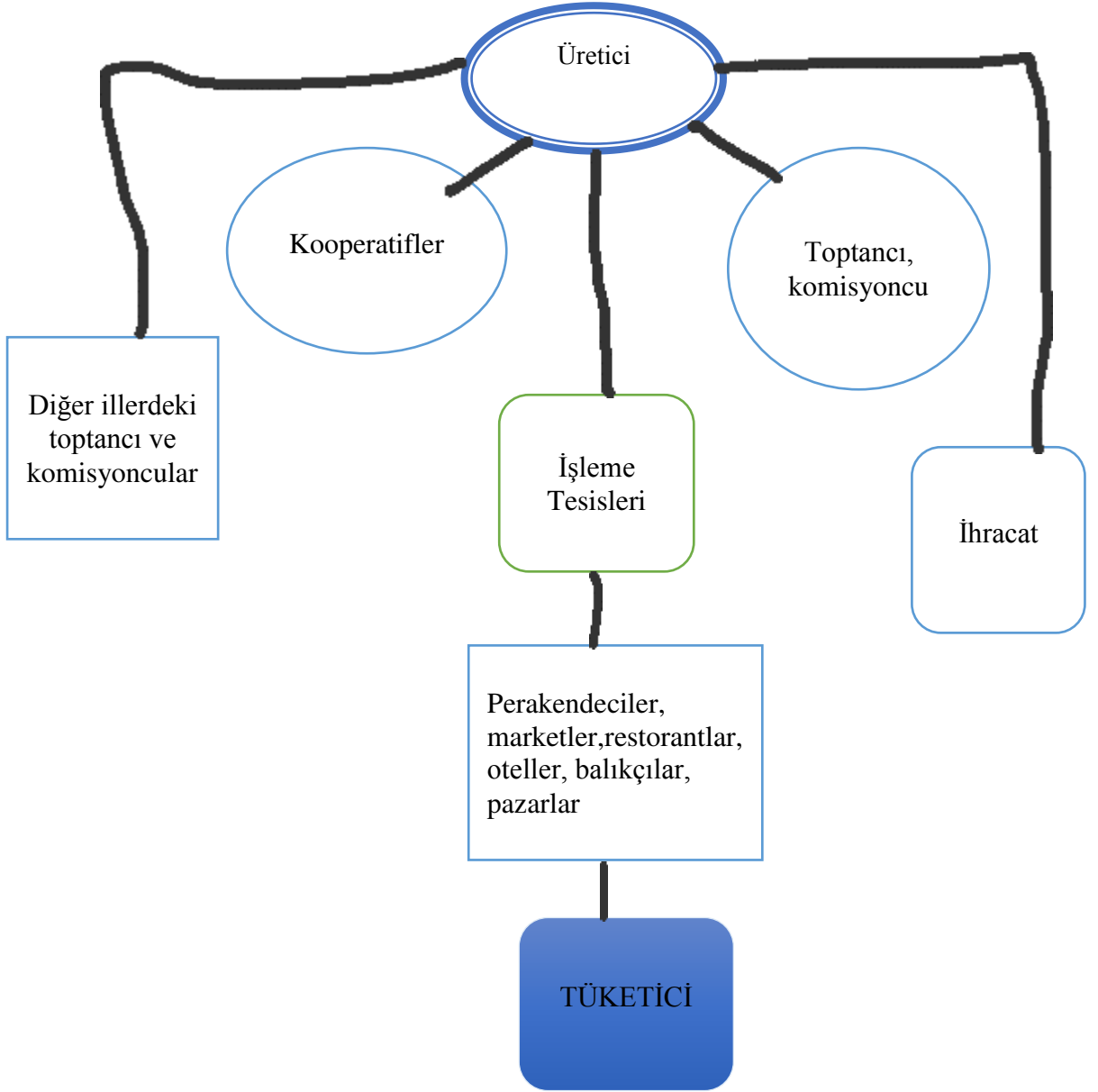
Balık tüketim oranının düşük olmasının nedenleri arasında; beslenme alışkanlığı, üretim miktarı, fiyatı, alım gücü gibi nedenler bulunmaktadır. Özellikle avcılık yoluyla elde edilen üretimdeki dalgalanma ve halkın taze olarak tüketim alışkanlığı, balık fiyatlarını doğrudan etkilemektedir. Avcılık sezonunda fiyatlar düşüş göstermekte, avcılık sezonu bittiğinde ise ani yükselişler olmaktadır. Fiyatların düşmesi balıkçıların kazancını olumsuz etkilerken, yükselmesi de balık tüketimini olumsuz etkilemektedir. Tüketim miktarının artmamasının nedeni, tüketime sunulan miktar, ürün çeşidi ve pişirme sunumlarının azlığıdır. Yıl boyunca yetiştirilen ürünlerin pazara arzı kesintisiz olarak devam etmektedir (Çöteli, 2021).

Bursa İli'nde su ürünleri sektörünün yeni oluşmasından dolayı bilinçli bir pazar bölümlendirilmesi yoktur. Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe pazar bölümlendirmesi 7 farklı yönden değerlendirilebilir. Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü'ne bağlı Su Ürünleri Şube Müdürlüğü ile karşılıklı görüşmeler sonucu Bursa'daki su ürünleri yetiştiriciliği için pazar bölümlendirmesi Çizelge 2.4'te verilmiştir.

Çizelge 2.4. Bursa'daki su ürünleri yetiştiriciliği pazar bölümlendirmesi

| Pazar Bölümlendirmesi | Açıklama |
|--------------------------------|--|
| Edinim şekline göre | Yetiştiricilik, avcılık |
| Su kaynaklarına göre | İç sular (kaynak suları, akarsular, göl veya gölet suları, yer altı suları ve deniz suları) |
| Amacına göre | Ticari amaçlı balıkçılık |
| Üretim şekline göre | Kafes balıkçılığı , havuz balıkçılığı |
| Yetiştirilen balık türüne göre | Alabalık, sazan, yayın, midye, kum şırdanı |
| Ürün işlemesine göre | Dondurulmuş, tuzlanmış, kurutulmuş, konserve, paketleme |
| Satış yerlerine göre | Toptancı haller, balıkçı barınakları, kooperatifler, balıkçı tekneleri, balık çiftlikleri, marketler, pazarlar |

Türkiye'nin her yerinde olduğu gibi, Bursa İli'nde de balık satış fiyatları piyasa koşullarına bağlı olarak değişmektedir. Piyasayı ise arz ve talebin yanında, balık üreticileri ve satış politikaları etkilemektedir. Bursa İli'nde iç su kültür balıkçılığının önemli ürünü olan alabalık, tüm yıl boyunca pazara sunulabilmektedir. Pazarlama kanalları ise genellikle üretim çiftliklerinden; lokantalara, otellere, işleme tesislerine, civardaki perakendecilere ve il dışına toptan satış şeklindedir.

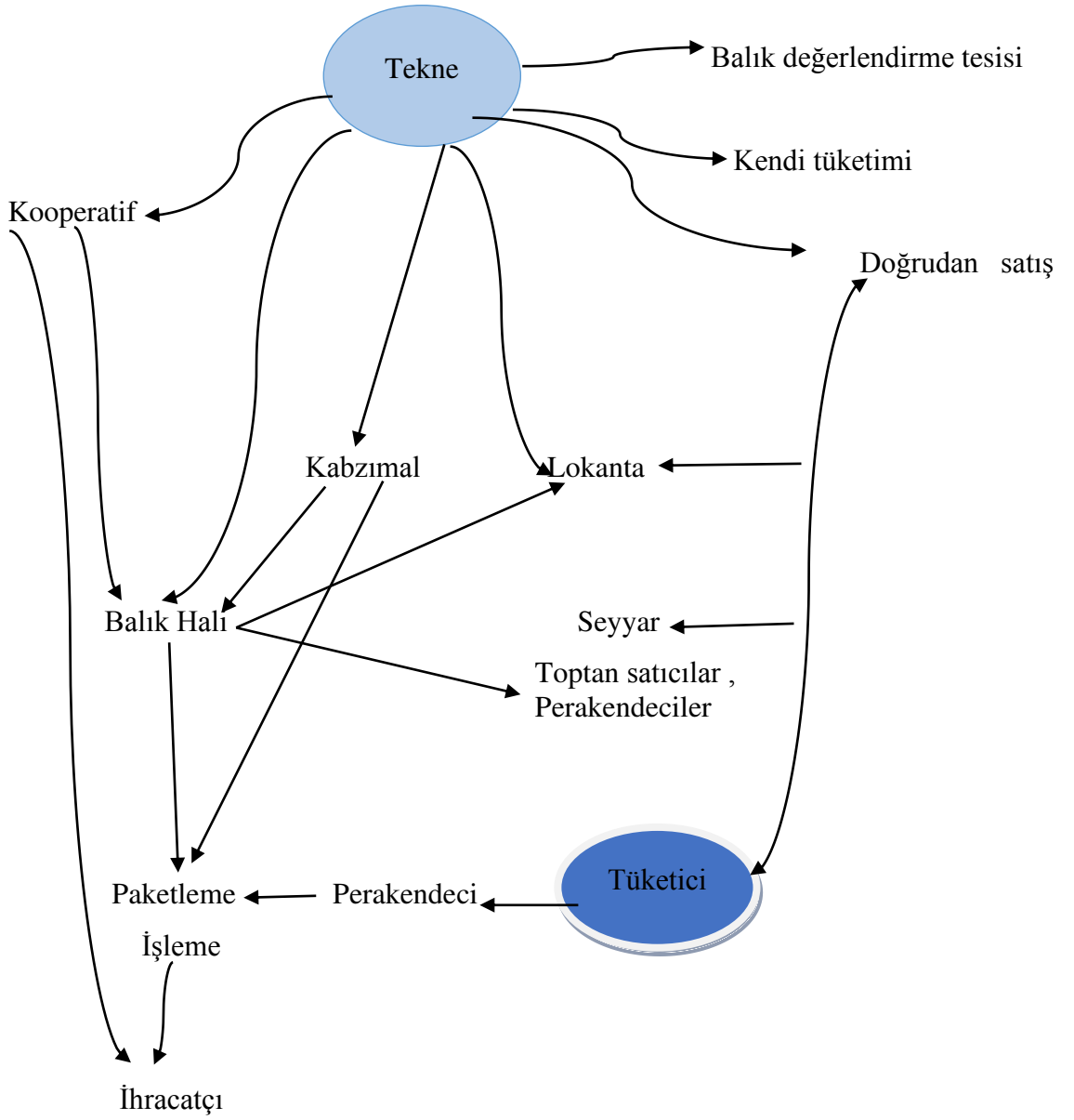


Şekil 3. Bursa İli'nde yetiştiricilik yoluyla elde edilen su ürünleri pazarlama kanalları.

Bursa İli'nde su ürünleri sektöründe pazar bölümlendirmesi bulunmamakla birlikte mevcut 15 adet su ürünleri üretim tesisi içerisinde önemli bir marka da bulunmamaktadır. Su ürünleri yetiştiriciliği yapan üreticiler kapasite bakımından küçük olduğundan pazarlama için ürünlerini uzun mesafelere taşıyabilecek donanımlara da sahip değildir. Yetiştiricilik tesislerinde ısı yalıtımlı balık strafor kutuları ile nakliye işlemi yapılmaktadır. Genellikle yetiştiricilik yoluyla elde edilen su ürünlerinin pazarlanması Şekil 3'te gösterildiği gibi gerçekleşmektedir.

Türkiye’de olduğu gibi Bursa Bölgesi’nde de su ürünleri satışları öncelikle liman ve iskelelerde yapılırken, olta balıkçılığı ile yakalanan su ürünleri deniz veya göl kenarlarında satışa sunulmaktadır. Ardından son tüketiciye ulaşmak için, su ürünleri satışları, özellikle balık satışları, yöresel pazarlardaki tabla ve sergilerde, motorlu motorsuz araçların üzerinde yapılmaktadır (Şekil 4). Su ürünleri satışları kendiliğinden oluşmuş olup, herhangi bir organizasyon yapısına dayanmayan satıcılar aracılığı ile pazarlanmaktadır. Bu kanal ile yapılan satışlar, toplam satışın %25’ini oluşturmaktadır. Diğer %75’lik kısım ise şahıs işletmeleri, şirketler, kabzımallar, komisyoncular ve kooperatifler tarafından yapılmaktadır (Doğan, 1997).

Yetiştirme yoluyla elde edilen su ürünlerinin taze olarak tüketilmesi, satışların belli dönemlerde fazla olmasına, deniz balıklarının avlandığı dönemlerde yükselen arza bağlı olarak fiyatların düşmesine yol açmaktadır. Bunun sonucunda, taze tüketim nedeniyle sadece yöresel pazar kullanılabilen ve üretim artırılmamaktadır. Su ürünleri tüketim miktarını artırmak için işlenmiş ürün çeşitliliğini ve miktarını artırmak gerekmektedir. Ayrıca işlenmiş su ürünleri üretim ve dağıtım kanallarına yönelik yaygınlaştırıcı politikalar geliştirilmelidir (TAGEM, 2019).



Şekil 4. Bursa İli'nde avcılık yoluyla elde edilen su ürünleri pazarlama kanalları.

Kaynak: Bursa İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Balıkçılık ve Su Ürünleri Şube Müdürlüğü ile karşılıklı görüşmeler sonucu Şekil 4. oluşturulmuştur.

Özellikle avcılık yoluyla elde edilen su ürünleri satışında, balık hallerinin denetimi ve su ürünlerinin halde toptan satışı yasal zorunluluktur. Avlama yoluyla yapılan üretimin pazarlamasında en kısa yol, tekneye alınan su ürünlerinin doğrudan ve kooperatiflere satış yapılması şeklindedir. Bir diğer pazarlama yolu ise, kabzımal aracılığıyla balık haline, oradan işleme tesislerine, perakendeci ve toptan satıcılara ve son olarak da tüketiciye ulaşmaktır.

Su ürünleri pazarlaması yapılırken ilk hedef üretilen ürünlerin yapısının bozulmadan ve tazeliğini kaybetmeden son tüketicinin kullanımına sunmaktır. Bunun için pazarlama ve dağıtım zincirlerinin iyi organize edilmesi gerekmektedir. Ayrıca ürünlerin pazarlanmasında iç ve dış pazarın talep ettiği kalite, çeşit ve standartlarda üretimlerin yapılması ve AB standartlarına göre iyileştirme olması gerekmektedir (Doğan, 2003).

Bursa İli'nin İznik, Mudanya gibi ilçelerinde balıkçı barınakları bulunmasının yanında Bursa merkezde su ürünleri toptancı hali bulunmaktadır. Bursa İli'nde yetiştiricilik yapan işletmeler ürünlerinin doğrudan ihracatını yapmamaktadır. Bursa iç piyasasında kültür balıklarının genellikle taze olarak tüketilmesinin yanında AB Ülkelerine işlenerek ihracatı da gerçekleştirilmektedir. Bursa'da AB Ülkelerine ihracat yapan 2 adet, AB dışı ülkelere ihracat yapan 1 adet olmak üzere toplam 4 adet su ürünleri işleme tesisi bulunmaktadır (Çizelge 2.5). İç tüketime yönelik olarak Bursa'da 4 adet işleme tesisi faaliyet göstermektedir.

Çizelge 2.5. Bursa İli su ürünleri işleme ve değerlendirme tesisleri (GTHB,2022)

| İşleme Tesisleri | Adet |
|-------------------------|-------------|
| AB ülkelerine izinli | 2 |
| AB dışı ülkelere izinli | 1 |
| İç tüketim | 1 |
| İşleme gemisi | 0 |
| TOPLAM | 4 |

3.MATERYAL ve YÖNTEM

3.1. Materyal

Bu araştırmanın materyalini Bursa İl sınırları içerisinde su ürünleri tüketen (taze, pişirilmiş, konserve) kişilerle yüz yüze soru cevap yoluyla yapılan anket verileri oluşturmuştur. Araştırmada kullanılan ana materyali, balık lokantalarına gelen tüketiciler, mahalle ve semt pazarından balık satın alan tüketiciler, olta balıkçılığı yapan tüketiciler oluşturmuştur. Ayrıca Tarım ve Orman Bakanlığı Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü'nün kayıtları ile Türkiye İstatistik Kurumu'nun konuyla ilgili istatistik verilerinden faydalanılmıştır. Bunun yanı sıra daha önce konuyla ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalar da incelenmiştir.

3.2. Yöntem

Çalışmanın ana kitlesi Bursa İl sınırlarında yaşayan tüketicilerdir. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Kolay örneklem elemanlarının seçildiği kolayda örnekleme yöntemi, örneklem tasarlaması ve ulaşması zor olan durumlarda kullanılmaktadır (Özen ve Gül, 2007).

Bu çalışmada %5 hata payı ile çalışılmış ve ana hedefi temsil edecek örnek hacim en az 384 tüketici olarak belirlenmiştir. Ancak yapılan değerlendirmelerde 24 anket, cevaplardaki tutarsızlık nedeniyle analize tabi tutulmamıştır. Araştırmada anketler, Ocak-Mart 2022 tarihleri arasında görüşmeyi kabul eden bireylerle yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarından elde edilen verilerden ilk olarak tanımlayıcı istatistik değerleri bulunmuştur (Saygı ve ark. 2006).

Çalışmada ayrıca 5'li Likert ölçeği de kullanılmıştır. Bu tür ölçeklerle hazırlanan sorulara verilen cevaplar tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum, kesinlikle katılmıyorum şeklinde yapılmaktadır. Ölçeklerde kullanılan derecelendirmede, olumlu olan maddeleri “tamamen katılıyorum” ifadesi 5 puan, “katılıyorum” ifadesi 4 puan, “kararsızım” ifadesi 3 puan, “katılmıyorum” ifadesi 2 puan ve “hiç katılmıyorum” ifadesi 1 puan olarak değerlendirilme yapılmaktadır. Likert

tipi ölçek ile hazırlanan sorular da yer alan olumsuz seçenekler için de puanlama, yukarıdaki açıklamanın tersi olacak şekilde yapılmaktadır (Likert, 1967).

Likert soruların, ölçmesinin ve değerlendirmenin kolay olması , farklı seçenekleri sunması, seçeneklerin cevaplanmasında, çalışanlara serbest taşımasının yanında, katılımcılar açısından da anlaşılır olmasındaki görüşler, Likert-tipi soruların daha sık kullanılmasına neden olmuştur (Tavakoli, 2012).

Öncelikle araştırma için hazırlanan anket soruları ile ilgili literatür araştırması yapılmıştır (Crucefix, 1998; McIver, 2004). Ankette, Bursa İli'ndeki tüketicilerin demografik özellikleri, balık tüketimi ve su ürünleri hakkındaki bilgileri, tüketim alışkanlıkları, satın alma davranışları, bunları etkileyen sosyal ve ekonomik nedenlere ilişkin sorular hazırlanmıştır.

Hazırlanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde tüketicilerin cinsiyet, eğitim durumu, gelir durumu gibi özellikleri ile ilgili sorular hazırlanmıştır. İkinci bölümde aylık su ürünleri tüketim miktarı, en çok hangi balığı tükettikleri, balık satın alırken nelere dikkat ettikleri ile ilgili farkındalık düzeyini belirleyecek sorular hazırlanmıştır. Anket, farklı eğitim seviyesi, gelir düzeyi ve yaş gruplarından belirli sayıda tüketiciye uygulanarak, gerekli veriler toplanmıştır. Örneklem büyüklüğü için aşağıda yer alan formülden yararlanılmıştır (Easwaran ve Singh 2006 ; Vural, 2012).

$$n = \frac{N \cdot t^2 \cdot pq}{d^2 (N-1) + t^2 \cdot pq}$$

N: Hedef kitledeki birey sayısı

n: Örneklem alınacak birey sayısı

p: İncelenen olayın gerçekleşme olasılığı

q: İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı

t: Belirli bir anlamlılık düzeyinde, t tablosuna göre bulunan teorik değer, yanılğı payı

d: Olayın görülüş sıklığına göre kabul edilen örneklem hatasıdır.

Anket yoluyla elde edilen bilgilerin analizinde SPSS 22.0 istatistik programı kullanılmıştır. Anketteki tüm sorulara verilen cevapların seçeneklerdeki dağılımlarının incelenmesi için frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmıştır. Her sorunun normallik testi ise Shapiro-Wilks (W istatistiği) testi kullanılarak yapılmıştır. Anket sorularında yer alan faktörlerin bağlantılarının belirlenmesinde de Pearson korelasyon yöntemi kullanılmıştır (Alpar, 2003 ; Bayata ve Hattatoğlu, 2010).

Tek veya birden fazla faktörü bir arada incelemek üzere bilgiler sınıflandırılarak gerekli istatistikî yöntemler test edilmiştir. İlişkilerin incelenmesine yönelik analizler arasında ise korelasyon analizi, regresyon analizi, ayırma analizi, Khi-kare testi ve faktör analizi yer almaktadır (Nayak ve Hazra, 2011). Tüketicilerin su ürünleri tüketimi ile cinsiyeti, eğitim durumu, gelir durumunun balık satın alımı arasındaki ilişkiyi bulmak için ki kare (χ^2) analizi yapılmıştır (Mirer, T.W. 1995).

En çok bilinen ve kullanılan ki kare testi ‘Pearson’s chi-square test’ yani Pearson’ın Khi-kare testidir. Bununla birlikte örneklem büyüklüğü küçük olduğunda ‘Fisher’s exact test’Fisher’in kesin Khi-kare testi kullanılmaktadır (Greenwood ve Nikulin 1996, Kubat ve Ayaşlıgil 2002, Bulut ve Güngör 2008, Kılıç 2016).

$$U = \frac{\sum_{i=1}^4 (u_i / r_i^2)}{\sum_{i=1}^4 (1 / r_i^2)}$$

Şekil 5. Khi-kare Formülü

Bir örneklemin, teorik bir dağılım ile karşılaştırılma yapıldığında Khi-kare uygunluk testi uygulanmaktadır (Gürsakal, 2009). Karşılaştırması yapılacak olan teorik dağılım, tekdüze bir dağılımdır. Bu nedenle oluşturulan rassal sayıların tekdüze dağılım uygunluğunu araştırmak amacıyla kullanılacak olan testlerden biri Khi-Kare'dir (Banks, vd. 2005).

Karl Pearson tarafından Khi-kare testi geliştirilmiştir. Khi-kare uygunluk testi, n hacimlik bir örneklemin ana kütle iyi temsil edemediğini veya hangi bölünmeye sahip bir ana kütle geldiği unsurlarını incelemektedir. Gözlemlenen frekanslarla teorik frekanslar arasında az çok bir fark ortaya çıkarsa bu durumdaki Khi-kare uygunluk testi bu farkın rassal sebeplere bağlanıp bağlanamayacağını araştırmaktadır (Şenaras, 2015).

Khi-kare testi, gözlenen frekanslar ile beklenen frekanslar arasındaki farkın istatistik olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanır. Khi-kare testinde, niteliksel olarak belirtilen veriler kullanılır. Ayrıca, ölçümle belirtilen sürekli değişkenler de belli bir dereceden az veya çok olarak nitelendirilerek Khi-kare testi uygulanabilir (Güngör, 2008). Bunun yanında, bazı anket sorularında cevap seçeneklerinin fazla olmasından dolayı, Khi-Kare analizi yapılamamıştır. Bunun yerine, Monte Carlo yöntemi kullanılmıştır. Monte Carlo yöntemi, tekrarlı bir yöntemdir ve veri atamada çeşitli istatistiksel sorunları çözmektedir (Zhang, 2003). Monte Carlo yöntemi ile pek çok araştırma yapılmış olup, Kwak ve Ingall (2007) Monte Carlo simülasyonunun proje risklerini ve belirsizliklerini yönetmek için uygulamalarını araştırmıştır. Avlijas (2019) Monte Carlo simülasyonunun proje süresini etkileyen risklerin, analizi için uygulanabilir bir yöntem olarak yaygın bir şekilde kullanılıp kullanılamayacağını araştırmaktadır. Bununla birlikte Tysiak ve Sereseanu (2009) projelerdeki risk yönetimi problemlerine Monte Carlo simülasyonu uygulanmış olup, Williams (2004) ise Monte Carlo simülasyonu ile proje ağlarının modellenmesinde sorunların önemini göstermektedir.

4. BULGULAR ve TARTIŞMA

Araştırmaya katılan tüketicilerden elde edilen bilgiler ışığında Bursa İli'nde su ürünleri tüketim eğilimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 360 adet tüketiciyle karşılıklı görüşmeler yapılarak anket uygulanmıştır. Ankete katılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler Çizelge 4.1'de özetlenmiştir.

Yapılan anket sonuçlarına göre katılımcıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında %39,3'ünü kadınlar, %60,7'sini erkekler oluşturmuştur. Bu çalışmada erkeklerin ağırlıkta olduğu görülmektedir (Çizelge 4.1). Afyonkarahisar İli su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi üzerine Dursun (2019) yapılan çalışmada katılımcıların %41'ini kadınlar, %59'unu erkekler oluşturmaktadır. Buna karşılık (Kuşat ve Şahan, 2021) yapmış oldukları çalışmada, Uşak İl merkezinde su ürünleri tüketim davranışlarını araştırmak için bin birey ile görüşülerek anket çalışması yapmışlardır. Ankete katılanların cinsiyet dağılımı birbirine yakın olup kadınların oranı %55,5 erkeklerin oranı ise %44,5 olduğu belirlenmiştir. Balık tüketiminde demografik verilerin incelendiği bir diğer çalışmada ise Bulut (2018) İstanbul İl'inde yaptığı araştırmanın sonucunda katılımcıların %36,9'unun 30-39 yaş arasında olduğu tespit edilmiştir. Tüketicilerin %9,7'si 18-25 yaş aralığında, %26,9'unun 26-36 yaş aralığında, %31,2'sinin 36-45 yaş aralığında, %24,4'ünün 45-65 yaş aralığında ve %7,8'inin 65 yaş ve üstü olduğu belirlenmiştir.

Şahin (2019)'un organik gıda tüketicilerinin eğitim düzeyine yönelik yapmış olduğu çalışmada tüketicilerin, %57,6'sının üniversite, %15'inin lise mezunu olduğu belirlenmiştir. Bulanıklı ve diğerleri (2021) tarafından yapılan çalışmada, ankete katılan kişilerin eğitim durumu incelendiğinde %67,5'inin lisans mezunu, %21,1'inin yüksek lisans mezunu olduğunu belirlemişlerdir.

Çizelge 4.1. Ankete katılan tüketicilerin demografik özellikleri

| | Frekans | % |
|-----------------------------|----------------|------------|
| | 360 | 100 |
| <u>Cinsiyet</u> | | |
| Kadın | 141 | 39,3 |
| Erkek | 219 | 60,7 |
| <u>Yaş</u> | | |
| | Frekans | % |
| 18-25 | 35 | 9,7 |
| 26-36 | 97 | 26,9 |
| 36-45 | 112 | 31,2 |
| 45-65 | 88 | 24,4 |
| 65 yaş üstü | 28 | 7,8 |
| <u>Eğitim Durumu</u> | | |
| | Frekans | % |
| İlköğretim | 77 | 21,4 |
| Lise | 103 | 28,7 |
| Lisans | 137 | 38,0 |
| Lisans üstü | 43 | 11,9 |
| <u>Gelir (TL)</u> | | |
| | Frekans | % |
| 2500 altı | 30 | 8,3 |
| 3.500- 4.250 | 35 | 9,7 |
| 4.250- 8.000 | 106 | 29,4 |
| 8.000- 10.000 | 77 | 21,4 |
| 10.000 üstü | 112 | 31,1 |

Çizelge 4.1'e göre tüketicilerin, eğitim düzeyi incelendiğinde %11,9'unun lisansüstü, %38'inin lisans, %28,7'sinin lise, %21,4'ünün ise ilköğretim düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Yine Çizelge 4.1'e göre gelir grupları incelendiğinde ise katılımcıların %8,3'ünü 2.500 TL ve altı gelire sahip olanlar, %9,7'si 3.500-4.250 TL gelire sahip olanlar, %29,4'ünü 4.250-8.000 TL arasında gelire sahip olanlar %21,4'ünü 8.000-10.000 TL arasında gelire sahip olanlar ve %31,1'inin ise 10.000 TL üzerinde gelire sahip olanlar oluşturmaktadır.

Likert tipi ölçekler, duygusal (affective) davranışların ölçülmesinde karşılaşılan genel sorunlardan bağımsız değildir. Likert tipi ölçekler kişilerin kendi hakkında bilgi vermesine (self report) dayanır. Bireyin kendisi hakkında bilgi vermesi çeşitli biçimlerde ortaya çıkartılabilir.

Araştırmada bireyin, genel olarak çeşitli özellikleri bakımından kendini gözlemleyerek, kendisi hakkındaki gözlem sonuçlarını bildirmek için likert ölçeğinden faydalanılmıştır (Likert, 1967; TezBaşaran, 2008; Tavakoli, 2012). Çizelge 4.2’de Likert ölçeği kullanılarak tüketicilerin su ürünleri tüketimi ile ilgili görüşleri değerlendirilmiştir.

Çizelge 4.2’nin amacı araştırmaya katılan tüketicilerin su ürünleri tüketimi ile ilgili bilinç düzeyini tespit etmektir. Tüketicilere 5’li Likert- tipi sorular yöneltilmiş ve verilen cevaplara göre değerlendirme yapılmıştır.

Çizelge 4.2. Su ürünleri tüketimi ile ilgili görüşler

| Likert Sorular | Kesinlikle Katılıyor | Katılıyor | Kararsız | Katılmıyor | Kesinlikle Katılmıyor |
|---|-----------------------------|------------------|-----------------|-------------------|------------------------------|
| Yetiştiriciliği yapılan su ürünleri daha sağlıklıdır. | 8,6 | 35,6 | 21,1 | 29,1 | 5,3 |
| Su ürünleri çevreyi, baraj ve gölleri kirletmektedir. | 10,7 | 21,1 | 26,5 | 30,7 | 10,7 |
| Su kaynaklarımız yeterlidir. | 4,4 | 33,6 | 22,1 | 32,1 | 7,7 |
| Su ürünleri tüketmek yerine Omega-3 içeren takviye edici gıdalar tercih edilebilir. | 3,0 | 8,4 | 18,8 | 53,0 | 16,5 |
| Su ürünleri tüketimi alışkanlıkla ilgilidir. | 13,0 | 55,7 | 15,3 | 11,9 | 3,8 |
| Su ürünleri tüketimi inançlarımız ile ilgilidir. | 3,0 | 23,0 | 18,8 | 28,4 | 26,5 |
| Su ürünleri kızartma yöntemleri yaşam alanlarımız için uygun değildir. | 6,8 | 31,9 | 19,6 | 32,6 | 8,8 |

İlk olarak tüketicilere “Yetiştiriciliği yapılan su ürünleri daha sağlıklıdır.” cümlesine katılıp katılmadığı sorulmuştur. Tüketicilerin %8,6’sı kesinlikle katılıyorum, %35,6’sı katılıyorum, %21,1’i kararsızım, %29,1’i katılmıyorum, %5,3’ü ise kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir.

Tüketicilere ‘‘Su ürünleri yetiştiriciliği çevreyi baraj ve gölleri kirletmektedir.’’ yargısına katılıp katılmadığı sorulduğunda ise tüketicilerin %10,7’si kesinlikle katılıyorum, %21,1’i katılıyorum, %26,5’i kararsızım, %30,7’si katılmıyorum, %10,7’si kesinlikle katılmıyorum şeklinde cevap vermiştir. Ayrıca tüketicilere ‘‘Su kaynaklarımız yeterlidir.’’ yargısına katılıp katılmadığı sorulduğunda tüketicilerin %4,4’ü kesinlikle katılıyorum, %33,6’si katılıyorum, %22,1’i kararsızım, %32,1’i katılmıyorum, %7,7’si kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

Tüketicilerin su ürünleri tüketimine karşı toplumsal davranış tutumlarının incelenmesi için tüketicilere ‘‘Su ürünleri tüketmek yerine Omega-3 içeren takviye edici gıdalar tercih edilebilir.’’ yargısı sorulduğunda, tüketicilerin %3’ü kesinlikle katılıyorum, %8,4’ü katılıyorum, %18,8’i kararsızım, %53’ü katılmıyorum, %16,5’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

Tüketicilere ‘‘Su ürünleri tüketimi alışkanlıkla ilgilidir.’’ yargısı sorulduğunda tüketicilerin %13’ü kesinlikle katılmıyorum, %55,7’si katılıyorum, %15,3’ü kararsızım, %11,9’u katılmıyorum, %3,8’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

Tüketicilere ‘‘Su ürünleri tüketimi inançlarımız ile ilgilidir.’’ yargısı sorulduğunda tüketicilerin %3’ü kesinlikle katılıyorum, %23’ü katılıyorum, %18,8’i kararsızım, %28,4’ü katılmıyorum, %26,5’i kesinlikle katılmıyorum cevabını vermiştir.

Ayrıca, ‘‘Su ürünleri kızartma yöntemleri yaşam alanlarımız için uygun değildir.’’ yargısı sorulduğunda tüketicilerin %6,5’inin kesinlikle katılıyorum, %31,9’unun katılıyorum, %19,6’sının kararsızım, %32,6’sının katılmıyorum, %8,8’inin ise kesinlikle katılmıyorum- şeklinde ifade ettikleri görülmüştür.

Tüketicilere en çok hangi eti tercih ediyorsunuz sorusu sorulmuştur. Çizelge 4.3’te verilen bilgilere göre, tüketicilerin % 6,1’inin balık eti tükettiği, %45’inin kırmızı et, % 28,1’inin tavuk eti, %20’sinin hepsini tükettiği görülmüştür. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin %0,7’sinin hiç et tüketmediği tespit edilmiştir.

Çizelge 4.3. Tüketicilerin en çok tercih ettikleri et çeşidi

| | f | Yüzde |
|---------------------|----------|--------------|
| Balık Eti | 36 | 6,1 |
| Kırmızı Et | 137 | 45,0 |
| Tavuk Eti | 93 | 28,1 |
| Hepsi | 72 | 20,0 |
| Tüketmiyorum | 22 | 0,7 |

Çizelge 4.3'de belirtildiği gibi tüketicilerin %0,7'sinin balık eti tüketmediği tespit edilmiş olup, balık eti tüketmeyenlere sebebi sorulduğunda en fazla oranla %22'sinin balığın kılçıklı olması ve %18,9'unun da temizlemesinin zor olmasından dolayı balık eti tüketmediklerini belirtmişlerdir. Özbay (2019) Elâzığ İli'nde su ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, bireylerin et tüketimindeki tercihlerini sırasıyla; %26,5 beyaz et, %24,8 kırmızı et ve %7,2 balık eti olarak tespit etmiştir.

Güvenin ve Sağlam (2020) tarafından Samsun ve Ordu illerinde yapılan çalışmada, ankete katılan tüketicilere et tüketim tercihlerine yönelik çalışma yapılmıştır. Bunun sonucunda en çok tüketilen et çeşidi %43 oranında kanatlı eti olurken, ikinci sırada %41 oranı ile kırmızı et olmuştur. Balık tüketim oranı ise %15 olarak belirlenmiştir. Çalışmanın diğer kısmı olan Ordu İli'nde ise, tüketicilerin en çok tükettiği et, %45 oranıyla kanatlı, ikinci olarak %36 oranıyla kırmızı et, üçüncü olarak da %18 oranıyla balık eti olduğunu belirtmiştir. Vaizoğullar (2021) tarafından benzer soru ile ilgili yapılan bir diğer çalışmaya göre, Mersin İli'nde kıyı şeridinden kırsala doğru, tüketicilerin %53'ünün kanatlı eti tükettiği, %29'unun kırmızı et, %10'unun balık ve %8'inin ise diğer su ürünleri tükettiği görülmüştür.

Çanakkale İli'nde, en çok tüketilen et çeşidi ve tüketim oranlarının tespitine yönelik yapılan çalışmada beyaz et %47,5'lik oranla ilk sırada olurken, balık eti %29,8'lik oranla ikinci, kırmızı et ise %22'lik oranla üçüncü sırada yer almıştır (Çolakoğlu ve diğerleri, 2006). Tunceli İli'nde su ürünleri tüketimine yönelik yapılan anket

araştırmasında en sevilen et türlerinin sırasıyla %48 balık, %34 kırmızı et ve %18 oranıyla tavuk eti olmasına rağmen, en fazla tüketilen et türünün %40'lık oranda kırmızı et , %38'lik oranda tavuk eti ve %22'lik oranda balık eti olduğu belirlenmiştir (Yüksel ve diğerleri, 2010).

Çizelge 4.4. Tüketicilerin balık tercih etme nedeni

| | f | Yüzde |
|--|----------|--------------|
| Lezzetli ve Besleyici olması | 147 | 48,8 |
| Tazeliği | 25 | 1,9 |
| Ucuz ve Kolay ulaşılabilir Olması | 33 | 5,0 |
| Dengeli ve Sağlıklı Beslenme | 129 | 41,9 |
| Diğer | 26 | 2,3 |

“Tüketicilere balığı tercih etme nedeniniz nedir?” diye sorulduğunda tüketicilerin %48,8'i balığı lezzetli ve besleyici olmasından dolayı tercih ettiklerini belirtirken, %41,9'u da dengeli ve sağlıklı beslenme için balığı tercih ettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.4). Erdoğmuş (2020) yaptığı çalışmada tüketicilere balık tüketme sebepleri sorulmuş ve tüketicilerin %64'ü balığı sağlıklı olması nedeniyle tükettiğini belirtirken, %23'ü ise dengeli beslenme için tükettiklerini bildirmişlerdir. Ayrıca, tüketicilerin %13'ü ise balığın tadını lezzetli bulduğu için tükettiklerini belirtmişlerdir. Keban Baraj Gölü çevresinde yapılan çalışmada ise, katılımcıların %59,7'si balığı lezzetli olması nedeniyle tercih ettiğini belirtmiştir (Çadır, 2012).

Tüketicilerin balık tercih etme nedenlerine yönelik, yüz yüze görüşme tekniği ile yatay kesit verileri kullanılarak yapılan Tokat İli'ndeki çalışmada, katılımcıların balığı tüketme nedeninin %87'sinin sağlıklı olduğunu düşünmeleri, %12'sinin de balık tüketmeye alışık olmalarından kaynaklandığını bildirmişlerdir (Erdal ve Esengün, 2008).

Benzer soru ile ilgili Fırat Üniversitesi'nde farklı bilim alanlarında öğrenim gören öğrencilerin balık tüketim alışkanlıkları ve tercihlerini belirlemek amacıyla, 2017-2018 eğitim-öğretim yılında 950 üniversite öğrencisi üzerinde anket uygulanmıştır. Bu sonuca göre katılımcıların %28'inin balığı tercih etme nedeninin sağlıklı beslenme için önemli olmasından dolayı, %16,1'i ise aileden gelme alışkanlıktan dolayı olduğu belirtmiştir (Öndaş ve Duman, 2020).

Tüketicilere "Ne sıklıkla balık tüketirseniz?" diye sorulduğunda, tüketicilerin %39,7'si haftada bir kere balık tükettiğini belirtmiştir. Ayrıca %14,4'ü hafta iki ya da üç kere balık tüketirken, %18,8'i on beş günde bir balık tükettiğini belirtmiştir (Çizelge 4.5).

Çizelge 4.5. Tüketicilerin balık tüketme sıklığı

| | f | Yüzde |
|----------------------------|----------|--------------|
| Haftada iki üç kere | 52 | 14,4 |
| Haftada bir kere | 143 | 39,7 |
| 15 günde bir kere | 68 | 18,8 |
| Ayda bir kere | 45 | 12,5 |
| Üç ayda bir kez | 20 | 5,5 |
| Yılda bir kere | 19 | 5,2 |
| Almıyorum | 13 | 3,6 |

Su ürünleri tüketim tercihleri üzerine Uşak İli'nde yapılan bir anket çalışmasına göre, ankete katılan bireylerin balık tüketim sıklığı araştırıldığında; tüketicilerin %38,1'i haftada bir, %26,4'ü on beş günde bir, %22,3'ü ayda bir, %3'ü haftada birden fazla ve %1,2'si ise balık tüketmediği sonucu ortaya çıkmıştır (Kuşat ve Şahan, 2021).

Denizli İli'nde su ürünleri tüketim alışkanlıklarına yönelik yapılan çalışmada ise eşit olasılıklı basit rastgele örnekleme yöntemi uygulanarak, tesadüfi olarak seçilen tüketicilerin, %46'sının 4-6 kg/aylık, %44'ünün 1-3 kg/aylık, %10'unun aylık 7 kg ve üzeri balık tükettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Bolat ve Telli, 2019). Mersin İl merkezinde yaşayan tüketicilerin balık eti tüketim tercihlerini belirlemek için

yapılan çalışmada, balık etinin tüketim sıklığı araştırılmıştır. Yapılan alışma sonucu, tüketicilerin %43'lük bir kısmı haftada en az bir kez balık tükettiğini belirtirken, % 42'lik kısmı ise ayda en az bir kez balık tükettiğini belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin %13'lük kısmı yılda birkaç kez balık eti tüketirken, %2'lik kısmı ise yılda bir kez balık tükettiğini bildirmiştir. Hazırlanan anket çalışmasında balık eti tüketmiyorum seçeneği olmasına rağmen tüketmediğini ifade eden tüketici olmamıştır (Şen ve Şahin, 2017).

Tüketicilere “Aylık balık tüketim miktarınız nedir?” diye sorulduğunda, % 41,6'sı aylık 2-4 kg balık tükettiğini belirtirken, %18,3'ü ayda 1 kg altı balık tükettiğini, %20,8'si aylık 4-6 kg balık tükettiğini belirtmiştir. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin %9,7'si aylık 6-8 kg balık tükettiren, %9,4'ü aylık 10 kg ve üstü balık tükettiğini bildirmiştir (Çizelge 4.6).

Çizelge 4.6. Aylık balık tüketim miktarının dağılımı

| | f | Yüzde |
|----------------------|----------|--------------|
| 1 kg altı | 66 | 18,3 |
| 2-4 kg | 150 | 41,6 |
| 4-6 kg | 75 | 20,8 |
| 6-8 kg | 35 | 9,7 |
| 10 kg ve üstü | 34 | 9,4 |

Hatırlı (2004) tarafından Isparta İli'nde balık tüketimine yönelik yapılan çalışmada ise aylık balık tüketiminin 3,7 kg olduğu belirlenmiştir. Kişi başına balık tüketimi ise 1 kg olarak tespit edilmiştir.

Konu ile ilgili yapılan benzer bir çalışma ise, denize kıyısı olmayan Ankara İli ile deniz kenarında bulunan Çanakkale İli arasında balık tüketim miktarı ile ilgili karşılaştırma yapılmıştır. Ankara ve Çanakkale illerinin balık tüketim sıklığı incelendiğinde, Ankara'da ankete katılanların %44'ü haftada bir, % 36'sı ayda bir, % 9'u haftada birden fazla ve % 11'i ise balığı hiç tüketmemeyi tercih ettiğini bildirmişlerdir. Çanakkale'de ise ankete katılanların % 48'i haftada bir, % 34'ü ayda bir, % 13'ü haftada birden fazla ve % 5'i hiç tüketmemeyi tercih etmiştir (Bayraktar ve diğerleri, 2019).

Çizelge 4.7. Tüketicilerin balığı satın alma yeri

| | f | Yüzde |
|---------------------------------|----------|--------------|
| Balık Hali | 34 | 9,4 |
| Semt- Mahalle Pazar Yeri | 212 | 58,8 |
| Balık lokantası | 55 | 15,3 |
| Süpermarket | 34 | 9,4 |
| Kendim avlıyorum | 25 | 6,9 |

Tüketicilere “Balığı genelde nereden satın alırsınız?” diye sorulduğunda, %58,8'lik kısmı semt- mahalle pazar yerinden balık satın aldıklarını belirtmişlerdir. Tüketicilerin %15,3'ü ise balığı genelde balık lokantasından aldığını belirtmiştir (Çizelge 4.7).

Doğan ve Gönülal (2014) tarafından 2012 yılında Çanakkale İli Gökçeada İlçesi merkez ve köylerinde gerçekleştirilen çalışmada, tüketiciler %59,5 oranıyla balığı balık halinden, %15,2 oranıyla seyyar satıcılardan, %13,1 oranıyla bireysel avcılıkla, %12,2 oranıyla ise oltacılarından temin ettiklerini bildirmişlerdir. Ayrıca yine Çanakkale İli merkez ilçelerde yapılan bir araştırmada, tüketicilere balık ve diğer su ürünlerini nereden temin ettikleri sorulduğunda; %26'sının balık halinden, %16'sının balık dükkânlarından, %14'ünün pazar yerlerinden, %10,2'sinin oltacılarından, %9,7'sinin süper marketlerden, %9,4'ünün kendisinin tuttuğu, %7,9'unun yetiştiricilik işletmelerinden, %7'sinin yakınlarından temin ettikleri belirlenmiştir (Tunç, 2022).

Tüketicilere ‘‘Balığı satın alırken nelere dikkat edersiniz?’’ diye sorulduğunda, tüketicilerin %42,5'i solungaçlarına baktığını belirtmiştir. Tüketicilerin %8'i etin yapısına, %9,4'ü kokusuna, %7,7'si rengine, %11,3'ü pullarına dikkat ettiğini belirtmiştir. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin %20,8'i gözlerine baktığını da belirtmiştir. Kısacası, ankete katılan tüketicilerin balık satın alırken ilk önce solungaçlarına ardından gözlerine dikkat ettikleri belirlenmiştir (Çizelge 4.8).

Çizelge 4.8. Tüketicilerin balığı satın alırken dikkat ettiği kriterler

| | f | Yüzde |
|-----------------------|----------|--------------|
| Solungaçlarına | 153 | 42,5 |
| Pullarına | 41 | 11,3 |
| Gözlerine | 75 | 20,8 |
| Rengine | 28 | 7,7 |
| Kokusuna | 34 | 9,4 |
| Etin yapısına | 29 | 8,0 |

Konu ile ilgili yapılan bir diğerk çalışmada ise balık tüketen ailelerin %84 gibi büyük çoğunluğu satın alma sırasında balığın taze olup olmadığını anlayabildiklerini ifade etmişlerdir. Tüketicilerin balığın taze olup-olmadığı anlamak için; solungacına bakarak (%64,5), gözüne bakarak (%44,3), genel görünüş (%30,4), kokusu (%25,3), rengi (%17,7), etinin sertliği (%13,9) ve pullarına (%13,9) baktığını belirtmiştir (Adıgüzel ve diğerkleri, 2009).

Tüketicilere “Balık satın alırken dikkat ettiğiniz tazelik kriterleri nedir?” diye sorulduğunda, %27,5’i solungaçlarına, %23,6’sı gözlerine, %8,3’ü pullarına ve yine %8,3’ü bastırıldığında etin çökme haline göre değerlendirdiklerini belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin %19,4’ü ise balık satın alırken satıcının tavsiyesini dikkate aldıklarını bildirmişlerdir (Çizelge 4.9).

Çizelge 4.9. Balık satın alırken dikkat edilen tazelik kriterleri

| | f | Yüzde |
|--|----------|--------------|
| Gözler | 85 | 23,6 |
| Solungaçlar | 99 | 27,5 |
| Pullar | 30 | 8,3 |
| Bastırıldığında etin çökme hali | 30 | 8,3 |
| Renk | 22 | 6,1 |
| Koku | 24 | 6,6 |
| Satıcının tavsiyeleri | 70 | 19,4 |

Başka bir çalışmada ise tüketiciler balığın tazeliğini anlamak için en fazla genel görünüşe ve göz ile ilgili özelliklere dikkat ettiğini vurgulamıştır (Abdikoğlu ve diğerleri, 2015).

Azabağaoğlu ve diğerleri (2017) yaptıkları çalışmada katılımcıların tazelik belirlemede önce balığın dış görünüşüne dikkat ettikleri sonra göz ve solungaçlarının kontrolünü önemsediklerini belirtmişlerdir. Çanakkale İli'nde yapılan çalışmada ise tüketicilerin balığın tazeliği hakkında verdikleri cevaplara göre, % 23'ü deri parlaklığına, % 27'si göz özelliklerine, % 28'i solungaç kırmızılığına ve % 22'si satıcıya güvene göre tazeliğe karar verdiklerini belirtmişlerdir (Bayraktar ve diğerleri, 2019).

Çizelge 4.10. Tüketicilerin satın aldığı balığı muhafaza etme koşulları

| | f | Yüzde |
|--------------------------|----------|--------------|
| Hemen tüketiyoruz | 265 | 73,6 |
| Buzdolabında | 35 | 9,7 |
| Derin dondurucuda | 31 | 8,6 |
| Diğer | 29 | 8,0 |

Tüketicilere “Satın aldığınız balığı nasıl muhafaza edersiniz?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %73,6'sı hemen tüketiyoruz şeklinde cevap verirken, %9,7'si satın aldıkları balıkları buzdolabında sakladığını belirtmiştir. Ayrıca tüketicilerin %8,6'sı derin dondurucuda muhafaza ettiklerini bildirirken %8'i diğer seçeneğini işaretlemiştir (Çizelge 4.10).

Mersin İli'nde kıyı şeridinden kırsala doğru su ürünleri tüketiminde tüketici davranışlarının yerleşim yeri açısından karşılaştırılması ve tüketimi etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, tüketicilere “Balığı tüketene kadar nerede bekletiyorsunuz?” sorusuna katılımcıların %42,2'si buzdolabında, %38,1'i buzlukta, %13,6'sı derin dondurucuda ve %2,5'i ise açıkta bekletirim cevabını vermiştir (Vaizoğullar, 2021)

Yine, Sivri (2018) tarafından Mersin İl genelinde yapılan bir çalışmada ise tüketicilerin satın alınan balığın tüketilene kadar %52'si buzdolabında, %20,1'i ise buzlukta bekletildiği bildirilmiştir.

Çizelge 4.11. Tüketicilerin en fazla tercih ettiği balık türü

| | f | Yüzde |
|---------------------------|----------|--------------|
| Deniz balıkları | 224 | 62,2 |
| Tatlı su balıkları | 49 | 13,6 |
| Her ikisi de | 87 | 24,1 |

Tüketicilere “En fazla tercih ettiğiniz balık türü hangisidir?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %62,2’si deniz balıkları tükettiğini belirtmiştir. Tüketicilerin %13,6’sı tatlı su balık türlerini tükettiğini, %24,1’i her iki balık türünü de tükettiklerini bildirmiştir (Çizelge 4.11).

Çadır (2013) tarafından yapılan çalışmada ise, Keban Baraj Gölü’ne kıyısı bulunan 7 köyde, balık eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik anket yoluyla çalışma yapılmıştır. Tüketicilerin %80,5’i tatlı su balıkları tüketirken, %3,6’sı da deniz balıklarını tüketmektedir. Ayrıca bu soruya her ikisini de tükettiğini belirten katılımcıların oranı da %15,8 olmuştur. Elâzığ İli’nde yapılan bir diğer çalışmada, tüketicilerin %33’ü tatlı su balığı, %16’sı deniz balığı, %44’ü de her iki grup balığı da tercih ettiğini belirtmiştir

(Şen ve diğerleri, 2008). Adana İli’nde yapılan çalışmaya göre deniz balığı %83,1’lik bir oranla erkekler tarafından en çok tüketilirken, tatlısu balığı ise %20,9’luk oranla kadınlar tarafından daha çok tüketilmektedir. Yaşa göre ise yine deniz balığı tüketimi en çok 45-54 yaş aralığında (%95,6) tüketilirken, tatlısu balığı ise %18,1’lik oranla 25 yaş altı grupta tüketilmektedir.

Eğitim durumuna göre ilkokul-ortaokul mezunu grup %86,2’lik oranla deniz balığını tüketirken, tatlı su balığında ise %25’lik oranla lisansüstü eğitime sahip grup en çok tüketmektedir. %88,9’luk oranla esnaf grup en çok deniz balığını tüketmeyi tercih ederken, %25,9’luk oranla ev hanımları tatlısu balığını en çok tercih eden grup olmuştur (Sangün ve Güney, 2019).

Çizelge 4.12. En çok tüketilen balık cinsi

| | f | Yüzde |
|-----------------|----------|--------------|
| Hamsi | 142 | 39,4 |
| İstavrit | 44 | 12,2 |
| Levrek | 65 | 18,0 |
| Alabalık | 28 | 7,7 |
| Mezgit | 30 | 8,3 |
| Diğer | 51 | 14,1 |

Tüketicilere “En çok tükettiğiniz balık hangisidir?” diye sorulduğunda, tüketicilerin büyük bir kısmı (%39,4) hamsi cevabını vermiştir. Yukarıdaki 4.12’de yer alan çizelgede belirtildiği gibi ankete katılan tüketicilerin hamsiden sonra en çok tükettiği balığın %18 oranı ile levrek olduğu saptanmıştır. Sağlam ve Samsun (2018) tarafından Yozgat İli’nde yapılan çalışmada, tüketimi öncelikli olarak tercih edilen balık türünün hangisi olduğu araştırılmış ve tüketicilerin çoğunlukla (%94) hamsi tükettiği sonucuna varılmıştır. Amasya’da yapılan benzer bir çalışmada, tatlı su balığı tüketen tüketicilerin %54,7’sinin alabalık, %29’unun yayın balığı ve %9,4’ünün sazan balığı tükettiği belirlenmiştir. Ayrıca çok düşük oranlarda da olsa tüketicilerin %3,3’ü tatlı su kefalı, %2’si gümüş balığı ve %1,3’ünün de kayabalığı tercih ettikleri belirlenmiştir (Kızılaslan ve Nalinci, 2013).

Tokat’ta yapılan benzer bir çalışmada ise ailelerin %65’inin yalnızca hamsiyi, %19’unun ise hamsi başta olmak üzere diğer (alabalık, istavrit, çipura, palamut) balıkları da tükettiği bildirilmiştir. Ayrıca %7’sinin yalnızca alabalık, %9’unun ise hamsi ve alabalık dışında diğer (istavrit, palamut, kefal, mezgit) balıkları tükettiği de belirlenmiştir (Erdal ve Esengün, 2008).

Çizelge 4.13. Tüketicilerin balığı satın alma şekli

| | f | Yüzde |
|--------------------|----------|--------------|
| Taze | 225 | 62,5 |
| Konserve | 47 | 13,0 |
| Tuzlanmış | 22 | 6,1 |
| Dondurulmuş | 45 | 12,5 |
| Tütsülenmiş | 0 | 0 |
| Diğer | 21 | 5,8 |

Tüketicilere “Balığı ne şekilde satın alıyorsunuz?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %62,5’i taze olarak satın aldığı belirtilirken, % 13’lük kısmı balığı konserve şeklinde, % 12,5’lik kısmı da balığı dondurulmuş olarak satın aldığı belirtilmiştir. Çizelge 4.13’te belirtildiği gibi tüketicilerin % 6,1’i balığı tuzlanmış şekilde tüketmeyi tercih ettiklerini belirtirken, ankette katılan tüketicilerin % 5,8’i diğer cevabını vermişlerdir. Yozgat İli’nde yapılan bir çalışma da ise, tüketicilerin balık tüketme şekli üzerine araştırma yapıldığında, tüketicilerin %97,7’si balığı taze olarak, %1,3’ü balığı dondurulmuş olarak ve %1’i ise balığı konserve şeklinde tükettiğini ifade etmişlerdir (Sağlam ve Samsun, 2018). Burdur İli’nde yapılan çalışmada tüketicilerin, % 99,2’si balığı taze olarak tükettiğini % 11,3’ü balığı konserve şeklinde tükettiğini, % 9,4’ü balığı dondurulmuş olarak tükettiğini ve % 0,8’si de balığı füme şeklinde tüketmeyi tercih ettiğini bildirmişlerdir (Orhan ve Yüksel, 2010).

Türkiye de balığı taze tüketme şekli %70 civarındadır. Dünya geneline bakıldığında ise insan tüketiminde kullanılan su ürünlerinin tüketim şekli incelendiğinde; taze tüketim %39,8 donmuş ya da muhafazalı %19 tuzlanmış %7,1 konserve ise %8,2’dir (Anonim, 2002).

Çizelge 4.14. Tüketicilerin balık satın alırken dikkat ettiği satış yeri özelliği

| | f | Yüzde |
|-------------------|----------|--------------|
| Konum | 68 | 18,8 |
| Hijyen | 124 | 34,4 |
| Fiyat | 31 | 8,6 |
| Tazelik | 102 | 28,3 |
| Çeşitlilik | 35 | 9,7 |

Tüketicilere “Balık satın alırken, satış yeri ile ilgili öncelikleri nedir?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %28,3’ünün satış yerinde taze ürün olduğuna güvendiği, %34,4’ünün satış yerinin hijyenine güvendiği, %18,8’inin konumundan dolayı tercih ettiğini belirtmiştir. Çizelge 4.14’te de yer aldığı gibi tüketicilerin %9,7’si satış yerinin balık çeşitliliğinin fazla olmasından dolayı, %8,6’sının da satış yerinde balık fiyatının uygun olmasından dolayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Tokat İli Almus İlçesi’nde su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi üzerine yapılan araştırmada tüketicilerin tamamı, balığın taze olmasını çok önemli bulduklarını bildirmişlerdir. Besin değerinin yüksek olması, üretim şekline göre (avcılık veya yetiştiricilik) kolay temin edilmesi önemli noktalar arasındadır. Ayrıca çalışmada tüketicilerin büyük çoğunluğunun (%90,4) balığı taze olarak tükettikleri bildirilmiştir (Adıgüzel ve diğerleri, 2009).

Van İli’nde yapılan benzer bir çalışma da tüketicilerin balık satın alırken dikkat ettikleri en önemli ölçütler, balıkların taze olması (%53,5), balıkların fiyatı (%15,9) ve satış yerinin temiz olması (%14,8) olarak tespit edilmiştir (Terin ve diğerleri, 2016).

Çizelge 4.15. Tüketicilerin balığı tüketme şekli

| | f | Yüzde |
|-----------------|----------|--------------|
| Buğulama | 63 | 17,5 |
| Kızartma | 158 | 43,8 |
| Izgara | 79 | 21,9 |
| Sebzeli | 31 | 8,6 |
| Diğer | 29 | 8,0 |

Tüketicilere “Balığı ne şekilde tüketiyorsunuz?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %43,8’inin balığı kızartma yöntemi ile tükettiği, %21,9’unun ızgara da pişirme yöntemini tercih ettiği tespit edilmiştir (Çizelge 4.15).

Çolakoğlu ve diğerleri (2006) Çanakkale İli’nde yaptıkları anket çalışmasında katılımcıların %65’i balığı taze olarak tükettiği, %45,7’sinin ise balığı kızartma şeklinde tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Daha önce yapılan çalışmaların pek çoğunda balık tüketim tercihi olarak kızartmanın (Aydın ve Karadurmuş, 2013; Baydede, 2018; Çolakoğlu ve ark., 2006; Olgunoğlu ve ark., 2014; Orhan ve Yüksel, 2010; Şen, 2017; Yüksel ve Diler, 2019) kullanıldığı tespit edilmiştir. Bunun yanında, Çiçek ve diğerleri (2014) ile Bayraktar (2019)’ın yapmış oldukları çalışmada balığın tüketim tercihi açısından %41,1 oranı ile ilk sırada buğulamanın yer aldığı görülmüştür.

Çizelge 4.16. Tüketicilerin balık tüketimini tercih ettiği yer

| | f | Yüzde |
|------------------|----------|--------------|
| Evde | 227 | 63,0 |
| Lokantada | 85 | 23,6 |
| Piknikte | 48 | 13,3 |
| Diğer | 0 | 0 |

Tüketicilere “Balığı nerede yemeği tercih edersiniz? ” diye sorulduğunda, tüketicilerin %63’ü evde yemeği tercih ettiklerini belirtmiştir. Ayrıca ankete katılan tüketicilerin %23,6’sı balığı, balık lokantasında yemeği tercih ederken, %13,3’ü de balığı açık alanda yemeği tercih ettiklerini belirtmiştir (Çizelge 4.16).

Kılıç ve diğerleri (2019) tarafından yapılan çalışma Ardahan İl ve İlçelerinde yaşayanların su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesine yöneliktir. Anket yoluyla yapılan bu çalışmada tüketicilerin %89,7’si balığı evde tüketmeyi, %4,6’sı balığı restoranda tüketmeyi, %2,6’sı da balığı piknikte tüketmeyi tercih ettikleri görülmüştür

Çizelge 4.17. Tüketicilerin balık satın almasını olumsuz etkileyen faktörler

| | f | <u>Yüzde</u> |
|-------------------------------------|----------|---------------------|
| Satış yerinin temiz olmaması | 28 | 7,7 |
| Balıkların taze olmaması | 109 | 30,2 |
| Balıkçıların davranış şekli | 29 | 8,0 |
| Fiyatı | 35 | 9,7 |
| Hepsi | 159 | 44,1 |

Tüketicilere “Balık satın almamanızı etkileyen faktörler nelerdir?” diye sorulduğunda, tüketicilerin %44,1’i sunulan seçeneklerin hepsini tercih etmiştir. Faktörler, fiyat, balıkçıların davranış şekli, balıkların taze olmaması, satış yerinin temiz olmaması gibi maddelerinin tamamını içermektedir. Hemen ardından gelen en yakın seçenek ise %30,2’lik oran ile balıkların taze olmaması cevabıdır (Çizelge 4.17). Arslan ve İzci (2016) tarafından su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla Antalya İli’nde yapılan çalışmada, “tüketim alışkanlığının olmaması” faktörü, %43,5 oranla su ürünleri tüketimini olumsuz yönde etkileyen faktör olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 4.18. Tüketicilerin balık satın almasında fiyatın önemi

| | f | <u>Yüzde</u> |
|--------------|----------|---------------------|
| Evet | 231 | 64,4 |
| Hayır | 129 | 35,8 |

Tüketicilere “Balık satın almanızda fiyat sizin için önemli midir?” sorusu sorulduğunda, %64,4’ü evet cevabını verirken, diğer tüketiciler de balık satın almada fiyatın önemli olmadığını belirtmiştir (Çizelge 4.18).

Doğan ve Gönülal (2014) tarafından 2012 yılında Çanakkale İli’nde tüketicilerin balık fiyatları hakkındaki görüşlerini değerlendirilmesinde, tüketicilerin %38,1’i balık fiyatının yüksek olduğunu, %48’i balık fiyatının normal olduğunu, %9,5’inin ise balık fiyatının ucuz olduğunu bildirmiştir. Amasya’da yürütülen bir diğer çalışmada ise tüketicilerin %60,6’sı balık fiyatlarının normal, %30,9’u ise balık fiyatlarını pahalı bulduğunu belirtmişlerdir (Kızılaslan ve Nalinci, 2013).

Sivri (2018) tarafından Mersin’de yürütülen çalışmada ise ankete katılan kişilerin %48’i balık fiyatlarını normal bulurken, %34,3’ü pahalı bulduğunu bildirmiştir.

Çizelge 4.19. Tüketicilerin balık avlama düzeyi

| | f | Yüzde |
|--------------------|----------|--------------|
| Amatör | 124 | 69,2 |
| Profesyonel | 35 | 19,5 |
| Diğer | 20 | 11,1 |

Ankete katılan 360 kişiden, ‘‘Balık avlıyor musunuz?’’ sorusuna evet cevabı veren tüketici sayısı 179’dur. Çizelge 4.19’ da belirtildiği gibi 179 kişinin %69,2’si amatör olarak balık avlarken, %19,5’i profesyonel olarak balık avlamaktadır. Diğer kategorisinde yer alan tüketiciler ise, su ürünleri alanında çalışan kamu kurumu personelleridir.

Ayrıca Kayseri İli’nde yapılan bir çalışmada, tüketicilere balık tüketimine etki eden faktörlerin belirlenmesi için balık avlayıp avlamadıkları sorusu yöneltilmiştir. Tüketicilerin %67,9’u hiç balık avlamadığını, %9’u az balık avladığını, %18,3’ü zaman buldukça balık avladığını, % 2,1’i çok balık avladığını, %1,9’u ise yüksek oranda balık avladığını belirtmiştir (Deniz ve Sarıözkan, 2020).

Çadır ve Duman (2013) tarafından yürütülen bir çalışmada Elâzığ İli Keban İlçesinde ankete katılan katılımcıların, %36,6’sı profesyonel olarak, %21,5’i de amatör olarak balık avcılığı yaptığını belirtmişlerdir.

Çizelge 4.20. Balık avlamada kullanılan av araçları

| Araçlar | f | Yüzde |
|----------------|----------|--------------|
| Olta | 151 | 84,3 |
| Ağ | 10 | 5,5 |
| Zıpkın | 18 | 10,0 |
| Diğer | 0 | 0 |

Çizelge 4.20’de yer aldığı gibi ‘‘Tüketicilere balık avlarken kullandığınız av araçları hangisidir?’’ sorusuna, çalışmaya katılan tüketicilerden balık avlayan 179 kişinin %84,3’ü olta kullandığını, %10’u ise zıpkın kullandığını belirtmiştir.

Yapılan araştırmada tüketicilerin aylık ortalama hane geliri ile en çok hangi eti tükettikleri arasındaki ilişkinin, istatistiki olarak önemli olup olmadığını belirlemek için Khi-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Uygulanan testin analiz sonuçları Çizelge 4.21’de verilmiştir.

Çizelge 4.21. Tüketicilerin aylık ortalama hane geliri ile en çok hangi eti tükettikleri arasındaki ilişki

| <u>Aylık Gelir</u> <u>Düzevi</u> | <u>Balık</u> <u>Eti</u> | <u>Kırmızı</u> <u>Et</u> | <u>Tavuk</u> <u>Eti</u> | <u>Hepsi</u> | <u>Tüketmy.</u> | <u>χ^2</u> | <u>P</u> |
|-------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------|-----------------|----------------------------|----------|
| 2.500 TL altı | 3 | 5 | 12 | 3 | 8 | 97.712 | 0.001 |
| 3.500 TL | 3 | 7 | 4 | 17 | 7 | | |
| 4.250 TL | | | | | | | |
| 4.250 TL | 5 | 38 | 41 | 19 | 2 | | |
| 8.000 TL | | | | | | | |
| 8.000 TL | 11 | 24 | 23 | 15 | 4 | | |
| 10.000 TL | | | | | | | |
| 10.000 TL + | 14 | 63 | 13 | 18 | 1 | | |

*0.05 düzeyinde önemli

Görüşülen tüketicilerin, %6,1’i en çok balık etini, %45’i en çok kırmızı eti, % 28,1’i ise en çok tavuk eti tükettiği yapılan çalışmada belirlenmiştir. Yapılan χ^2 testi sonucunda aylık ortalama hane geliri ile balık tüketim durumu arasındaki ilişkinin istatistiki açıdan önemli bulunmuştur ($P<0.05$).

Çizelge 4.22. Tüketicilerin eğitim durumu ile ne sıklıkla balık tükettikleri arasındaki ilişki

| <u>Eğit.</u> | <u>Hafta</u> <u>iki-üç</u> | <u>Haftada</u> <u>bir</u> | <u>15 gün</u> <u>bir</u> | <u>Ay.</u> <u>bir</u> | <u>Üç</u> <u>ay.</u> <u>bir</u> | <u>Yıl</u> <u>bir</u> | <u>Almy.</u> | <u>MC</u> | <u>P</u> |
|---------------------|---|--|---|--|--|--|---------------------|------------------|-----------------|
| İlköğ. | 15 | 30 | 15 | 11 | 2 | 2 | 2 | 2.118 | 0.07 |
| Lise | 13 | 45 | 22 | 10 | 7 | 4 | 2 | | |
| Lisans | 17 | 54 | 36 | 18 | 4 | 4 | 4 | | |
| Lisansü stü | 7 | 14 | 10 | 3 | 4 | 1 | 4 | | |

(Verilerin fazla olmasından dolayı Monte Carlo yöntemi kullanılmıştır.)

Yapılan araştırmada tüketicilerin eğitim seviyeleri ile ne sıklıkla balık tükettikleri arasındaki ilişkinin, istatistiki olarak önemli olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Monte Carlo testi uygulanmıştır. Uygulanan testin analiz sonuçları Çizelge 4.22' de verilmiştir.

Görüşülen tüketicilerin,%39,7'si haftada bir kere balık tükettiğini belirtmiştir. Ayrıca %14,4'ü hafta iki ya da üç kere balık tüketirken, %18,8'i on beş günde bir balık tükettiğini belirtmiştir. Yapılan Monte Carlo testi sonucunda eğitim ile balık yeme sıklığı arasındaki ilişkinin, istatistiki açıdan önemli olmadığı saptanmıştır ($P>0.05$).

Çizelge 4.23. Cinsiyet ile balığı genelde nereden satın aldıkları arasındaki ilişki

| <u>Cinsiyet</u> | <u>Balık Hali</u> | <u>Semt Mahalle Pazar yeri</u> | <u>Balık lokantası</u> | <u>Süpermarket</u> | <u>Kendim avlıyorum</u> | <u>χ²</u> | <u>P</u> |
|-----------------|-------------------|--------------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------|----------------------|----------|
| Kadın | 16 | 89 | 12 | 16 | 8 | 10190 | 0.03 |
| Erkek | 18 | 124 | 43 | 17 | 17 | | |

*0.05 düzeyinde önemli

Yapılan araştırmada tüketicilerin cinsiyeti ile balığı nereden satın aldıkları arasındaki ilişkinin, istatistiki olarak önemli olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Khi-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Uygulanan testin analiz sonuçları Çizelge 4.23'te verilmiştir. Ankete katılan tüketicilerin, %39,3'ü kadın, %60,7'sinin erkek olduğu yapılan anket çalışmasından elde edilmiştir. Khi-kare (χ^2) bağımsızlık testi sonucunda cinsiyet ile tüketicilerin balığı nereden satın aldığı arasındaki ilişkinin istatistiki açıdan önemli olduğu belirlenmiştir ($P < 0.05$).

Çizelge 4.24. Aylık ortalama hane geliri ile balık avlama arasındaki ilişki

| <u>Gelir (TL)</u> | <u>Amatör</u> | <u>Profesyonel</u> | <u>Diğer</u> | <u>χ²</u> | <u>P</u> |
|-------------------|---------------|--------------------|--------------|----------------------|----------|
| 2500 TL altı | 4 | 1 | 3 | 13 305 | 0,05 |
| 3500 TL -4250 TL | 5 | 2 | 0 | | |
| 4250 TL -8000 TL | 23 | 1 | 8 | | |
| 8000 TL -10000 TL | 21 | 2 | 1 | | |
| 10000 TL+ | 27 | 3 | 3 | | |

*0.05 düzeyinde önemli

Yapılan araştırmada tüketicilerin gelir durumları ile balık avlama arasındaki ilişkinin, istatistiki olarak önemli olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Khi-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Uygulanan testin analiz sonuçları Çizelge 4.24'te verilmiştir. Görüşülen tüketicilerin, %69,2'sinin amatör olarak balık avladığı,

%19,5'inin profesyonel olarak balık avladığı sonucuna varılmıştır. Yapılan χ^2 testi sonucunda aylık ortalama hane geliri ile balık avlama durumu arasındaki ilişkinin istatistiki açıdan önemli olmadığı saptanmıştır ($P < 0.05$).

Çizelge 4.25. Tüketicilerin balığı tüketim şekli ile balık yemeği tercih ettiği mekân arasındaki ilişki durumu

| <u>Tüketim Şekli</u> | <u>Evde</u> | <u>Lokantada</u> | <u>Piknikte</u> | <u>χ^2</u> | <u>P</u> |
|----------------------|-------------|------------------|-----------------|----------------------------|----------|
| Buğulama | 47 | 11 | 5 | 60 309 | 0,01 |
| Kızartma | 123 | 28 | 7 | | |
| Izgara | 35 | 25 | 10 | | |
| Sebzeli | 9 | 10 | 12 | | |
| Diğer | 13 | 11 | 5 | | |

*0.05 düzeyinde önemli

Yapılan araştırmada tüketicilerin balık tüketim şekli ile balık yemeği tercih ettiği mekân arasındaki ilişkinin, istatistiki olarak önemli olup olmadığını ortaya koymak amacıyla Khi-kare (χ^2) bağımsızlık testi uygulanmıştır. Uygulanan testin analiz sonuçları Çizelge 4.25'te verilmiştir. Görüşülen tüketicilerin, %21,9'u ızgara da pişirme yöntemini tercih ettiğini belirtmiştir. Ayrıca Çizelge 4.25'te belirtildiği gibi %17,5'inin fırında buğulama şeklinde, %8,6'sının sebzeli olarak, %8'i de diğer şekilde tüketmeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Yapılan χ^2 testi sonucunda, tüketicilerin balık tüketim şekli ile balık yemeği tercih ettiği mekân arasındaki ilişki istatistiki açıdan önemli olduğu belirlenmiştir ($P < 0.05$).

5. SONUÇ

Bursa İli ve ilçelerinde tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlıklarını araştırmak amacıyla ankete katılan 360 tüketici ile yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Anketten elde edilen veriler analiz edildiğinde, tüketicilerin %60,7'sini erkekler oluşturmaktadır. Katılımcılar 18-65+ yaş aralığında olup, %31,2'si 36-45 yaş aralığındaki tüketicilerden oluşmaktadır. Ayrıca tüketicilerin eğitim durumu incelendiğinde ise, %38'inin lisans mezunu olduğu belirlenmiştir. Tüketicilerin gelir düzeyleri incelendiğinde de %29,4'ü asgari ücret ve üzeri gelire sahiptir.

İnsan sağlığı açısından önemli olan su ürünleri tüketimine bakıldığında; tüketicilerin %48,8'i balığı "lezzetli ve besleyici" olmasından dolayı tükettiklerini belirtmiştir. Balık tüketen kişilerin tüketim sıklıkları ele alındığında; %39,7'si haftada bir kez balık tükettiğini bildirmiştir.

Tüketicilerin aylık ortalama hane geliri ile en çok hangi eti tükettikleri arasındaki ilişki incelendiğinde; istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($p < 0.05$). Bireylerin gelir düzeyi arttıkça, balık eti tüketiminin de arttığı belirlenmiştir. Tüketicilerin %45'i öncelikli olarak kırmızı et tüketimini tercih ederken, balık eti tüketimi %6,1 oranla son sırada gelmektedir.

Tüketiciler genellikle balığı tüm aile için satın almakta ve % 62,5'i balığı taze olarak tüketmektedir. Eğitim düzeyi ile tüketicilerin ne sıklıkla balık tükettikleri arasındaki ilişki incelendiğinde; istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0.05$). Bu durumda tüketicilerin eğitim düzeyinin artması, balık tüketim sıklığını artırmadığı söylenebilir.

Tüketicilerin aylık ortalama hane geliri ile balık avlama arasındaki ilişki incelendiğinde; istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir ($p > 0.05$). Bu durumda gelir düzeyinin artması, balık avlama faaliyetlerini etkilememektedir.

Tüketicilerin sevdikleri ve tükettiği balık türleri farklılık göstermektedir. Tüketicilerin %39,4'ü hamsi, %18'i levrek, sonrasında sırasıyla diğer balık türleri, istavrit, mezgit ve alabalık gibi türler gelmektedir. Ankete katılan tüketicilerinin %58,8'i balığı mahalle ve semt pazarlarından sonrasında; balık lokantalarından, balık hali ve süpermarketlerden satın aldıklarını belirtmiştir.

Tüketicilerin ürün satın aldıkları yerin; tüketim tercihlerini etkilediği belirlenmiştir. Katılımcıların %34,4'ü balık temin yerinin hijyen kurallarına dikkat ediyor olmasından dolayı tercih ettiklerini bildirmiştir. Tüketicilerin balık satın alırken dikkat ettiği kriterler ise; %42,5 oranla balığın solungaçlarına ardından sırasıyla; gözlerine, pullarına, kokusuna, etin yapısına, rengine olmuştur. Ayrıca, tüketicilerin %64,4'ü fiyatın balık satın almada önemli bir kriter olduğunu belirtmiştir.

Bursa İli'nde yapılan su ürünleri tüketim alışkanlıklarına yönelik çalışmada, yıllık kişi başı balık tüketim oranı 4,1 kg olarak belirlenmiştir. Bu oran, Türkiye'deki balık tüketiminin altındadır. Türkiye'deki balık tüketim oranı 2020 yılında kişi başına yıllık 6,8 kg olarak tespit edilmiştir. Su ürünleri tüketimini artırmaya yönelik yapılacak çalışmaların başında, tüketicilerin erken çocukluk döneminde balık yeme alışkanlığı kazanmasını sağlamaktır. Balık yeme alışkanlığı kazanan çocukların, yetişkin olduklarında balık tüketimi ile ilgili damak tadı gelişmiş olacaktır. Bunun sonucu olarak da yetişkin bireyler, balığı sadece sağlığa faydalı olmasından dolayı zorunlu olarak değil, sevdiği için tüketmek isteyecektir.

Ayrıca kapalı ortamda balık pişirmenin yaydığı rahatsız edici kokudan dolayı pek çok kadın tüketici, evde balık pişirmek istememektedir. Bu yüzden, balık tüketimini arttırmaya yönelik bir diğer öneri ise; mahalle ve semt pazarlarında, balık lokantalarında, kısacası tüm balık satış noktalarında, balığın temizleme ve pişirme işlemlerinin yapılıp, tazeliğini, sıcaklığını ve besin değerini kaybetmeden evde tüketilmesine yönelik çalışmaların yapılmasıdır. Bunların yanında Türkiye'de sezonda avcılık ile elde edilen su ürünleri dışında, işlemeye yönelik alternatif hammadde tedariki ile ilgili çalışmaların yapılması gerekmektedir. Avcılığın bol olduğu dönemlerde özellikle hamsi ve uskumru şoklanmakta, ürün olmadığı zamanda pazara sunularak

satılmaktadır. Ancak bu işlemler birkaç ay gibi kısa bir zamanda olmakta ve tesis bir sonraki sezona kadar kapalı kalmaktadır. Bunun sonucu olarak Türkiye’de işleme tesislerinin büyük çoğunluğu üretim kapasitelerinin çok altında çalışmak zorundadır. Üretimin yıl boyunca yapılması tesisin karlılık oranını artırdığı gibi istihdamına da katkı sağlayacaktır.

Tezin kısıtlılığı; Bursa İli ve tüm ilçelerin tamamının araştırmada yer alması, belirli bir süre içinde ve sınırlı kaynaklarla yürütülen çalışmaya olumsuz etki yapmaktadır. Yapılan bu araştırmanın sonraki çalışmalar için literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKLAR

Anonim, 2002. DİE, Fishery Statistics, Ankara.

Abdikoğlu, D.İ. (2015). Tekirdağ İlinde balık tüketim eğilimlerinin belirlenmesi (Yayın No. 398679) [Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Abdikoğlu, D.İ., Unakıtan, G. (2015). Tekirdağ İlinde balık tüketim eğilimlerinin belirlenmesi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 1(1), 69-75.

Adıgüzel, F., Civelek, O., Büyükbay, E.O. (2009). Tokat ili Almus ilçesinde ailelerin balık tüketim durumu. Ziraat Fakültesi Dergisi, 26(2), 35-43.

Akkuş, S. (2018). Batman İli Balık Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi [Yüksek Lisans Tezi, Munzur Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Alpar, R. (2003). Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemlere giriş. Nobel Yayın.

Arslan, M., İzci, L. (2016). Antalya İli su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi, 12 (1), 75-85. <https://doi.org/10.22392/egirdir.246325>

Atar, H.H., Alçıçek, Z. (2009). Su ürünleri tüketimi ve sağlık. TAF Preventive Medicine Bulletin, 8(2), 173– 176.

Avlijas, G. (2019). Examining the value of Monte Carlo simulation for project time management. Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies, 24(1), 11-21.

Aydın, M., Karadurmuş, U. (2012). Consumer behaviors for seafood in ordu province. SUMAE Yunus Araştırma Bülteni, 3, 18-23.

Aydın, M., Karadurmuş, U. (2013). Trabzon ve Giresun Bölgelerindeki su ürünleri tüketim alışkanlıkları. Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi, 3(9), 57-71

Azabağaoğlu, M.Ö., Abdikoğlu, D.İ., Unakıtan, G. (2017). Best-worst analysis of fish purchase behavior in Tekirdag. Ibaness Conference Series.

Balık, İ., Yardımcı, C., Turhan, O. (2013). Ordu İli Fatsa ve Aybastı ilçelerinde balık tüketim alışkanlıklarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi. Ordu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi, 3(2), 18-28.

Banks Jerry, John S. Carson, Barry L. Nelson and David M. Nicol (2005). Discrete Event System Simulation, NJ

Bayata, H.F., Hattatoğlu, F. (2010). Yapay sinir ağları ve çok değişkenli istatistik yöntemlerle trafik kaza modellenmesi. *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(2), 207-219.

Bayraktar, S., Ergün, S., Ayvaz, Z. (2019). Ankara ve Çanakkale’de su ürünleri tüketim tercihleri ve alışkanlıklarının karşılaştırılması. *Acta Aquatica Turcica*, 15(2), 213-226.

Baydede, S. (2018). Kocaeli ilinin balık tüketimi ve tüketici kararlarını etkileyen faktörlerin araştırılması (Yayın No. 513508) [Yüksek Lisans Tezi, Sinop Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Bemrah, N., Sirot, V., Leblanc, J.C., Volatier, J.L. (2009). Fish and seafood consumption and omega 3 intake in French coastal populations. *Public Health Nutrition*, 12(5), 599. <https://doi.org/10.1017/S1368980008002681>

Bolat Y., Telli, Ö. (2019). Denizli İli su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 15(1), 80-90.

Bulanıklı, M., Ayaşan, T., Karadaş, K., Çelik, Ş. (2021). Ziraat mühendislerinin organik tarım işletmeciliğine bakış açısı. *Kadirli Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1),1-12.

Bulut, E. (2018). İstanbul İl’inde organik gıda tüketimini etkileyen özellikler üzerine bir araştırma [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. *Bursa Uludağ Üniversitesi*

Bulut, Y., Güngör, M. (2008). Khi-Kare Testi Üzerine. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 84-89.

Crucefix, D. (1998, June). Organic agriculture an sustainable rural livelihoods in developing countries, Soil Association,. UK. <http://projects.nri.org/nret/crucefix.pdf>.

Çadır, F. (2012). Keban baraj gölü ova bölgesi su ürünleri tüketiminin araştırılması (Yayın No. 302352) [Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Çadır, F., Duman, M. (2013). Keban baraj gölü ova bölgesi halkının balık tüketim alışkanlıklarının araştırılması. *Fırat Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 25(1), 61-70.

Çiçek, E., Akgün, H., İlhan, S. (2014). Elâzığ İli balık eti tüketim alışkanlığı ve tercihinin belirlenmesi. *Yunus Araştırma Bülteni*, (1), 3-11.

Çolakoğlu FA., İşmen A., Özen Ö., Çakır F., Yığın Ç., Ormancı HB. (2006). Çanakkale ilindeki su ürünleri tüketim davranışlarının değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(3), 387-92.

Çöteli, F. (2021). Ürün raporu su ürünleri 2021. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE) Yayın. <http://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge>

- Dağtekin, M., Ak, O. (2007). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde su ürünleri tüketimi, ihracat ve ithalat potansiyeli. SUMAE Yunus Araştırma Bülteni, 3-7.
- Dauda, A.B., Ojoko, E.A., Fawole, B.E. (2016). Economic analysis of frozen fish demand in Katsina. Journal of Fisheries and Aquatic Science, 11(1), 93-99. <http://doi.org/10.3923//jfas.2016.93.99>.
- Deniz, B., Sarıözkan, S. (2020). Kayseri ilinde balık tüketimi ve tüketici tercihlerinin belirlenmesi. Erciyes Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 17(3), 200-208.
- Djordjevic, V., Sarcevic, D., Petronijevic, R. (2015). The attitudes and habits of Serbian school children to consumption of fish. Procedia Food Science, 5, 73-76.
- Doğan, K. (1997). Su ürünleri sektörü Türk ekonomisinin neresinde. Su Ürünleri Mühendisleri Yayın Organı, 1, 15-20.
- Doğan, K. (2002). Su ürünleri sektörünün tarım sektörü içindeki yeri ve önemi. TKB İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı, 80, 8-12.
- Doğan, K., Gönülal, O. (2014). Gökçeada balık tüketim alışkanlığının belirlenmesi ve sosyoekonomik analizi. Su Ürünleri Dergisi, 29(1), 101-116.
- Doğan, K. (2003). Tarım. İstanbul TKB İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı, 83, 12-21.
- Dursun, A. (2019). Afyonkarahisar İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Anket Çalışması (Yayın No. 593067) [Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>
- Easwaran- Sigh, S.J. (2006). Marketing Research Concepts. Practices and Cases Oxford University. New Pelh.
- Erdoğan, M. (2020). Su ürünleri tüketim tercihlerinin belirlenmesi ve farkındalığın artırılması; Kıbrıs Örneği [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Yakın Doğu Üniversitesi.
- Erdal, G., Esengün, K. (2008). Tokat ilinde balık tüketimini etkileyen faktörlerin Logit model ile analizi. Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi, 25(3), 203-209.
- Gürel, E. (2017). Ağrı İli merkez ilçede yaşayan bireylerin balık tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, 6 (3), 26-35.
- Greenwood, P. E., Nikulin, M.S. (1996). A guide to chi-squared testing. Scientific Research an academic publisher
- Güneş, T. (1996). Tarımsal Pazarlama. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.
- Gürsakal, Necmi. (2009). Çıkarımsal İstatistik. Dora Yayıncılık.

Güvenin, O., Erdoğan Sağlam, N. (2020). Ordu ve Samsun'da su ürünleri tüketim tercihleri ve alışkanlıklarının karşılaştırılması. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 37(3), 259-265.

Güngör, M. (2008). Khi-Kare Testi Üzerine. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 84-89.

Gıda Tarım ve Orman Bakanlığı (GTHB), 2022

Hatırlı, S.A., Demircan, V., ve Aktaş, A.R. (2004). Isparta İlinde Ailelerin Balık Tüketiminin Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 245-256.

Hatırlı, S.A. (2004). Isparta İlinde ailelerin balık tüketiminin analizi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi dergisi*, 9(1), 245-256.

Hibbeln, J. R., Davis, J. M., Steer, C., Emmett, P., Rogers, I. Williams, C., Golding, J.(2007). Maternal seafood consumption in pregnancy and neurodevelopmental outcomes in childhood. (ALSPAC study): an observational cohort study. <https://doi.org/10.1016//S0140>

Jimoh, K.A., Mohammed, S.T. (2015). Analysis of fish demand in Ilorin. Nigeria. *International journal of Agriculture, Forestry and Fisheries*, 3(4), 148-154.

Karataş, G. (1995). Adana İli Karataş İlçesinde Su Ürünleri Üretimi ve Pazarlama Yapısı. (Yayın No. 38810) [Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Kaya, Y., Duyar, H.A., Erdem, M.E. (2004). Balık Yağ Asitlerinin İnsan Sağlığı İçin Önemi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 21 (3-4), 365-370.

Kılıç, E., Soylu, M., Uzmanoğlu, M. (2019). Ardahan İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Türk Tarım-Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 7(7), 1028-1039.

Kılıç, S. (2016). Khi-kare Testi. *Journal of Mood Disorders*, 6(3), 180-200.

Kızılaslan, N. (2008). Tüketicilerin satın aldıkları gıda maddeleri ile ilgili bilgi düzeyleri ve tutumları. *U.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19, 67-74.

Kızılaslan, H., Nalinci, S. (2013). Amasya ili merkez ilçedeki hane halkının balık eti tüketim alışkanlıkları ve balık eti tüketimini etkileyen faktörler. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 5, 61-75.

Korkmaz, M. (2006). Tüketicilerin Tüketim Davranışları ve Tüketim Tercihlerine Etki Eden Faktörler (Yayın No. 206961) [Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Kubat, A., Ayaşlıgil, T. (2002). Doğa bilimlerinde Khi-Kare bağımsızlık testi ve tek yönlü varyans analizi testi uygulanmasında Spss programı kullanımı. İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, B(1), 156.

Kuşat, M., Şahan, M. (2021). Su ürünleri tüketim tercihleri üzerine Uşak İlinde bir anket çalışması. Acta Aquatica Turcica, 17(3), 376-385. <http://doi.org/10.22392/actaquatr.848663>

Kwak, Y. H., Ingall, L. (2007). Exploring Monte Carlo Simulation applications for project management. Risk Management, 9(1), 44-57.

Leblanc., J.C. (2006). Fish and seafood consumption study and biomarker of exposure to trace elements, pollutants and omega 3. CALIPSO survey (Report).

Likert, R. (1967). The Method of Constructing an Attitude Scale. Readings in Attitude Theory and Measurements. New York

Mclver, H. (2004). Organic Hip. Popular Picks at Health Food Stores, Better Nutrition, 66(2), 58.

Mirer, T.W. (1995). Economic Statistic and Econometrics. New Jersey.

Myrland, O., Trondsen, T., Johnston, R.S., Lund, E. (2000). Determinants of seafood consumption in Norway: lifestyle, revealed preference and barriers to consumption. Food Quality and Preference, 11(3), 169-188.

Moses, J.D., Dwana, D.A., Giroh, D.Y., Jimjel, Z., Oluwaseun, A. (2015). The influence of socio-economic characteristics on consumers' preference on fish purchase in Yola North Local Government Area, Adamawa State. International Journal of Environmental & Agriculture Research, 1(7), 1-11.

Mol, T.S., Ulusoy, Ş. (2010). Türkiye' de Su ürünleri işleme sektörünün sorunları ve çözüm önerileri. Journal of Fisheries Science, 4(2), 152 - 158.

Nayak, B. K., ve Hazra, A. (2011). How to choose the right statistical test? Indian Journal of Ophthalmology, 59(2), 85-6.

Odabaşı, Y. (2016). Su ürünleri tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma. Ordu Üniversitesi. (Yayın No. 593067) [Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Oğuzhan, P., Angiş, S., Atamanalp, M. (2009). Erzurum İlindeki tüketicilerin su ürünleri tüketim alışkanlığının belirlenmesi üzerine bir araştırma. XV. Ulusal Su Ürünleri Sempozyumu, Rize.

Orhan, H., Yüksel, O. (2010). Burdur İli su ürünleri tüketimi anket uygulaması. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 5(1), 1-7.

Olgunoğlu, İ.A., Bayhan, Y.K., Olgunoğlu M.P., Artar, E., Ukav, İ. (2014). Adıyaman İlinde balık eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(1), 21-25.

Özen, Y., Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(15), 394-422.

Özbay, Ö. (2019). Elâzığ ili su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Ç.Ü Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 39-2

Öndaş, A., Duman, M. (2020). Fırat Üniversitesi öğrencilerinin balık tüketim tercihlerinin belirlenmesi. *Journal of Anatolian Environmental and Animal Sciences*, 5 (4), 498-505. <https://doi.org/10.35229/jaes.767517>

Perez-Ramirez, M., Almindarez-Hernandez, M.A., Aviles-Polanco, G., Beltran-Morales, L.F. (2015). Consumer acceptance of eco-labeled fish. A Mexican case study. *Sustainability*, 7, 4625-4642. <https://doi.org/10.3390/su7044625>

Sağlam, E. N., Samsun, S. (2018). Yozgat İli su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 9-16. <https://doi.org/10.22392/egirdir.303682>

Saygı, H., Saka, ř., Fırat, K., Katağan, T. (2006). İzmir merkez ilçelerinde kamuoyunun Balık tüketimi ve balık yetiştiriciliğine yaklaşımı. *Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Dergisi*, 23(1-2), 133-138.

Sangün, L., Güney, O.İ. (2019). Su ürünleri tüketicilerin sosyo-demografik özelliklerine göre deniz ve tatlısu balığı tüketim tercihleri. *Journal of Advances in VetBio Science and Techniques*, 4(3), 105-111. <https://doi.org/10.31797/vetbio.630363>

Sivri, B.H. (2018). Su ürünleri tüketimi yönünden tüketici davranışlarının araştırılması. (Yayın No. 507777) [Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

şahin, A. (2019). İzmir ve İstanbul'da organik pazarların mevcut durumu ve en fazla tercih edilebilir organik pazar tasarımının geliştirilmesi. [Yayımlanmamış doktora tezi]. Ege Üniversitesi .

şahin, Y. (2011). AB ve İş Dünyası, Balıkçılık sektörü. İKV Değerlendirme Notu (s.38).

şenaras, A. E. (2015). Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi *Uludağ Journal of Economy and Society*, 17(1), 27-46.

şen, A. (2011). Konya ve Mersin İl Merkezlerinde Yaşayan Bireylerin Balık Tüketimi Konusundaki Alışkanlık ve Bilgi Düzeylerinin Karşılaştırılması (Yayın No.294481) [Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Şen, B., Canpolat, Ö., Sevim, A. F., Sönmez, F. (2008). Elâzığ İlinde Balık Eti Tüketimi. Fırat Üniversitesi. Fen ve Müh. Bil. Dergisi, 20(3), 433-437.

Şen, İ, Şahin, A. (2017). Mersin’de Yaşayan Tüketicilerin Balık Tüketim Tercihlerini Demografik Faktörler Açısından Ele Alan Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(1), 33-46 .

TAGEM, (2019). Su Ürünleri Sektör Politika Belgesi. 2019/ Ankara.

TC. Kalkınma Bakanlığı, Su Ürünleri Özel İhtisas Komisyonu Raporu (2014). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Su Ürünleri. Ankara, 1

TEPGE, (2020). Su Ürünleri Ürün Raporu. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE).

TEPGE, 2021. Su Ürünleri Ürün Raporu. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEPGE). Su Ürünleri Ürün Raporu .

TC. Kalkınma Bakanlığı (2012). Su Ürünleri Sektör Raporu, T.C. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), s. 1-13.

TC. Kalkınma Bakanlığı, Su Ürünleri Özel İhtisas Komisyonu Raporu, (2021).

Tavakoli, H. (2012). A dictionary of research methodology and statistics in applied linguistics. Rahnama, Tahrán.

Tysiak, W., Sereseanu, A. (2009). Monte Carlo simulation in risk management in projects using excel. Paper presented at IEEE International Workshop on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems Technology and Applications.

Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., Eggen, A. E. (2004). Health and seafood consumption patterns among women 45–69 years. Food Quality and Preference, 15(2), 117-128.

TC. Kalkınma Bakanlığı, (2021). Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı. (OKKA), Samsun İli Türk Somonu İşleme Tesisi, Ön fizibilite raporu, 2021,5.

Temel, T. (2014). Rize İlinde Hanelerin Balık Tüketimi Üzerine Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi (Yayın No.376283) [Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Terin, M., Hamamcı, G., Gül, T., Terin, S. (2016). Van İli kentsel alanda hanelerin balık tüketim yapısı ve satın alma davranışlarının belirlenmesi. Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences, 33(3), 241-249.

TezBaşaran, A. (2008). Likert Tipi Ölçek Hazırlama Kılavuzu, Mersin.Üçüncü Sürüm, e-Kitap Syf. 6

Tunç, D.T. (2022). Çanakkale İlinde su ürünleri tüketimi eğilimlerinin incelenmesi (Yayın No.749426) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Turan, H., Kaya, Y., ve Sönmez G. (2006). Balık etinin besin değeri ve insan sağlığındaki yeri, Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi, 23 (1/3), 505-508.

TÜİK, 2020. Su Ürünleri İstatistikleri <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=97&locale=tr>

Türkiye İstatistik Kurumu Veri Portalı, 2021. (2022, Haziran). Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Su-Urunleri-2021-45745>

Türkiye İstatistik Kurumu Veri Portalı, 2020. (2022, Haziran). Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Su-Urunleri-2021-45745>

Vaizoğullar, S. (2021). Su ürünleri tüketiminde tüketici davranışlarının yerleşim yeri açısından karşılaştırmalı olarak araştırılmasında Mersin Örneği (Yayın No. 719968) [Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi]. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi>

Verbeke, W., Vackier, I. (2005). Individual determinants of fish consumption application of the theory of planned behavior. *Appetite*, 44(1), 67-82.

Vural, H. (2012). Tarım ve Gıda Ekonomisi İstatistiği. Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ders notları No:107, Bursa.

Williams, T. (2004). Why Monte Carlo simulations of project networks can mislead. *Project Management Journal*, 35(3), 53-61.

Yiğit, H., Baygar, T., Alparslan, Y., Özgür, E.G. (2020). Afyonkarahisar İlinde eğitim gören lise öğrencilerinin balık tüketim davranışlarının belirlenmesi üzerine bir çalışma. *Anadolu Çev. ve Hay. Dergisi*, 5(2), 205-211.

Yüksel, E. & Diler, A. (2019). Ankara İlinde su ürünleri tüketim tercihlerinin belirlenmesi. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 11-21.

Yüksel, F., Kuzgun, N.K., Özer, E.İ. (2010). Tunceli ili balık tüketim alışkanlığının belirlenmesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2(5), 28-36.

Zhang, P. (2003). Multiple imputation. theory and method. *International Statistical Review*, 71(3), 581-592.

EKLER

EK 1 Bursa ili Su Ürünleri Tüketim Anket Örneği

Bu anket, Uludağ Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarımsal İşletmecilik Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi tarafından yürütülen “Bursa Bölgesinde Tüketicilerin Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Araştırılması ” tezi ile ilgili bir araştırmanın uygulama bölümü için hazırlanmıştır.

Anket dâhilinde verdiğiniz cevaplar ile aktardığınız bilgiler, bilimsel çalışma ahlakına uygun olarak gizlilik ve güven ilkelerine bağlı kalınarak sadece araştırmacı tarafından değerlendirilecektir. Soruları cevaplarırken doğru cevaplarınız için () içlerine (X) işareti koymanız yeterlidir. Vereceğiniz samimi cevaplar araştırmanın güvenilirliğini arttıracaktır.

İlgi ve katılımınızdan dolayı teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Dilek BORA BALABAN

Su Ürünleri Mühendisi

ANKET SORULARI

Adınız Soyadınız(İsteğe Bağlı):

1-Cinsiyetiniz?

() Kadın () Erkek

2-Medeni Durumunuz?

() Evli () Bekâr

3-Aile birey sayınız kaçtır? kişi

4-Yaşınız?

() 18-25 () 26-36 () 36-45 () 45-65 () 65 yaş üstü

5-Eğitim Durumunuz nedir?

() İlköğretim () Lise () Lisans () Lisansüstü

6- Mesleğiniz?

() Serbest Meslek () İşçi () Memur () Emekli () Öğrenci () Ev Hanımı

Diğer.....(Belirtiniz)

7-Aylık ortalama hane geliriniz?

- 2.500 TL altı 3.500 TL -4.250 TL 4.250 TL -8.000 TL
 8.000 TL -10.000 TL 10.000 TL üstü

8- En çok hangi eti kullanıyorsunuz?

- Balık Eti Kırmızı Eti Tavuk Eti Hepsi Tüketmiyorum

9- Balık etini tüketmiyorsanız sebebi nedir?

- Kokusu Aroması kılçıklı olması Temizlemesi zor Hepsi
 Diğer

10-Balığı tercih etme nedeniniz?

- Lezzetli ve Besleyici olması
 Tazeliği
 Ucuz ve Kolay ulaşılabilir Olması
 Dengeli ve Sağlıklı Beslenme
 Diğer- (Aile bireyleri için)

11- Ne sıklıkla balık tüketirsiniz?

- Haftada iki üç kere Haftada bir kere 15 günde bir kere Ayda bir kere
 Üç ayda bir kez Yılda bir kere Almıyorum

12-Aylık balık tüketim miktarınız kaç kg'dır?

- 1 kg altı 2-4 kg 4-6 kg 6-8 10 kg ve üstü

13- Balığı genelde nereden satın alırsınız?

- Balık Hali Semt- Mahalle Pazar Yeri Balık lokantası
 Süpermarket Kendim avlıyorum

14-Balık satın alırken nelere dikkat edersiniz?

| | 1 | 2 | 3 |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Solungaçlarına | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pullarına | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gözlerine | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Rengine | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Kokusuna | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Etin yapısına | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

15- Satın aldığımız balığın tazeliğini nasıl değerlendirirsiniz?

- () Gözler () Solungaçlar () Pullar () Bastırıldığında etin çökme hali ()
Renk () Koku () Satıcının tavsiyeleri

16-Satın aldığınız balığı nasıl muhafaza ediyorsunuz?

- () Hemen tüketiyoruz () Buzdolabında () Derin dondurucuda () Diğer

17-En fazla tercih ettiğiniz balık türü?

- () Deniz balıkları () Tatlı su balıkları () Her ikisi de

18-En çok tükettiğiniz balık hangisidir?

- () Hamsi () İstavrit () Levrek () Alabalık () Mezgıt ()
Diğer.....

19- Balığı ne şekilde satın alıyorsunuz?

- () Taze () Konserve () Tuzlanmış () Dondurulmuş () Tütsülenmiş
() Diğer.....

20- Balık satın alırken , satış yeri ile (Pazar yeri, balık hali v.b) ilgili önem verdiğiniz özellikleri önem derecesine göre sıralayınız?

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Konum | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Hijyen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Fiyat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Tazelik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Çeşitlilik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

21-Balığı ne şekilde tüketiyorsunuz?

() Buğulama () Kızartma () Izgara () Sebzeli () Diğer

22-Balığı nerede yemeyi tercih edersiniz?

() Evde () Lokantada () Piknikte () Diğer.....

23-Aşağıdakilerden hangisi balık satın almanızı olumsuz yönde etkilemektedir?

() Satış yerinin temiz olmaması () Balıkların taze olmaması () Balıkçılarının davranış şekli () Fiyatı () Hepsini

24-Balık satın almanızda fiyat sizin önemli midir?

() Evet () Hayır

25-Balık avlıyor musunuz? (cevap evet ise cevaplayınız)

() Amatör () Profesyonel () Diğer

26- Avlıyorsanız, kullandığınız av araçları nedir?

() Olta () Ağ () Zıpkın () Diğer

27- Aşağıdaki soruları cevaplayınız.

| | Kesinlikle Katılıyorum | Katılıyorum | Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kesinlikle Katılmıyorum |
|---|-----------------------------------|--------------------|---|---------------------|------------------------------------|
| Yetiştiriciliği yapılan su ürünleri daha sağlıklıdır. | | | | | |
| Su ürünleri yetiştiriciliği çevreyi, baraj ve gölleri kirletmektedir. | | | | | |
| Su kaynaklarımız yeterlidir. | | | | | |

28- Aşağıdaki soruları cevaplayınız.

| | Tamamen uygun | Uygun | Tarafsızım | Biraz Uygunsuz | Kesinlikle Uygunsuz |
|---|----------------------|--------------|-------------------|-----------------------|----------------------------|
| Su ürünleri tüketmek yerine Omega-3 içeren takviye edici gıdalar tercih edilebilir. | | | | | |
| Su ürünleri tüketimi alışkanlıkla ilgilidir. | | | | | |
| Su ürünleri tüketimi inançlarımız ile ilgilidir. | | | | | |
| Su ürünleri kızartma yöntemleri yaşam alanlarımız için uygun değildir. | | | | | |

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Dilek BORA BALABAN
Doğum Yeri ve Tarihi : Yenişehir 04.03.1987
Yabancı Dil : İngilizce
Eğitim Durumu
Lise : Yenişehir Osmangazi Lisesi
Lisans : Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Deniz Bilimleri
Fakültesi- Su Ürünleri Mühendisliği
Yüksek Lisans :Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi
Ana Bilim Dalı
Çalıştığı Kurum/Kurumlar : MDH Tarımsal Danışmanlık- Firma ortağı (2011-2018)
: Erbaylar Balıkçılık (2019-)
İletişim (e-posta) : projedilek@gmail.com
Yayınları :ID-21-b1-001 RESEARCH OF SEAFOOD
CONSUMPTION HABITS OF CONSUMERS IN
BURSA REGION