

## Su ürünleri tüketim yapısı ve tüketim sıklığını etkileyen etkenlerin incelenmesi<sup>α</sup>

### Determination of factors affecting seafood consumption pattern and consumption frequency

Mustafa Tolga Tolon\* • Ahmet Göker Elbek

Ege Üniversitesi, Su Ürünleri Fakültesi, Yetiştiricilik Bölümü, 35100- Bomova, İzmir

\* Corresponding author: [tolga.tolon@ege.edu.tr](mailto:tolga.tolon@ege.edu.tr)

Received date: 18.04.2016

Accepted date: 13.07.2016

#### How to cite this paper:

Tolon, M.T. & Elbek, A.G. (2016). Determination of factors affecting seafood consumption pattern and consumption frequency (in Turkish with English abstract). Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences, 33(3): 271-277. doi: 10.12714/egejfas.2016.33.3.12

**Öz:** Bu çalışmada İzmir (kıyıl bölge), Adana (karma bölge) ve Ankara (karasal bölge) illerinde ikamet eden tüketicilerin güncel su ürünleri tüketim deseni, tüketici profili, su ürünleri tüketimi miktarı ve sıklığını olumsuz yönde etkileyen faktörler araştırılarak, ileriye yönelik sektörel girişimlerin yönlendirilmesi, tüketici alışkanlıkları üzerine daha kapsamlı araştırmalar yapılması için araştırmacılara ve ilgili kurum ve kuruluşlara kaynak sunulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda gayeli olarak 3 gruba ayrılan ana kitle, farklı coğrafya bölgelerinden denize uzaklığı ve bölge içi nüfus kriterlerine göre belirlenmiş ve 3 ilin nüfusları dikkate alınarak belirlenen 400 adet anketin % 43' ü Ankara, % 36' sı İzmir, % 21'i Adana ilinde tüketicilerle yüz yüze görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Anket sonuçlarına göre katılanların %6'sının hiç su ürünleri tüketmediği, %25'inin ayda bir, %28' inin iki haftada bir, %42'sinin ise haftada bir ve daha fazla su ürünleri tükettiği tespit edilmiştir. En sık su ürünleri tüketimi kıyıl bölge olan İzmir'de tespit edilmiştir. Tüm bölgelerdeki tüketicilerin % 90' ı su ürünlerini öncelikle taze olarak tüketmeyi tercih etmektedirler. Ankete katılan tüm tüketicilerin cevaplarına göre su ürünleri tüketim tercih ve alışkanlıklarını olumsuz yönde etkileyen başlıca 4 etken "yüksek fiyat, pazarda kolaylıkla bulunamaması, su ürünleri çeşitlerinin tanınmaması ve lezzetinin beğenilmemesi" olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin öğrenim düzeyi ile su ürünleri tüketim sıklığı değişkenleri arasındaki ilişki doğrusal yönlü ve kuvvetli olup su ürünleri tüketim sıklığı ile tüketici yaşı değişkenleri arasındaki ilişki ters yönlüdür. Su ürünleri tüketim tercihinin olumlu yönde etkileyen etkenler konusunda tüketicilerin %71 'i sağlığa olumlu etkilerini ve lezzetini en önemli tercih nedeni olarak belirtmişlerdir. Tüketicilerin su ürünleri tüketimi eğilimi ile sağlığa olumlu etkileri faktörleri arasındaki ilişki doğrusal ve kuvvetlidir.

**Anahtar kelimeler:** Su ürünleri, tüketim deseni, tüketici davranışları, su ürünleri pazarlama

**Abstract:** Current seafood consumption pattern, consumer profile and factors affecting seafood consumption amount and frequency of the consumers residing in coastal region (Izmir), mixed region (Adana) and countryside region (Ankara) of Turkey were researched in this study. It is aimed to provide source to researchers and relevant institutions who are willing to guide the future sectoral initiatives and conduct more extensive research on seafood consumer habits. In this context, the research population was determined according to their distance to the sea and their populations by purposive sampling method. 43 % of total 400 survey was conducted in Ankara, 36% in İzmir and 21% in Adana by face to face interviews. According to the survey results, 6% of respondents never consume seafood, 25% once a month, 28% once every two weeks, and 42% consume once and more than once in a week. The most seafood consumption frequency was identified in İzmir. Nearly 90% of consumers in the entire regions prefer to consume seafood in fresh type. According to the answers of all consumers 4 major factors affecting seafood consumption preferences and habits in a negative way were "high price, cannot be easily found in the market, not recognition of seafood varieties and disfavor of the flavor of seafood". The relationship between frequency of seafood consumption and education level of consumer's variables is determined as linear and strong but the relationship between consumer age and seafood consumption frequency is determined as reverse. On the factors affecting choice of seafood consumption in a positive way, 71% of consumers stated the beneficial to health perception and taste of seafood as the most important reason for their preference. Therefore, the relationship between consumption trend and beneficial to health perception of seafood is determined as linear and strong.

**Keywords:** Seafood, consumption pattern, consumer behaviour, seafood marketing

## GİRİŞ

Su ürünleri potansiyeli yönünden zengin kaynaklara sahip olan Türkiye' de su ürünleri pazarı gerek tüketim şekli, gerekse pazarlama kanalları yönünden dünyanın gelişmiş ülkelerinden

farklılıklar göstermektedir. Bölgeler arasında homojen olmayan, az çeşitli ve ağırlıklı olarak taze-soğutulmuş formdaki su ürünleri tüketim deseni, uyumlu bir su ürünleri üretimi ve

<sup>α</sup> Bu makale Mustafa Tolga Tolon'un doktora tezinden özetlenmiştir.

buna bağlı olarak dinamik çağdaş pazarlama sisteminin oluşmaması, iç tüketim yönünden olumsuz etkenlerdendir.

Türkiye’de günlük protein gereksiniminin yaklaşık % 73’ ünü bitkisel kaynaklı gıdalardan karşılayan tüketicilerin (FAO, 2014) bu kaynaklara yönelik gıda alışkanlıklarının ağırlıklı olması, özellikle su ürünleri tüketimini olumsuz yönde etkilemektedir. Ortalama 646,5 bin tona ulaşan su ürünleri üretimine karşın, su ürünleri tüketimi 2001-2011 yılları arasında kişi başı yıllık ortalama 7,37 kg olup (BSGM, 2014), bölgelere göre en az 0,78 kg (Doğu Anadolu) (Şen vd., 2008) ile en çok 43,8 kg (Doğu Karadeniz) (Aydın ve Karadurmuş, 2013) arasında değişmektedir. Dünya Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre Türkiye’nin 2001-2011 yılları arasında 10 yıllık tüketilebilir protein kaynakları dağılımında, hayvansal gıdalar %27,17’lik bölümü oluşturmaktadır. Hayvansal protein tüketiminin % 8,05’ini su ürünleri temelinde dayalı protein kaynakları oluşturmaktadır (FAO, 2014). Diğer bir söylemle kişi başına günlük ortalama 2,25 gr. olan su ürünleri tüketimi, kişi başı günlük 4,88 gr olan dünya ortalamasının oldukça altında yer almaktadır.

Tüketicileri bitkisel ağırlıklı beslenme sistemine yönelten ve yetersiz-dengesiz beslenme sorunlarına yol açan nedenlerin başında ailenin ekonomik düzeyi gelmektedir (Güler, 2010). Gelir düzeyinin, yaşam standartlarının altında olması, beslenmeye ayrılan payı olumsuz etkilemektedir. Gelir düzeyinin yeterli veya fazla olması durumunda ise yeterli ve dengeli beslenme bilincinin olmayışı (sosyo-kültürel yapı, eğitim vb. eksikliği) beraberinde yanlış beslenmeye bağlı sağlık sorunlarını getirmektedir. Gelir düzeyi düşük aileler de ekonomik ve yeterli-dengeli beslenme bilgisinden yoksun olmaları, besin seçimlerinde yaptıkları bazı yanlışlar nedeniyle iyi beslenememektedirler (Baysal, 2003).

Gıda tüketimine etki eden birçok etken bulunmakta, bu etkenler araştırmacıların ilgilerine ve araştırmaların amacına bağlı olarak önem kazanmaktadır. Gıda tüketimi analizinde ekonomistler, pazar kapsamında fiyat ve gelir dengesi, hükümet politikaları (vergi ve desteklemeler) veya uygun pazar stratejilerinin (fiyat sabitlemesi gibi) etkileri üzerine yoğunlaşırken, psikologlar kişinin gıda tercihinin tanımlamaya çalışmakta ve tüketicinin tanıma, bilgi arayışı ve tercih oluşum sistemi üzerine odaklanmaktadır. Sosyologlar, antropologlar ve coğrafya bilimciler ise kültür yapısının tüketim üzerindeki etkilerini öne çıkarmaktadırlar.

Gıda tercihinin oluşumu aşamasında tüm faktörler değişik basamaklarda etkili olmaktadır. İlk etken, gıdanın besinsel değeri, güvenli olması, tadı, kokusu, görüntüsü ve benzeri fizyolojik ve duyuşsal özellikleridir (İnan, 2009; Kızılaslan ve Kızılaslan, 2008). Fizyolojik ve duyuşsal özellikler her kişi tarafından benzer şekilde algılanmasına karşın kişilerin farklı gıdaları tercih etmeleri fiziksel ve psikolojik yapı farklılığından ayrıca alışkanlıklardan kaynaklanabilmektedir. Ülkelerin ekonomik ve kültürel yapısı, pazara sunulan gıda çeşitlerinin sunum şekli, tanıtımı, üretici, toptancı ve perakendecilerin yer aldığı dağıtım kanalı oluşumu gibi etkenler halkın gıda türü

seçiminde belirleyici durumdadır (Babcicz-Zielinska, 1999; Gedrich, 2003).

Tüketicilerin su ürünleri istemlerinin analizi ile ortaya çıkan bulgular çeşitlilik göstermekle beraber, yaşam biçiminin su ürünleri tüketimi üzerindeki etkisi öne çıkmaktadır (Myrland vd., 2000). Yaşam biçiminin ve standardının, su ürünleri tüketim davranışını nasıl etkilediğinin ortaya çıkarılması, tüketim kampanyalarının yerinde ve doğru demografik tüketici gruplarına yönlendirilmesi ve bunun yanında tüketici tercihlerini yönlendiren etkenlerin ortaya koyulmasında önemlidir. Su ürünleri tüketimine ilişkin yapılan çalışmalar bölgelerin veya illerin sayısal tüketim değerleri üzerine yoğunlaşmış olup (Aydın ve Karadurmuş, 2013; Çolakoğlu vd., 2006; Elbek vd., 1999; Hatırlı ve Demircan, 2004; Oğuzhan vd., 2009; Şen vd., 2008; Yüksel vd., 2011) su ürünleri tüketim alışkanlıkları ve tüketimi engelleyen etkenler üzerine yapılan çalışma sayısı oldukça azdır (Erdal ve Esengün, 2008; Şenol ve Saygı, 2001).

Bu araştırmada, güncel su ürünleri tüketim deseni, tüketici profili, su ürünleri tüketimini olumsuz yönde etkileyen faktörler araştırılarak, ileriye yönelik sektörel girişimlerin yönlendirilmesi, tüketici alışkanlıkları üzerine daha kapsamlı araştırmalar yapılması için araştırmacılara ve ilgili kurum ve kuruluşlara kapsamlı bir kaynak sunulması amaçlanmıştır. Bu çalışmanın literatürde yer alan su ürünleri tüketimine yönelik diğer çalışmalardan farkı denize uzaklık kriterleri göz önünde bulundurularak farklı bölgelerin su ürünleri tüketimini karşılaştırmasıdır. Bununla birlikte, tüketim alışkanlıkları yönlendiren etkenlerin incelenen bölgelere göre ortaya koyulması ve ilişki durumunun irdelenmesi çalışmanın özgün değerini oluşturmaktadır.

## MATERYAL VE METOT

Örneğe alınan tüketici birim olarak ailelerle yürütülen araştırmada, bu alanda kullanılan en başat yöntem olarak anket çalışması benimsenmiştir. Araştırmanın anket çalışması öncesinde, hazırlanan anket formunun test edilmesi ve örneklem hacminin belirlenmesi amacıyla rastlantısal olarak seçilen 50 örnekleme pilot anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada %4 hata ( $\pm$  sapma) kabul edilmiştir. Örneklem hacmi:

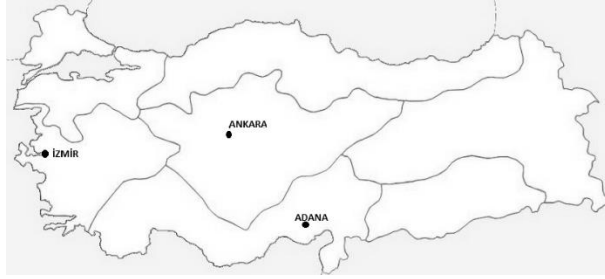
$$n = \frac{t^2 PQ}{d^2}$$

t=Belirli serbestlik derecesine ve saptanan yanılma düzeyinde t tablosunda bulunan teorik değer, d= Olayın görülüş sıklığına göre onaylanabilir hata ( $\pm$  sapma), P= İncelenen olayın görülüş olasılığı ( su ürünleri tüketimi) ve Q= İncelenen olayın görülmemesi olasılığı (su ürünleri tüketmeme)

formülüne göre hesaplanmış ve örneklem hacmi 400 katılımcı olarak belirlenmiştir (Elbek vd., 2002).

Gayeli olarak 3 gruba ayrılan ana kitle, farklı coğrafya bölgelerinden denize uzaklığı ve bölge içi nüfus kriterleri

dikkate alınarak belirlenmiştir. Buna göre; kıyısal bölgeden Ege - İzmir, karasal bölge özellikleri gösteren ancak denize yakın ve ilişki içindeki karma bölge olarak Akdeniz – Adana, denizden uzak karasal bölge olarak da İç Anadolu – Ankara illeri seçilmiş (Şekil 1) ve 3 ilin nüfusları dikkate alınarak saptanan anket sayısı dağılımına göre toplam anket sayısının % 43' ü Ankara, % 36' sı İzmir, % 21'i ise Adana ilinde gerçekleştirilmiştir. Örneklere alınan her ilde çalışmanın yürütüleceği bireylerin belirlenmesinde mahalle muhtarlık kayıtları temel alınmıştır. Oluşturulan listeye göre, muhtarlıklar sistematik örnekleme yöntemiyle seçilmiştir (Şenol ve Saygı, 2001). Belirlenen muhtarlıklarda örneklem birimleri rastlantısal örnekleme yöntemine göre seçilmiştir (Elbek vd., 2002). Örneğe çıkan hanede örnekleme birimi ise belirli bir aylık gelire sahip kişiler arasından rastlantısal olarak belirlenmiştir.



Şekil 1. Anket bölgeleri  
Figure 1. Survey locations

Hazırlanan anket formunda, araştırma amacına uygun ve ankete katılan bireylerin kolayca yanıtlayabileceği, tüketim alışkanlıkları, su ürünleri tüketimine yönelik, tüketicilerin demografik yapısı ve tüketimi engelleyen etkenlerin belirlenmesi amacıyla tüketici ve tüketim profilini ortaya çıkarmaya yönelik sorular belirlenmiştir. Tüketicilere yönelik bilgilerinin en doğru olarak alınabilmesi amacıyla anket formunda tüketicinin adı ve iletişim adresleri gibi bireysel kimliği öne çıkaran bilgilere yer verilmemiştir. Anket sonucu elde edilen ham veriler, coğrafik dağılımına, yaş gruplarına, öğrenim durumlarına, meslek gruplarına, su ürünleri tüketim sıklığı dağılımına göre gruplama ve sınıflama işlemi uygulanmıştır. Sayısal olmayan veriler bilgisayar ortamında kodlanmış, tüm veriler için aritmetik ortalama, yüzde oransal dağılım yöntemleri kullanılmıştır. Faktörlerin tüketim alışkanlıklarına etkilerinin ve önem düzeylerinin belirlenmesi için korelasyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Gözlenen ve beklenen frekanslar arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için ki-kare testi uygulanmıştır. Anket verilerinin işlenmesi ve analizi için bilgisayar ortamında SPSS yazılımı kullanılmıştır.

## BULGULAR

Su ürünleri tüketim yapısı ve tüketim sıklığını etkileyen etkenlerin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen ankete katılan tüketicilerin % 55'i erkek, %45' i kadın olup, yaş gruplamaları değerlendirildiğinde, 20-29 ve 30-39 yaş grubunun ağırlıklı olduğu görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Ankete katılanların yaş gruplarına göre dağılımları  
Table 1. Distribution of consumers according to age groups

Yaş grupları	n	%
< 20	18	4,5
20-29	137	34,3
30-39	125	31,3
40-49	71	17,8
50-59	34	8,5
≥ 60	15	3,8
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Öğrenim durumları dağılımına göre katılanların % 56' sı yükseköğrenim aşamasında veya bir yükseköğrenim kurumundan mezun, % 33' ü lise mezunu, % 10' luk bölümü ise ilköğretim mezunu olduğu saptanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2. Tüketicilerin öğrenim durumuna göre dağılımı  
Table 2. Distribution of consumers according to education level

Öğrenim Düzeyi	n	%
İlköğretim	40	10,1
Lise	137	34,3
Yüksek öğrenim	223	55,8
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Meslek gruplarına göre dağılımda ise, ankete katılanların % 33'ü işçi ve memurların oluşturduğu işgören sınıfı, % 31' i serbest meslek grubu, % 11' i çiftçi, esnaf veya küçük sanatkârlar, %25' i ise ev hanımı, çalışmayan, emekli ve öğrencilerin oluşturduğu gruptadır (Tablo 3).

Tablo 3. Tüketicilerin meslek gruplarına göre dağılımı  
Table 3. Distribution of consumers according to professions

Meslek Grupları	n	%
İşgören (İşçi / Memur)	132	33
Çiftçi / Esnaf / Küçük sanatkar	43	11
Serbest Meslek (Tacı)	122	31
Diğer *	103	25
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

\* Ev hanımı, çalışmayan, emekli, öğrenci

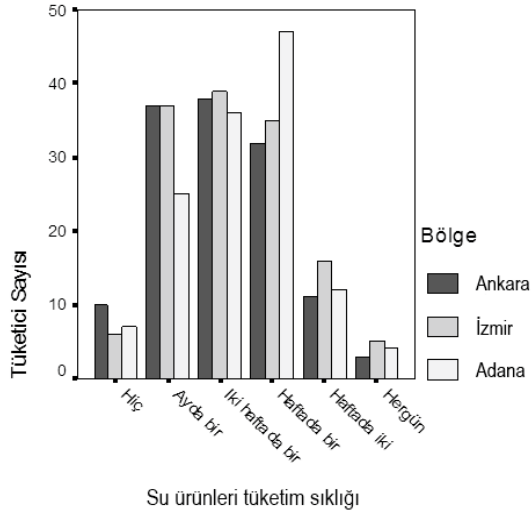
Aylık gıda tüketiminde et türlerine göre tercihler incelendiğinde, tüketicilerin %12' sinin hiç kırmızı et tüketmediği, %30' unun ise haftada 1 kez kırmızı et tükettiği görülmektedir. Tüketicileri %41 'lik bölümü haftada 1 den fazla kırmızı et tüketmektedir. Beyaz et tüketimi kapsamında tavuk ve hindi eti tüketimi değerlendirildiğinde, ankete katılan tüketicilerin %8 'inin hiç tüketmediği, %86 'sının ise haftada bir ve daha fazla tavuk ve hindi eti tükettiği saptanmıştır.

Su ürünleri tüketiminde ise ankete katılanların %6'sı su ürünleri tüketmemekte, %25'i ayda bir, %28' i iki haftada bir, %42'si ise haftada bir ve daha fazla su ürünleri tükettiği saptanmıştır (Tablo 4).

**Tablo 4.** Su ürünleri tüketim sıklığı**Table 4.** Consumption frequency of seafood products

Su ürünleri tüketim sıklığı	n	%
Hiç	23	5,8
Ayda bir	99	24,8
İki haftada bir	113	28,3
Haftada bir	114	28,5
Haftada ikiden çok	39	9,8
Hergün	12	3,0
<b>Toplam</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Su ürünleri tüketmeyen grup oransal olarak en çok Ankara ilinde tespit edilmiş olup Adana ilindeki katılımcılar ikinci sırada gelmektedir. Ayda bir tüketimde ise Ankara ve İzmir için yakın değerler saptanmış, Adana ilinde ise düşük bulunmuştur. Tüketim sıklıkları arasında, iki haftada bir tüketim İzmir ilinde en üst düzeydedir, diğer iki bölge arasındaki farklılık düşük düzeyde bulunmuştur ( $p>0.05$ ). Adana ilinde haftada bir tüketim diğer illere göre en üst düzeydedir ( $p<0.05$ ). Haftada iki ve daha fazla öğünde su ürünleri tüketimi ile her gün su ürünleri tüketimi diğer bölgelere oranla İzmir ilinde istatistiksel anlamda önemli farklılık göstermektedir ( $p<0.05$ ) (Şekil 2).

**Şekil 2.** İncelenen bölgelere göre su ürünleri tüketim sıklığı**Figure 2.** Consumption frequency of seafood according to study area

Tüm bölgelerdeki tüketicilerin % 90' ı su ürünlerini öncelikle taze olarak tüketmeyi tercih etmektedirler. Taze tüketimin yanında tüketicilerin % 40 ' ı konserve ve işlenmiş su ürünleri tüketimi de gerçekleştirmektedirler.

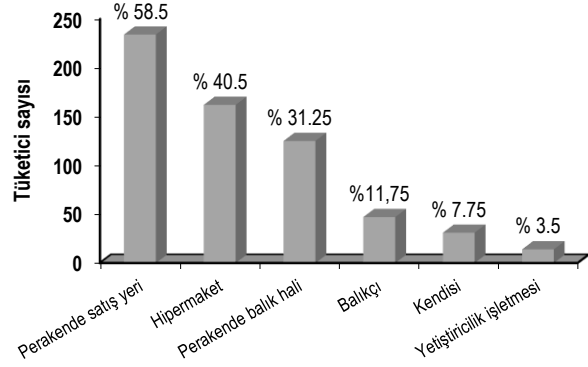
Yaş gruplarına göre su ürünleri tüketim şekli incelendiğinde, tüm yaş gruplarında taze tüketimin öncelikli olduğu görülmektedir. 20 yaş ve altı tüketiciler taze tüketimin yanında diğer yaş gruplarına göre daha yüksek oranda konserve su ürünleri tüketimini tercih etmektedirler. Konserve şeklinde su ürünleri tüketiminde 50-59 yaş aralığındaki tüketiciler ikinci sırayı almaktadır. Dumanlanmış, tuzlanmış ve diğer işlenmiş su ürünleri 60 ve üzeri yaştaki tüketiciler

tarafından tercih edilmekte, diğer tüketici gruplarında ise düşük tercih oranları görülmektedir (Tablo 5)

**Tablo 5.** Yaş gruplarına göre su ürünleri tüketim şekli tercihi**Table 5.** Consumption type of seafood according to age groups

Yaş grubu	n	Taze (%)	İşlenmiş (%)	Konserve (%)
< 20	18	55	14	31
20-29	137	71	13	16
30-39	125	75	8	17
40-49	71	75	10	15
50-59	34	69	9	22
≥ 60	15	75	19	6

Tüketicilerin birçok farklı pazar yerinden su ürünlerini satın almaktadırlar. Bu yerlerin başında perakende su ürünleri satış yerleri (balık satış dükkânları, seyyar satıcılar, semt pazarları) gelmektedir. Hipermarketler ve süpermarketler tüketicilerin % 40,5'i tarafından tercih edilirken, perakende satış yapan balık hallerinin tercih oranı %31,25 olarak görülmektedir. Doğrudan balıkçıdan, yetiştiricilik tesislerinden ve kendisi avlayarak su ürünleri temin tüketicilerin az bir bölümü tarafından tercih edilmektedir (Şekil 3).

**Şekil 3 .** Tüketicilerin tercih ettiği su ürünleri pazarları**Figure 3.** Consumer preferences on seafood markets

Ankete katılan tüm tüketicilerin cevaplarına göre su ürünleri tüketim tercih ve alışkanlıklarını olumsuz yönde etkileyen başlıca 4 etken "yüksek fiyat, pazarda kolaylıkla bulunamaması, su ürünleri çeşitlerinin tanınmaması ve lezzetinin beğenilmemesi" olduğu saptanmıştır. Tüketicilerin %51,5'i su ürünlerinin yüksek fiyatlı olmasının tüketim miktarlarını etkilediğini belirtmektedirler. Su ürünlerinin tanınmaması tüketicilerin %47,5'ini etkilemekte, pazarda kolaylıkla bulunamaması ise tüketicilerin %40,5 'i tarafından tüketimi olumsuz etkileyen etken olarak belirtilmektedir. Su ürünlerinin lezzetinin beğenilmemesi tüm katılımcılar içinde su ürünleri tüketimini olumsuz etkileyen en zayıf etken olarak saptanmıştır.

Hiç su ürünleri tüketmeyen grup incelendiğinde ise, su ürünleri çeşitlerinin tanınmaması tüketimi engelleyen en önemli

etken olarak ortaya çıkmaktadır. Bunu, su ürünleri fiyatlarının tüketicinin alım gücünü aşması ve lezzetinin beğenilmemesi etkenleri eşit ağırlıkta takip etmektedir. Su ürünlerinin pazarda kolaylıkla bulunamaması ise bu grupta tüketimi engelleyen en alt düzey etken olarak görülmektedir.

Su ürünleri tüketim sıklığını etkileyen etkenlerin başında ise su ürünlerinin pazardaki çeşitliliği gelmektedir. Satışa sunulan su ürünlerinin tazelik durumu tüketim sıklığını etkileyen en önemli ikinci etken olarak görülmektedir. Tüketicinin yaşadığı bölge ise tüketim sıklığı davranışını belirleyen bir diğer önemli etkindir.

#### Tüketim eğilimini yönlendiren etkenlerin ilişki düzeyi

Tüketicilerin öğrenim düzeyi ile su ürünleri tüketim sıklığı değişkenleri arasındaki ilişki doğrusal yönlü ve kuvvetli olup ( $r=0.78$ ), su ürünleri tüketim sıklığı ile tüketici yaşı değişkenleri arasındaki ilişki ters yönlüdür ( $r= -0.47$ ). Su ürünleri tüketim tercihini olumlu yönde etkileyen etkenler konusunda tüketicilerin %71'i sağlığa olumlu etkilerini ve lezzetini en önemli tercih nedeni olarak belirtmişlerdir. Ankete katılan tüketicilerin su ürünleri tüketimi eğilimi ile sağlığa faydalı algısı arasındaki ilişki doğrusal ve kuvvetlidir ( $r=0.73$ ). Tüketicilerin öğrenim düzeyi ile su ürünleri tercihinde sağlığa olumlu etkilerine verdikleri önem değişkenleri arasındaki ilişki ise doğrusal yönlü ve kuvvetli bulunmuştur ( $r= 0.73$ ) (Tablo 6).

**Tablo 6.** Su ürünleri tüketim sıklığını etkileyen başlıca etkenlerin ilişki yönü ve önem düzeyi

**Table 6.** Relations and importance of the main factors affecting the frequency of seafood consumption

Değişkenler	r
Su ürünlerinin pazardaki çeşitliliği	0,85
Satışa sunulan su ürünlerinin tazelik durumu	0,84
Tüketicinin yaşadığı bölge	0,80
Tüketicinin öğrenim düzeyi	0,78
Su ürünleri çeşitlerinin tanınması	0,76
Su ürünlerinin sağlığa olumlu etkileri	0,73
Tüketicinin aylık geliri	0,54
Su ürünlerinin satış fiyatı	- 0,77
Tüketicinin yaşı	-0,47

#### TARTIŞMA VE SONUÇ

Su ürünleri tüketimini sınırlandıran etkenlerin büyük bir çoğunluğunun pazarlamaya ilişkin olduğu görülmektedir. Özellikle pazardaki ürün çeşitliliğinin azlığı, satışa sunulan ürünlerin tazelik durumu ve su ürünlerinin satış fiyatları bu etkenlerden en önemlileridir. Pazarlama stratejisi geliştirmeden önce su ürünleri pazarına ilişkin sürekli, kapsamlı ve en önemlisi doğru bilgiler içeren pazar araştırmalarına gereksinim duyulmaktadır. Tüketici yapısı ve gereksinimleri ile pazarlanan ürünün yapısı arasındaki ilişkileri saptamak, ürünün tüketicilerin

beğenisini kazanması ve satışı için koşuldur (Elbek, 1995). Su ürünlerinin satış fiyatları, tüketimde belirleyici bir diğer önemli etkindir. Su ürünleri pazarlama kanalının düzensiz ve kontrolsüz yapısı nedeniyle oluşan pazarlama maliyetlerinin yüksek olması tüketiciye ulaşan su ürünlerinin fiyatlarının yükselmesine neden olmaktadır. Özellikle taze olarak satışa sunulan su ürünlerinin hızlı ve soğutmalı araçlarda taşınması gerekliliği ve bu tür hizmetlerin yüksek maliyeti de tüketici fiyatlarına yansıyan unsurlardır. Bunun yanında avcılık yoluyla sağlanan su ürünleri miktarında mevsimsel değişkenliğin pazarda yansımaları, su ürünleri yetiştiricilik işletmelerinin sınırlı ürün dağıtım yapısı, ağırlıklı olarak dışalım yoluyla sağlanan hammadde ve doğal risklere bağlı olarak işlenmiş ürünü fiyatlarının yüksek olması, su ürünleri pazarındaki çeşitliliğin azlığı, istem dengesizliği ve bu istemin gelir ve fiyat esnekliği ile sınırlı olması pazardaki fiyatları arttıran başlıca etkenlerdir.

Su ürünleri çeşitlerinin tüketici tarafından tanınması, su ürünlerinin sağlığa olumlu etkilerinin bilinmesi ve tüketicinin öğrenim düzeyi etkenleri de tüketiciye yönelik eğitim çalışmaları planlamasında önem kazanmaktadır. Eğitim düzeyi yüksek tüketicilerin su ürünleri tercihinde sağlıklı besin algısı öne çıkan en önemli unsurdur. Araştırma bulgularına göre ayda bir ve en fazla iki öğünde su ürünleri tüketen grup %53' lük bir paya sahipken, hiç tüketmeyenler % 6' lık bir bölümü oluşturmaktadır. Haftada bir öğün su ürünleri tüketenler ise %29' luk grubu oluşturmaktadırlar. Az tüketen grupta, tüketimi sınırlandıran etkenler incelendiğinde su ürünlerinin fiyatlarının yüksekliği, su ürünleri çeşitlerinin tanınmaması ve pazarda kolaylıkla bulunamaması gibi etkenler ağırlıklı olarak öne çıkmaktadır. Bu grupta su ürünlerinin lezzetinin beğenilmemesi, oldukça az sayıda tüketici tarafından tüketimi sınırlandıran neden olarak belirtilmektedir.

İncelenen bölgelerdeki tüketicilerin %90'ı taze-soğutulmuş su ürünleri tüketimi eğilimindedirler bu eğilim su ürünleri tüketimi üzerine yapılan diğer araştırmalarla benzerlik göstermektedir (Aydın ve Karadurmuş, 2012, 2013; Çolakoğlu vd., 2006; Orhan ve Yüksel, 2010; Şen vd., 2008). Ancak özellikle denizden uzak bölgelerde taze su ürünlerinin pazarlama zincirinin yetersizliği pazardaki ürün çeşitliliğini azaltmaktadır. Tunceli (Yüksel vd., 2011) ve Elazığ (Şen vd., 2008) il merkezlerinde yapılan su ürünleri tüketim araştırmalarında ailelerin istedikleri su ürünleri çeşitliliğine ulaşamadıklarını ve bu durumun su ürünleri satın alma eğilimlerini etkilediğini belirtmişlerdir. Bu çalışmada da özellikle denizden uzak bölgelerde pazardaki su ürünleri çeşitliliğinin tüketim sıklıklarını belirleyen en önemli etken olduğu saptanmıştır. Su ürünlerinin pazarda hem devamlılığını hem de çeşitliliğini sağlama da önemli bir unsur olan yetiştiricilik sektörü ise dağıtım kanalında henüz etkin olarak yer alamamaktadır. Bunun sonucunda yetiştiricilik ürünleri incelenen pazarlarda henüz tüketim sıklığını ve alışkanlıklarını etkileyecek düzeyde bilinirlik kazanamamıştır.

Aydın ve Karadurmuş (2012) tüketicilerin su ürünü temini için daha çok balık satış yerlerini tercih ettiklerini bildirmişlerdir. Benzer olarak bu araştırmada da tüketicilerin su ürünlerini satın

aldıkları pazar tercihlerinde, yoğunluklu olarak, su ürünleri satışına yönelik çalışan özelleşmiş perakende balık satıcılarına yöneldikleri gözlenmektedir. Bu tür satış yerlerinin çok çeşitli ve günlük su ürünleri pazarlamaları, satılan ürünlerin tazeliği ve hijyeni konusunda güvenilir olmaları, satıcıların tüketiciye bireysel ilgi göstermeleri, satın alınan su ürünlerinin temizlenmesi ve ayıklanması konusunda çoğunlukla ücretsiz hizmet vermeleri, tercih edilmelerindeki önemli etkenlerdendir. Özellikle 40 ve üzeri yaşlardaki tüketicilerin tercih ettiği su ürünleri perakende satış yerlerinin, sayıca artması ve bu yerlerde su ürünleri konusunda uzman elemanlar çalıştırılması, pazarlamada standartlaşmayı ve rekabeti beraberinde getirebilecek ve hijyen koşullarını sağlayamaması nedeniyle tüketimi sınırlandıran sokak satıcıları, tekneden yada semt pazarlarında satış yapan benzeri satıcıların pazardan çekilmesini veya modernizasyonunu zorunlu hale getirebilecektir. Tüketicinin yoğun olarak tercih ettiği balık satıcılarında ürün çeşitlenmesine gidilmesi ve bu tür satış yerlerinin, tüketicilerin su ürünleri konusunda kolaylıkla bilgi alabileceği merkezler haline getirilmesi tüketim alışkanlıklarını arttıracak uygulamalardır. Ancak bu tür satış yerlerinin güvenilirliğinin artırılması için ilgili kurumlarca sık ve titizlikle denetlenmesi gerekmektedir. Taze su ürünleri pazarında son yıllarda yaygın olarak hizmet veren süpermarketler ve hipermarketlerin etkinliği de hızla artmaktadır (Adıgüzel vd., 2009; Çolakoğlu vd., 2006; Erdal ve Esengün, 2008). Özellikle hijyen şartlarına uygun, her zaman taze, bol çeşitli ürünleri ve fiyat seçenekleri ile değişik gelir gruplarındaki tüketicilere hizmet veren bu tip satış noktaları temizleme ayıklama gibi hizmetleri ile de tüketicilerin tercihlerinde etkili olduğu görülmektedir.

## KAYNAKÇA

- Adıgüzel, F., Civelek, O., Sayılı, M. & Büyükbay, E. O. (2009). Fish Consumption of Households in Almus County of Tokat Province (in Turkish with English abstract) *Gaziosmanpaşa University Journal of Agriculture Faculty*, 2009(2).
- Aydın, M. & Karadurmuş, U. (2012). Consumer Behaviours for Seafood in Ordu Province. *Yunus Research Bulletin*, 2012(3).
- Aydın, M. & Karadurmuş, U. (2013). Consumer Behaviors for Seafood in Giresun and Trabzon Province (in Turkish with English abstract). *The Black Sea Journal of Sciences*, 3(9): 57-71.
- Babicz-Zielinska, E. (1999). Food preferences among the Polish young adults. *Food quality and Preference*, 10(2): 139-145. doi: 10.1016/S0950-3293(99)00005-1
- Baysal, A. (2003). Sosyal eşitsizliklerin beslenmeye etkisi (in Turkish). *CÜ Journal of Faculty of Medicine*, 25(4): 66-72.
- BSGM. (2014). Fisheries statistics (pp. 13). Ankara: General Directorate of Fisheries and Aquaculture
- Çolakoğlu, F. A., İşmen, A., Özen, Ö., Çakır, F., Yiğın, Ç. & Ormanci, H. B. (2006). The evaluation of fish consumption in Çanakkale (in Turkish with English abstract). *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 23(3): 387-392.
- Elbek, A. G., 1995. Market research in seafood (in Turkish) (Vol. 48). İzmir: Ege University Faculty of Fisheries Publications.
- Elbek, A. G., Oktay, E. & Saygı, H. (2002). Statistics (in Turkish) (Vol.19). İzmir: Ege University Faculty of Fisheries Publications.
- Elbek, A. G., Saygı, H. & Emiroğlu, D., 1999. Seafood consumption in İzmir province (in Turkish). İzmir: Ege University Faculty of Fisheries Publications.
- Erdal, G. & Esengün, K. (2008). The analysis of the factors affecting fish consumption in Tokat province by logit model (in Turkish with English abstract). *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 25(3): 203-209.
- FAO. (2014). Fishery Commodities Global Production and Trade (online query). Retrieved from: <http://www.fao.org/fishery/topic/16140/en>, (24.11.2014)
- Gedrich, K. (2003). Determinants of nutritional behaviour: a multitude of levers for successful intervention? *Appetite*, 41(3): 231-238. doi: 10.1016/j.appet.2003.08.005
- Güler, S. (2010). Turkish Kitchen Culture and Eating and Drinking Habits (in Turkish with English abstract). *Dumlupınar University, Journal of Social Sciences*, 26: 24-30.
- Hatırlı, S. A. & Demircan, V. (2004). An analysis of households' fish consumption in Isparta province (in Turkish with English abstract). *Süleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 9(1):245-256.
- İnan, E. Y. O. İ. (2009). Determination of Consumer Behaviour Dynamics Relating to Food Products: "Trakya Region Example" (in Turkish with English abstract). *Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 6(1): 01-10.
- Kızılaslan, N. & Kızılaslan, H. (2008). Knowledge Level and Attitudes of the Consumers Related to the Food Products They Buy (Tokat City Example) (in Turkish with English abstract). *Journal of Agricultural Faculty of Uludağ University*, 22(2): 67-74.

- Myrland, Ø., Trondsen, T., Johnston, R. S. & Lund, E. (2000). Determinants of seafood consumption in Norway: lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption. *Food quality and Preference*, 11(3): 169-188. doi: [10.1016/S0950-3293\(99\)00034-8](https://doi.org/10.1016/S0950-3293(99)00034-8)
- Oğuzhan, P., Angış, S. & Atamanalp, M. (2009). A research on the habits fish products consumption of consumers determination in Erzurum (in Turkish with English abstract). XV. National Fisheries Symposium, 01-04 July 2009, Rize: 01-04.
- Orhan, H. & Yüksel, O. (2010). Fishery product consumption survey in Burdur Province (in Turkish with English abstract). *Süleyman Demirel University Journal of Agriculture Faculty*, 5(1): 1-7.
- Şen, B., Canpolat, Ö., Sevim, A. F. & Sönmez, F. (2008). The Evaluation of Fish Consumption in Elazığ (in Turkish with English abstract). *Science and Eng. J of Fırat Univ*, 20(3): 433-437.
- Şenol, Ş. & Saygı, H. (2001). Econometric model for seafood consumption (in Turkish with English abstract). *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 18(3): 383-390.
- Yüksel, F., Kuzgun, N. K. & Özer, E. İ. (2011). Determination of the Fish Consumption Habits of Tunceli Province (in Turkish with English abstract). *The Black Sea Journal of Science*, 2(5):28-36.