

**Ara tırma Makalesi
Research Article**

**Su Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler:
Ankara li Örne i**

Gonca GÜL YAVUZ*, Zeliha YASAN ATASEVEN, Umut GÜL, Z. Nihal GÜLAÇ

Tarımsal Ekonomi ve Politika Geli tırme Enstitüsü, Ankara, Türkiye.

* Sorumlu yazar: Tel: +90 312 287 58 33
e-posta: ggulyavuz@hotmail.com

Geli Tarihi:16.04.2014
Kabul Tarihi:02.10.2014

Abstract

Factors Affecting Consumer Preferences on Seafood Consumption: The Case of Ankara

This study has been conducted to examine the seafood consumption level and behaviors of the consumers in Ankara. In the determination of sample size, proportional sampling method was used and the sample size was calculated as 167. Datas were collected from randomly selected individuals with using face to face questionnaires. In the study, secondary datas and previous studies relevant with the subject were also used. At the results of the study, possible effects of the socio-economic characteristics of consumers on seafood consumption determined with using nonlinear canonical correlation analysis. At the end of the analyses, it is possible to say that, consumers with lower education level sensitive to price while consumers with higher income level sensitive to flavor.

Keywords: Seafood, Consumer preferences, Nonlinear canonical correlation analysis.

Özet

Bu çalı ma, Ankara ilinde tüketicilerin su ürünleri tüketim düzeylerini ve tüketim davranı larını incelemek amacıyla yapılmı tır. Örnek hacminin belirlenmesinde oransal örnekleme yöntemi kullanılmı ve örnek hacmi 167 olarak hesaplanmı tır. Veriler, tesadüfi olarak seçilmi olan bireylerden yüz yüze yapılan anketlerle toplanmı tır. Ayrıca ara tırmada ikincil verilerden ve daha önce konuyla ilgili yapılmı olan çalı malardan da yararlanılmı tır. Ara tırma sonuçlarında tüketicilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin su ürünleri tüketimi üzerindeki olası etkilerini belirlemek için Do rusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi (DOKKA) kullanılmı tır. Analiz sonuçlarına göre e titim düzeyi azaldıkça tüketicilerin fiyata duyarlılıkları artarken, gelir düzeyi arttıkça lezzet faktörünün önem kazandı nı söylemek mümkündür.

Anahtar Kelimeler: Su ürünleri, Tüketici tercihleri, Do rusal olmayan kanonik korelasyon analizi.

Giri

Son yıllarda artan dünya nüfusu, hayvan- sal kökenli protein kaynaklarının yetersizli ine neden olmakla birlikte, bu protein aç ını en iyi derecede ve ucuz bir e kilde gidermede yarar- lanılacak kaynakların ba nda, gün geçtikçe daha çok önem kazanan ve hayvansal protein

açısından beslenmede önemli bir yere sahip olan su ürünleri gelmektedir (Aydın ve Karadurmu , 2012, Anonim 2012).

Dünya su ürünleri üretimi (su bitkileri hariç) 2012 yılında 90,4 milyon tonu avcılıkla, 66,6 milyon tonu da yeti tiricilikle olmak üzere

157 milyon ton olmu tur. En büyük 25 üretici ülke, avcılık ve yeti tiricilik yolları ile toplam dünya üretiminin %82,8'ini gerçekle tirmektedir. Su ürünleri üretiminde dünyada ilk sırayı Çin alırken onu Hindistan, Myanmar ve Banglade takip etmektedir (Anonim 2014a). Türkiye su ürünleri üretimi yıllar içerisinde dalgalanmalar göstermiş olup 2012 yılında bir önceki yıla göre %8,34 azalarak 644.852 ton olarak gerçekle mi tir. Üretimin %48,95'ini deniz balıkları, %12,51'ini di er deniz ürünleri, %5,6'sını içsu ürünleri ve %32,94'ünü yeti tiricilik olu turmaktadır. Avcılıkla yapılan üretim 432.442 ton olurken, yeti tiricilik üretimi ise 212.410 ton olarak gerçekle mi tir. Yeti tiricilik üretiminin %52,52'si içsularda, %47,48'i ise denizlerde gerçekle mektedir.

Yeti tirilen en önemli türler arasında içsularda %52,42 ile alabalık, denizlerde ise %30,84 ile levrek ve %14,47 ile çipura gelmektedir. Deniz ürünleri üretiminde ilk sırayı %41,31'lik oran ile Do u Karadeniz Bölgesi alırken, bu bölgeyi %30,02 ile Batı Karadeniz, %12,26 ile Marmara, %9,41 ile Ege ve %7 ile Akdeniz Bölgeleri izlemektedir. Türkiye'deki su ürünleri üretiminin %83'ü insan gıdası olarak iç tüketimde, %15'i balık unu olarak veya fabrikalarca i lenerek de erlendirilirken, %2'lik pay ise de erlendirilemeyen kısmı olu turmaktadır (Anonim 2014b).

Ki i ba ı su ürünleri tüketiminde dünya ortalaması 16,3kg/yıl, geli mi ülkeler ortalaması 23,8 kg/yıl olmakla birlikte geli mekte olan ülkelerde bu oran 14,3 kg/yıl'dır (Anonim, 2012). Türkiye'de ise ki i ba ına dü en su ürünleri tüketimi çok dü ük seviyelerdedir. Yıllar itibariyle Türkiye su ürünleri tüketimi son 5 yıl içerisinde 6,3 ile 8,2 kg/yıl arasında de i mekte olup 2012 yılı verisine göre ki i ba ına tüketim 7,1 kg olarak gerçekle mi tir (Anonim 2014b). Su ürünleri tüketimi bölgeler arasında farklılık göstermekte olup kıyı bölgelerde ki i ba ı 25 kg/yıl iken ç, Do u ve

Güneydo u Anadolu Bölgelerinde 1 kg/yıl'a kadar azalmaktadır (ahin, 2011). Bunun nedeni özellikle denize kıyısı olmayan ehirlerde balı ın yeterince tanıtılmaması veya daha pahalı maliyetlerle o bölgelere ula tırılmasından kaynaklanmaktadır (Çolako lu vd., 2006).

Türkiye'de su ürünleri tüketimi ile ilgili yapılan birçok çalı ma bulunmakta olup bu çalı malardan bazıları; Trabzon, Giresun, Çanakkale, Burdur, Tokat, Erzurum ve Isparta illerinde yürütülmü tür. Yapılan çalı malarda genel olarak; ankete katılan ki ilerinin %90 gibi büyük bir kısmının balık tüketti i ve tüketme sebebi olarak balık etinin sa lıklı olması bulunurken, tüketmeyenlerin ise tüketmeme sebepleri kokusunu sevmemeleri ve aile alı kanlıklarının olmaması olarak bulunmu tur. Balık tüketiminde genel olarak taze tüketimin tercih edildi i ve balı ın sabit bir balık satı yerinden alındı ı bulunmu tur. Genel olarak tercih edilen balık türü ise hamsidir. Yine bu ara tırmalara göre balık tüketiminde en fazla tüketim Trabzon ve Giresun'da 29,52 kg/yıl bulunurken deniz kıyısında olmasına kar ın Çanakkale'de 1-6 kg/yıl olarak tespit edilmi tir. Çalı maların yapıldı ı di er iller olan Tokat'ta 14 kg/yıl, Elazı 'da 3,3 kg/yıl, Isparta'da ise 3,8 kg/yıl olarak bulunmu tur. Balık haricinde su ürünleri tüketiminde öncelikli tercih ise midye olarak belirlenmi tir (Adıgüzel, vd., 2009; Aydın ve Karadurmu , 2013; Çiçek vd., 2014; Çolako lu vd., 2006; Erdal ve Esengül, 2008; Hatırlı vd., 2004; Orhan ve Yüksel, 2010). Ayrıca yapılan literatür incelemesinde Ankara'da su ürünleri tüketimiyle ilgili bir çalı maya rastlanmamı tır.

Bu nedenle bu çalı mada insan sa lı ı bakımından önemli bir protein kayna ı olan su ürünlerinin ki i ba ına tüketim oranının oldukça dü ük oldu u bölgelerden birinde yer alan Ankara'da tüketim durumunun ve tüketici-

lerin su ürünleri tüketim tercihlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Materyal ve Yöntem

Ankara ilinde 2013 yılı nüfus verilerine göre 5.045.083 kişi yaşımaktadır. Türkiye nüfusunun %64.4'ü TÜİK istatistiklerine göre aktif nüfus olarak hesaplanmıştır olup, çalışmada kullanılan ana kitle 3.229.033 kişi olarak belirlenmiştir. Görülen tüketicilere ilişkin örnekler, oransal örnek hacmi formülü kullanılarak tespit edilmiştir (Newbold, 1995). Maksimum örnek hacmine ulaşabilmek için p deeri kadın ve erkek için 0.5 olarak alınmıştır. Hesaplanan anakitle oranına ait %90 güven aralığını, örnek oranının %1 ile iki tarafında uzanması esas alınmıştır. Bu hesaplamalara göre; toplam olarak 167 tüketici ile yapılan anket çalışması, Ocak-ubat 2014 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Su ürünleri tüketiminde tüketici tercihlerini etkileyen faktörleri incelemek için kullanılan DOKKA'nın temelini Klasik Doğrusal Kanonik Korelasyon Analizi (KKKA) oluşturmaktadır. Hotelling tarafından 1936'da geliştirilen olan KKKA, bağımsız deikenlerle oluşturulan küme ile bağımlı deikenlerin oluşturduğu küme arasındaki ilişkinin derecesini (korelasyonunu) ortaya koyan çok deikenli istatistik analiz tekniklerinden biridir (Tekin, 1993). KKKA için kimi gereken varsayımlar bulunmaktadır. Bu varsayımlar; deikenlerin çok deikenli normal dağılım göstermesi, analiz sonucunun güvenilir olması için setlerdeki veri sayısının yeterince çok olması, veri setinde aykırı deiklerin bulunmaması, veri matrisinde gereğinden fazla ve problemle alakası olmayan deikenlerin yer almaması ve deikenler arasında tam korelasyon bulunmaması şeklindedir (Golob, 1985; Filiz ve Kolukısao lu, 2012; Ozer ve Akcay, 2013). Ayrıca KKKA'da deikenler eşit aralıklı veya oranlı ölçekli

olmalıdır (Süt, 2001). Sözü edilen bu varsayımların biri veya birkaçının sağlanmaması durumunda DOKKA kullanılır (Gifi, 1989). DOKKA, ilk olarak 1981'de Gifi tarafından ortaya konmuştur (Giray, 2011). Analiz, iki veya daha fazla sayıdaki deiken kümesini inceleyerek, kümelerin birbirine ne kadar benzediğini araştırmaktadır (Hsieh, 2001).

Bu çalışmada tüketicilerin demografik özelliklerin yanı sıra su ürünlerinde tüketici algısını incelemek amacıyla 2 ayrı set altında yer alan 8 deiken ile analizler gerçekleştirilmiştir (Tablo 1).

Analizin deiyinde nominal, ordinal ve nicel (aralık ve oransal ölçek) gibi farklı ölçek tipleri ile ölçülmüş veriler dahil edilebilmekte olup, iki boyutlu haritalarda deikenlerin grafiksel gösterimine de yer vermesi analizin çekiciliğini ortaya koymaktadır (Theodosiou vd., 2012; Süt, 2001; Michailidis ve de Leeuw, 1996). Gifi, terminolojisinde deier çok deikenli analiz tekniklerine benzer şekilde, bir kayıp fonksiyonu ve kısıtlar ile tanımlanmaktadır.

DOKKA da, ağırlıklandırma yoluyla homojenliğin maksimize edilmesine ilişkin bir kayıp fonksiyonu şeklinde tanımlanmaktadır (Golob ve Recker, 2003; Hsieh, 2001; Burg ve de Leeuw, 1988; Michailidis ve de Leeuw, 1996). Analiz sonucunda boyutlar arasındaki ilişkinin derecesi kanonik korelasyon katsayısı ile yorumlanır. Bu deier 0 ile 1 arasında olup yüzde deeri olarak ifade edilmektedir. Analiz sonrasında kanonik korelasyon katsayısı görülemez ancak ağırdaki formül yardımıyla elde edilebilir (Meulman ve Heiser, 2005). DOKKA uygulama sonuçlarında, kanonik korelasyon katsayısı dışında herhangi bir test deeri bulunmamaktadır (Golob ve Recker, 2003).

Kanonik Korelasyon = $(\text{Set Sayısı} \times \text{Özdeier})^{-1} / (\text{Set Sayısı} - 1)$

Bulgular

Ara tırma alanında anket uygulanan tüketicilerin %52,1'i kadınlardan, %47,9'u ise erkeklerden olmaktadır. Bununla birlikte, tüketicilerin %42,5'i 18-35 ya arasında. 36-50 ya arasındaki tüketicilerin oranı %35,9'dur. 51 ya ve üzerindeki tüketicilerin oranı ise %21,6 olup maksimum ya 71'dir. Genel olarak de erlendirildi inde ise tüketicilerin ya ları ortalaması 40,7 olarak bulunmu tur. Ayrıca tüketicilerin %71,9'u evli, %28,1'i ise bekar. Ayrıca tüketicilerin %13,2'si ilkokul, %8,4'ü ortaokul, %31,1'i lise, %4,8'i yüksekokul, %37,1'i ise üniversite mezunudur. Tüketicilerin %2,4'ü okuma-yazma bilmezken, %3'ü sadece okur-yazardır. Genel olarak de erlendirildi inde ise tüketicilerin %73 ile ço unluğunun lise ve üstü e itime sahip oldu u söylenebilir. Tüketicilerin %74,9 ile büyük ço unlu u çalı maktadır. Tüketicilerin %34,1'i kamu çalı anlarından, %28,1'i özel sektör

çalı anlarından ve %12'si serbest meslek sahiplerinden olmaktadır. Çalı mayan tüketicilerin oranı %25,1 olup çalı mayan tüketicilerin %12'sini emekliler, %9,6'sını ise ev hanımları olmaktadır.

Tüketicilerin hanelerinde ya ayan birey sayısı incelendi inde; iki, üç ve dört ki ilik hanelerin ço unlukta oldu u anlaşılmı tur. Nitekim tüketicilerin %22,2'sinin hanesinde 2 ki i varken, %31,7'sinin hanesinde 3 ki i, %29,3'ünün hanesinde ise 4 ki i bulunmaktadır. Yalnız ya ayan tüketicilerin oranı %3 iken haneindeki birey sayısı 5 ve üzerinde olan tüketicilerin oranı 13,8'dir. Genel olarak de erlendirildi inde ise tüketicilerin hanelerindeki birey sayısının ortalaması 3,4 oldu u belirlenmi tir. Tüketicilerin hanelerinde çalı an birey sayıları incelendi inde; hanesinde bir bireyin çalı tı tı tüketicilerin oranı %33,5 iken iki bireyin çalı tı tı tüketicilerin oranı %58,7'dir.

Tablo 1. De i ken listesi ve optimal ölçekleme düzeyleri

Setler	Optimal Ölçekleme Adı ve Düzeyi	Kategori
1	E itim (Ordinal)	İlkokul (İk) Ortaokul (Ort) Lise (lise) Yüksek Ö renim(Yokul)
	Ya (Ordinal)	18-35Ya 36-50Ya 51-+ Ya
	Cinsiyet (Nominal)	Erkek (Er) Kadın (Ka)
	Gelir Seviyesi (Ordinal)	1000-2000TL (g1) 2001-4000TL (g2) 4001TL-+ (g3)
	C18.Balık tüketme sıklı ınız nedir? (Nominal)	Haftada birkaç kez(hbk) Haftada bir (h1) 15 günde bir (15gb) Ayda bir (ay1) Di er(ay1+)
	C26.Balık alırken neye dikkat edersiniz? (Nominal)	Fiyatı (fiy) Lezzeti (lez) Az kılçıklı olması (az) Mevsimi (mev) Di er(DD)
	C28.Balı ı genel olarak nereden alırsınız? (Nominal)	Hal (hal) Balıkçı (bal) Seyyar Satıcı (sey) Market (mar) Pazar(paz)
	C30.Balık alırken hangisini tercih edersiniz?(Nominal)	Deniz (den) Denizde yeti tiriler(deny) Havuzda yeti tirme (hav)

Bir ve iki çalı anın bulundu u hanelerin toplamı ise %92,2 ile tüketicilerin büyük ço unlu unu olu turmaktadır. Genel olarak de erlendirildi inde de tüketicilerin hanelerinde çalı an birey sayısının ortalama 1,8 oldu u belirlenmi tir..

Tüketicilerin %31,1'inin aylık toplam geliri (hane geliri olarak) 1000-2000 TL arasındadır. Tüketicilerin %34,7'sinin aylık toplam geliri 2001-4000 TL arasındayken %34,2'sinin

geliri ise 4000 TL'nin üzerindedir (Tablo 2).

Tüketicilerin et tüketim tercihleri incelendi inde; %52,8 ile kırmızı etin birinci tercih, %49,2 ile tavuk etinin ikinci tercih ve %51,7 ile balı ın üçüncü tercih oldu u anlaşı lmaktadır. Et tüketim tercih sıralamasında tüketicilerin sadece %17,8'i balı ı ilk tercihleri olarak belirtirken %30,5'i de ikinci tercihleri olarak belirtmi tir (Tablo 3).

Tablo 2. Tüketicilerin Bireysel Özellikleri

Bireysel Özellikler		Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	87	52,1
	Erkek	80	47,9
Ya	18-35	71	42,5
	36-50	60	35,9
	51 +	36	21,6
Medeni Durum	Evli	120	71,9
	Bekar	47	28,1
	Okuma yazma yok	4	2,4
	Okuryazar	5	3,0
E itim	İlkokul	22	13,2
	Ortaokul	14	8,4
	Lise	52	31,1
	Yüksekokul	8	4,8
	Üniversite	62	37,1
Çalı ma Durumu	Çalı yor	125	74,9
	Çalı mıyor	42	25,1
	Serbest meslek sahibi	20	12,5
	Kamu çalı anı	57	35,6
Meslek	Özel sektör çalı anı	47	29,4
	Emekli	20	12,5
	Ev hanımı	16	10,0
	1000-2000	52	31,1
Toplam Gelir (TL, Aylık hane geliri)	2001-4000	58	34,7
	4001 +	57	34,2

Tablo 3. Tüketicilerin Et Tüketiminde Tercih Sıralaması

Tercih Sıralaması	Kırmızı Et		Tavuk Eti		Balık	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1	89	53,3	49	29,3	29	17,7
2	33	19,8	83	49,7	51	31,1
3	45	26,9	35	21,0	84	51,2
Toplam	167	100	167	100	164	100

Daha önce yapılmı benzer çalı malar incelendi inde ise; Aydın ve Karadurmu (2013) tarafından Trabzon ve Giresun illerinde yapılan çalı mada et tüketim tercihlerinde su ürünleri ilk sırada yer alırken ikinci sırada tavuk eti yer almı tır.

Çolako lu vd. (2006) tarafından Çanak-kale ilinde yapılan çalı ma da ise beyaz et ilk sırada yer alırken su ürünleri ikinci sırada bulunmu tur. Bu durum ara tırma yapılan illerin sahil kenti olmasından kaynaklanabilece i ileri sürülebilir.

Tüketicilerin %1,8'i (3 ki i) kesinlikle balık tüketmemektedir (bu nedenle Tablo 3'de yeralan Balık tüketiminde tercih sıralamasını cevaplayan tüketici sayısı 164'dür). Bununla birlikte balık tüketenlerin tamamı balı ı taze olarak tüketmeyi tercih etmekte olup, %1,8'i konserve, %1,2'si de salamura olarak da balık tükettiklerini bildirmi lerdir. Bu sonuç yapılmı ara tırmalarla da paralellik göstermektedir. Nitekim Türkiye'de toplam deniz balıkları üretiminde, üretimin %70'i ham ve i lenmemi halde yani taze olarak tüketilmektedir. Dondurulmu , konserve edilmi , tuzlanmı ve marinat deniz ürünleri tüketimi ise oldukça dü üktür (Kutlu ve Mısır, 2007). Ayrıca tüketicilerin %85,4'ü genel olarak deniz balı mını tercih ettiklerini belirtmi lerdir. Çiçek vd. (2014) tarafından Elazı ilinde yapılan çalı mada da Elazı ilinde büyük bir alabalık yeti tiricili i ve sazangil avcılı ıyla üretim potansiyeli olmasına ra men, deniz balıklarının daha fazla tüketildi i tespit edilmi tir.

Tüketicilerin %52,7'sinin düzenli bir ekilde balık tüketti i tespit edilirken, %47,3'ünün ise düzenli olarak balık tüketmedikleri belirlenmi tir. Tüketicilerin balık tüketimlerini yeterli bulup bulmadıkları incelendi inde ise yeterli bulanların oranı %41,3 iken yeterli bulmayanların oranı %58,7'dir. Bu oranlar bize düzenli ekilde balık tüketti i halde, balık tüketimini yeterli bulmayan

tüketicilerin varlı mını da göstermektedir. Yeterli miktarda balık tüketmediklerini dü ünen tüketicilerin bu davranı larında etkili olan faktörler incelendi inde %35,7 ile balık kokusunun rahatsız etmesi en önemli faktör olarak kar ımıza çıkmaktadır. %21,4 ile balık fiyatları ve %18,4 ile hazırlamasının zahmetli olması ise yeterli miktarda tüketmeme sebepleri arasında önde gelen faktörlerdir.

Tüketicilerin balık tüketme sıklı ı incelendi inde %29,3'ünün haftada bir kez, %25,6'sının ise haftada birkaç kez balık tüketti i belirlenmi tir. Buna göre tüketicilerin %54,9 ile yarısından fazlasının haftada en az bir kere balık tüketti i söylenebilir. Bununla birlikte tüketicilerin %24,4'ü iki haftada bir balık tüketirken, %20,7'si ayda bir kez balık tükettiklerini bildirmi lerdir. Çiçek vd. (2014) tarafından yapılan çalı mada Elazı ilinde haftada bir balık tüketenlerin oranı %25, iki haftada bir tüketenlerin oranı %28 bulunurken, Çolako lu vd. (2006) tarafından Çanak-kale ilinde yapılan çalı mada ise haftada bir balık tüketenlerin oranı %43-46 bulunmu tur. Ankara ilinde balık tüketim sıklı mının sahil illerine yakın oldu u dikkat çekmektedir.

Balık tüketiminden aldı ı %56,1 pay ile hamsi tüketilen balık türleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Daha önce yapılan benzer çalı malarda da tüketicilerin ilk tercihi olarak hamsi tespit edilmi tir. Bu nedenle Erdal ve Esengül, (2008) tarafından yapılan çalı mada Tokat ilinde balık tüketiminin yo un oldu u mevsim %74 ile kı aylarında, özellikle hamsi sezonunun açıldı ı zaman olarak bulunmu tur.

Hamsiyi %11 ile çipura, %8,5 ile alabalık ve %6,7 ile levrek takip etmektedir. Ayrıca tüketicilere balık dı nda su ürünleri tüketip tüketmedikleri sorulmu tur. Buna göre tüketicilerin %24,4'ü balık haricinde de su ürünleri tükettiklerini belirtirken, %75,6'sı tüketmediklerini belirtmi tir.

Tüketilen su ürünleri içerisinde ilk sırayı %47,5 ile midye alırken, %32,5 iken kalamar ikinci sırada, %20 ile karides ise üçüncü sırada yer almaktadır. Tüketilen balık miktarı incelendiğinde tüketicilerin %30,5'inin bir ayda 2 ile 3,9 kg arasında, yine %30,5'inin 4 ile 5,9 kg arasında balık tükettiği belirlenmiştir. Ayrıca tüketicilerin %23,8'i ayda 2 kg'a kadar balık tüketmekte olup, aylık balık tüketimindeki minimum değer 0,25 kg'dır. Ayda 6 kg ve üzerinde balık tüketenlerin oranı ise %20,7 olup bu kategorideki maksimum tüketim miktarı 12 kg'dır.

Genel olarak değerlendirildiğinde ise tüketicilerin aylık ortalama 3,4 kg balık tükettikleri belirlenmiştir. Hatırlı vd. (2004) tarafından Isparta ilinde yapılan çalışmada aylık balık tüketimi aile ve kişi başına sırası ile 3,78 kg ve 1,03 kg bulunmuştur.

Çolakolu vd. (2006) tarafından Çanak-kale ilinde yapılan çalışmada katılımcıların %80-88'inin ayda 1-6 kg balık tükettikleri, Çiçek vd. (2014) tarafından Elazığ ilinde yapılan çalışmada ise balık tüketiminin kişi başına 3,3 kg/yıl, Adıgüzel vd. (2009) tarafından Tokat ilinde yapılan çalışmada 14,71 kg/yıl, Elbek vd. (1997) tarafından İzmir ili kıyılarında yapılan çalışmada 26,3 kg/yıl, Aydın ve Karadurmuş, (2013) tarafından Trabzon ve Giresun illerinde bölgesinde yapılan çalışmalarıda ise Bulancak'ta 43,8 kg/yıl, Giresun'da 28,08 kg/yıl, Trabzon'da 28,08 kg/yıl, Akçaabat'ta 22,56 kg/yıl olarak bulunmuştur. Ele alınan araştırmalar incelendiğinde Türkiye genelinde balık tüketiminin birbirine yakın olduğu ancak bu rakamın özellikle sahil kesimlerinde arttığı söylenebilir. Araştırmanın yapıldığı Ankara ilinde de araştırma yapılan iç bölgelere göre balık tüketiminin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tüketicilerin %51,3 ile yarısından fazlası balık satıcı yerinden (balıkçılardan) alırken, %31,1'i marketlerden, %15,2'si balık

halinden, %1,8'i seyyar satıcılardan ve %0,6'sı da pazardan almaktadır. Tüketicilerin balık alırken dikkat ettiği en önemli iki unsur %41,5 ile alacakları balığın mevsimi olması ve %22 ile fiyatıdır. Lezzeti, tazeliği ve az kılçıklı olması gibi unsurlar da balık alırken dikkat edilen diğer özelliklerdir. Tüketicilerin %50,6 ile yarısı balık fiyatlarını genel olarak pahalı bulurken, %45,7'si normal olduğunu bildirmiştir. Tüketicilerden %2,4'ünün balık fiyatları hakkında bilgisi olmayıp %1,2 ile yalnızca çok küçük bir kısmı balık fiyatlarını ucuz bulmaktadır.

Tüketicilerin su ürünleri tercihlerini etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için yapılan analizde 2 ayrı set altında yer alan 8 deiken (eğitim, yaş, cinsiyet, gelir seviyesi, balık tüketme sıklığı, balık alırken dikkat edilen unsurlar, balığın nereden alındığı ve balık alırken öncelikli tercih) kullanılmıştır. Ele alınan DOKKA setleri ile ilgili olarak ortalama kayıp değeri 1. boyut için 0,232, 2. boyut için ise 0,302 bulunmuştur. Kayıp değerinin sıfıra yakın bir değer olması çözümün açıklayıcı gücünün yüksek olduğunu göstermektedir. Ortalama kayıpların 1'den çıkarılmasıyla boyutlarda gösterilen ilikin miktarı yani özdeğer elde edilir. 1. boyutta gösterilen ilikin miktarı 0,768 ve 2. boyutta gösterilen ilikin miktarı 0,698 olarak bulunmuştur. Analiz için toplam uyum değeri 1,467 olarak hesaplanmıştır.

Bu analiz için uyumun alabileceği en yüksek değer 2 olacağından bulunan değer (%73,35) kabul edilebilir ölçüler açısından oldukça iyi bir düzeyde olduğu söylenebilir. DOKKA için hesaplanan, kanonik korelasyon katsayıları birinci boyut için 0,538, ikinci boyut için ise 0,396'dır.

Bu değerler, birinci boyutta ve ikinci boyutta orta düzeyde ve ele alınan deikenler açısından setlerin pozitif yönde bir ilikin içinde olduğu göstermektedir.

Değişkenlere ilişkin ayrıntılı değerleri incelendiğinde (Tablo 4), birinci boyut için en yüksek katkıyı, eğitim vermekte olup (0,795), bunu balıkı genel olarak satın alma yeri (0,681) takip etmektedir. İkinci boyutta ise en önemli katkıyı ya da değişkeni (0,731) ile satın alınan balığın yetiştirme ortamı (0,528) olmaktadır. Sözü edilen bu değişkenlerin su ürünleri tüketiminde tüketici tercihlerini etkileyen ve temel farkı oluşturan etmenler olduğundan sözü edebilir. Centroids grafiği incelendiğinde (ekil 1), üç homojen grup belirlenmiştir.

Birinci grupta; su ürünleri tüketiminde fiyatı önemseyen, ilkökul mezunu olan,

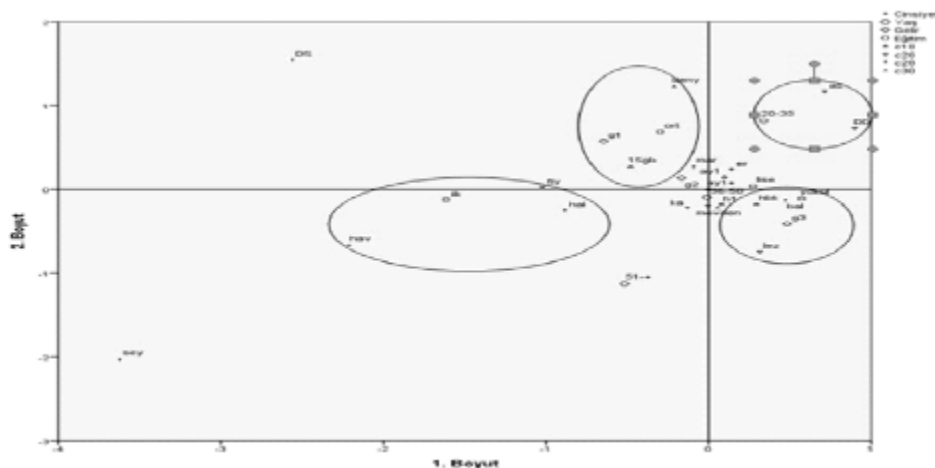
havuzda üretilmiş su ürünlerini tercih eden ve bu ürünleri halden alan tüketiciler oldukları görülmektedir.

İkinci grupta; 30-44 yaş arasında olan ve ayrıntılı olarak az kılçıklı ve taze su ürünlerini tercih eden tüketiciler yer almaktadır.

Üçüncü grupta ise eğitim düzeyleri ve gelirleri yüksek olan tüketiciler yer almakta olup bu gruptakiler haftada bir su ürünleri tüketiminde bulunan ve bu ürünleri balıkçılardan almayı tercih eden tüketicilerdir. Ayrıca bu grupta yer alan tüketicilerin su ürünleri tüketiminde lezzete daha fazla önem verildiği görülmektedir.

Tablo 4. Değişkenlere ait ayrıntılı yükü

Set		Boyut		
		1	2	
1	Cinsiyet	.135	.228	
	Yaş	-.318	-.731	
	Gelir	.419	-.363	
	Eğitim	.795	.021	
2	C18.Balık tüketme sıklığınız nedir? Boyut	1	.261	-.104
		2	-.095	.152
	C26.Balık alırken neye dikkat edersiniz? Boyut	1	.594	.293
		2	.263	.543
	C28.Balıkı genel olarak nereden alırsınız? Boyut	1	.681	-.102
		2	-.169	.332
	C30.Balıkı alırken hangisini tercih edersiniz? Boyut	1	.174	-.414
		2	-.082	.528



ekil 1. Centroids Grafiği.

Tartı ma

Ara tırma sonuçlarına göre tüketicilerin et tüketim tercihleri incelendi inde ilk sırayı kırmızı et, ikinci sırayı beyaz (kanatlı) et alırken son sırada ise balıketi tüketimi yer almaktadır. Ara tırma kapsamında yer alan tüketiciler ayda ortalama 3,4 kg arasında balık tüketmektedirler. Balık tüketenlerin tamamının balı ı taze olarak tükettikleri belirlenmiştir. Ara tırma bölgesinde en çok tüketilen balık türü hamsi olup, ikinci sırada çipura, üçüncü sırada ise alabalık gelmektedir. Tüketicilerin 75,6'sı balık haricinde herhangi bir su ürününü tüketmezken, tüketenlerin ço unlu unun midye tüketti i belirlenmiştir. Tüketicilerin yakla ık olarak yarısı balı ı balıkçılardan almayı tercih ederken, balık alırken dikkat edilen en önemli iki unsur alacakları balı ın mevsiminde olması ve fiyatının dü ük olmasıdır.

Su ürünleri tüketiminde etkili olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan analiz sonuçları genel olarak de erlendirildi inde ise; DOKKA ile su ürünleri tüketici algısı kendi aralarında homojen yapı içinde gruplar olu turmu olup, Ankara linde su ürünleri tüketenlerin üç ana grup altında toplanabilece i sonucuna ula ılmıştır. Bu gruplar içinde özellikle üçüncü grup olarak tarif edilen tüketicilerin, gelir ve e itim düzeyleri yüksek olup daha sık su ürünleri tükettiklerinden söz edilebilir. Yapılan analizde e itim düzeyi ve gelir durumunun genel olarak tüketicilerin su ürünleri tercihlerinde etkili olan iki önemli faktör oldu u belirlenmiştir. Buna göre tüketicilerin e itim seviyesi dü tükçe balık fiyatlarının, gelir seviyesi arttıkça da balı ın lezzetinin tüketim tercihinde önem kazandı nı söylemek mümkündür.

Üç tarafı denizlerle çevrili ve zengin içsu üretim potansiyeline sahip ülkemizde üretimin yanı sıra tüketiminde artırılması gerekmektedir. Bunun için su ürünleri sektörünün

üretici-sanayici ve tüketici boyutuyla ele alınması gerekmektedir. Sektörlerin biraraya gelerek olu turacakları stratejilerle tüketim alı kanlıklarında bir de i im yaratılabilir. Böylelikle de tüketimin sadece mevsimle sınırlı kalmayıp tüm yıla yayılması ve buna ba lı olarak artırılması sa lanabilir. Ayrıca iç bölgelerde ta ıma ve depolama maliyetleri nedeniyle fiyatlar daha yüksek olabilmekte bu da tüketimi olumsuz yönde etkilemektedir. Fiyata duyarlı bir tüketici toplulu u için fiyatlar üzerinde etkili olabilecek pazarlama stratejilerinin de geli tirilmesi ülkemizin sahip oldu u potansiyelin de erlendirilmesinde etkili olacaktır. Ayrıca su ürünleri tüketim alı kanlıklarının tüketicilere kazandırılması için kamu ve özel sektör kurulu larının, sivil toplum örgütlerinin ve e itim kurumlarının bir araya gelerek bilgilendirme kampanyaları yapmalarının da tüketim üzerinde etkili olaca ı dü ünülmektedir.

Kaynaklar

- Adıgüzel, F., Sayılı, M. ve Oruç Büyükbay, E. 2009. Tokat lı Almu İçesinde Ailelerin Balık Tüketim Durumları Gaziosmanpa a Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2009, 26(2), 35-43.
- Aydın, M. and Karadurmu , U. 2012. Consumer Behaviours for Seafood in Ordu Province. Yunus Ara tırma Bülteni, 2012 (3):18-23.
- Aydın, M. ve Karadurmu , U. 2013. Trabzon ve Giresun Bölgelerindeki Su Ürünleri Tüketim Alı kanlıkları. Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi, 3(9): 57-71, ISSN: 1309-4726, 2013.
- Anonim, 2012. Su Ürünleri Sektör Raporu, Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı, Antalya.
- Anonim, 2014a. FAO Fisheries and Aquaculture Department, FAO Global Capture Production Database Updated to 2012 Summary Information
- Anonim, 2014b. Türkiye statistik Kurumu, Su Ürünleri statistikleri, <http://tuikapp.tuik.gov.tr/balickilikdagitimapp/balickilik.zul>, (Eri im Tarihi: 07.04.2014).
- Burg, D. and de Leeuw, J. 1988. Homogeneity Analysis with k Sets of Variables: An Alternating Least Squares Method with Optimal Scaling Features. Psychometria, 53(2), 177-197.

- Çiçek, E., Akgün, H. ve İhan, S. 2014. Elazığ İli Balık Eti Tüketim Alışkanlığı ve Tercihinin Belirlenmesi. Yunus Araştırma Bülteni, (1)-3-11, ISSN:1303-4456, 2014.
- Çolakolu, F.A., Çimen, A., Özen, Ö., Çakır, F., Yılmaz, Ç. ve Ormancı, H. B. 2006. Çanakkale'deki Su Ürünleri Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi. Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi, Su Ürünleri Avlama ve Yemleme Teknolojileri, Cilt: 23, Ek: (1/3), Sayfa: 387-392, ISSN: 1300-1590, 2006.
- Elbek, A.G., Çiğdem Emiroğlu, D. ve Saygı, H. 1997. Balık Tüketimi ve Tüketime Yönelik Sörvey. Akdeniz Balıkçılık Kongresi, zmir.
- Erdal, G. ve Esengül, K. 2008. Tokat'ta Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Model ile Analizi. Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi, Cilt:25, Sayı: 3, Sayfa: 203-209, ISSN: 1300-1590, 2008.
- Filiz, Z. ve Korkutlu, S. 2012. Doğrusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi ve Bir Uygulama, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 8,(16), 59-75
- Gifi, A. 1989. Algorithm Descriptions For Anacor Homals Princals And Overals. Research Report, RR 89-01.
- Giray, S. 2011. Doğrusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi ve Yaşam Memnuniyeti Üzerine Bir Uygulama.
- Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Golob, T.F. 1985. Non-linear canonical correlation analysis of weekly trip chaining behavior. Institute of Transportation Studies, UCI-ITS-AS-WP-85-4, -<http://www.its.uci.edu/its/publications/papers/CASA/UCI-ITSAS-WP-85-4.pdf> [Erişim: Aralık.2012].
- Golob, T.F. and Recker, W.W. 2003. A Method for Relating Type of Crash to Traffic Flow Characteristics on Urban Freeways, University of California, <http://www.path.berkeley.edu/PATH/Publications/PDF/PWP/2003/PWP-2003-12.pdf> [Erişim: Ekim 2011].
- Hatırlı, S.A., Demircan, V. ve Akta, A.R. 2004. Isparta'da Ailelerin Balık Tüketiminin Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Cilt:9, Sayı:1, Sayfa: 245-256, 2004.
- Hsieh, W.W. 2001. Nonlinear canonical correlation analysis of the tropical pacific climate variability using a neural network approach. Journal Of Climate, 14, 2528-2539.
- Kutlu, S. ve Mısırlı, G.B. 2007. Bölgemizde Su Ürünleri Yemleme Değerlendirme Tesislerinin Gelişimi. Yunus Araştırma Bülteni, 7:1, Mart.
- Meulman, J.J. and Heiser, E.J. 2005. SPSS Categories 14.0. SPSS Inc, 2005 <http://www.doccs.is.ed.ac.uk/skills/documents/3639/SPSSCategories14.0.pdf> [Erişim: Ocak 2013]
- Michailidis, G. and de Leeuw, J. 1996. The Gifi System of Descriptive Multivariate Analysis, Technical Report, UCLA Statistics Program. Preprint 204, 1996.
- Newbold, P. 1995. Statistics for Business and Economics. Prentice Hall, New Jersey.
- Orhan, H. ve Yüksel, O. 2010. Burdur İli Su Ürünleri Tüketimi Anket Uygulaması. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt:5, Sayı:1, Sayfa: 1-7, ISSN: 1304-9984, 2010.
- Ozer O.O. and Akçay H. 2013 The Examination of Differences in terms of Socio-Economic, Stock Period and Information Needs of the Enterprises Engaged in Stock-farming Activity Bulgarian. Journal of Agricultural Science, 19, 6, 1351-1357
- Süt, N. 2001. Doğrusal Olmayan Kanonik Korelasyon Analizi ve Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Ahın, Y. 2011. AB ve Dünya'da Balıkçılık Sektörü. KV Değerlendirme Notu, İktisadi Kalkınma Vakfı, İstanbul.
- Tekin, M. 1993. Kanonik Korelasyon Analizi ve Bir Uygulama. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Theodosiou, T., Angelis, L. and Vakali, A. 2012. Exploring The Canonical Correlation of Biomedical Article Keywords to MeSH Terms <http://medlab.cs.uoi.gr/itab2006/proceedings/Education%20&%20Training/22.pdf> [Erişim: Aralık.2012].