

Su Ürünleri Tüketimini ve Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler¹

Furkan DURSUN

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü
fd4159@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5785-1311

Bahar GÜMÜŞ

Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve
Mutfak Sanatları Bölümü
bahargumus@akdeniz.edu.tr
ORCID: 0000-0001-9232-8481

Geliş tarihi / Received: 16.08.2022

Kabul tarihi / Accepted: 01.11.2022

Öz

Bu çalışma, tüketicilerin su ürünleri tüketim tercihleri ve davranışlarında etkili olan faktörler üzerine yapılan çalışmaları kapsamaktadır. Su ürünleri tüketiminde etkili olan itici güçler ve engelleyici faktörler; tüketicilerin fiyat ve kolaylık algıları, tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, sağlık inançları, su ürünleri tüketme alışkanlığı, su ürünlerinin duyuşal özellikleri, su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi, su ürünlerinin sürdürülebilirliği, su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik ve yiyecek korkusu gibi başlıklar altında incelenmiştir. Su ürünleri tüketici davranışının anlaşılmasında ise tüketici niyet ve davranışlarını açıklamada en sık kullanılan gerekçeli eylem kuramı (GEK) ve planlı davranış kuramını (PDK) kapsayan çalışmalar dikkate alınmıştır. Yapılan çalışmalara göre, araştırmacıların planlı davranış kuramının temel bağımsız değişkenleri olan tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol (ADK) değişkenlerinin yanı sıra sağlık katılımı/ilgisi, geçmiş deneyimler, alışkanlıklar, fiyat algısı ve yiyecek korkusu gibi değişkenleri de su ürünleri tüketici davranışlarının açıklanmasında kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Gerekçeli eylem kuramı, planlı davranış kuramı, tüketici niyeti ve algısı.*

¹ Bu çalışma, birinci yazarın yüksek lisans tezinden özetlenmiştir.

DOI: 10.17932/IAU.GASTRONOMY.2017.016/gastronomy_v07i10010

Factors Affecting Seafood Consumption and Consumer Behaviors

Abstract

This study covers the studies of the factors affecting the consumption preferences of seafood consumers and their behaviors. Factors affecting the consumption of seafood such as driving forces and inhibiting factors; price and convenience perceptions of consumers, socio-demographic characteristics of consumers, health beliefs, habits of consuming seafood, sensory characteristics of seafood, production place and method of seafood, sustainability of seafood, competence in determining quality and freshness criteria of seafood and food neophobia were examined. In the understanding of seafood consumer behavior, studies covering the theory of reasoned action (TRA) and the theory of planned behavior (TPB), which are the most frequently used in explaining consumer intention and behaviors, were taken into account. According to the studies, it was seen that the researchers used variables such as health participation/interest, past experiences, habits, price perception and food neophobia, as well as the main independent variables of the theory of planned behavior, such as attitude, subjective norm, and perceived behavioral control (PBC) in explaining aquatic foods consumer behavior.

Keywords: Reasoned action theory, planned behavior theory, consumer intention and perception.

Giriş

Su ürünleri, beslenme ve küresel gıda güvenliği açısından hayati bir öneme sahip olmakla birlikte (Food and Agriculture Organization [FAO], 2018) çoklu doymamış yağ asitlerine sahip olması, esansiyel amino asitler yönünden zengin protein içeriği, vitaminler ve mineraller gibi birçok mikro besin ögesine kaynaklık etmesi sebebiyle dengeli ve sağlıklı bir diyetin ana bileşenlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Nesheim ve Yaktine, 2007). Ayrıca, fonksiyonel bir gıda olarak kabul edilen balığın, yüksek besin değeri ve içerdiği faydalı besin öğeleri sayesinde insan vücudunun doğru bir şekilde gelişmesine ve çalışmasına katkı sağlarken, belirli hastalıklara yakalanma riskini de azalttığı belirtilmektedir (Sidhu, 2003). Çoğu bitkisel bazlı gıdaya göre demir, iyot, kalsiyum gibi mineral madde, D vitamini ve esansiyel amino asitler ve yağ asitleri gibi insan sağlığı için önemli besin öğelerini içeren balık ve su ürünlerinin, diyet içerisinde düzenli olarak yer aldığı takdirde ruh

ve göz sağlığının korunması, inme ve kardiyovasküler hastalıkların önlenmesi gibi etkilere de sahip olduğu bilinmektedir (FAO, 2018). Su ürünlerinin, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde beyin gelişimine katkı sağladığı için özellikle bu dönemlerde besleyici bir diyetin önemli besin maddelerinden olduğu ifade edilmekle birlikte, kalori alımı yoğun şekilde lifli yiyeceklere bağlı olan gelir seviyesi düşük toplumlarda, nispeten ucuz ve erişimi kolay yiyecekler olması sayesinde besin çeşitliliği ve protein kaynağı açısından da çok önemli bir yer tuttuğu ifade edilebilir. Bir diğer yönden, kötü depolama koşulları, taşıma, işleme gibi süreçlerden kaynaklı kontaminasyon sonucunda gıda güvenliği riskleri oluşabilmesine rağmen, su ürünleri insan sağlığı açısından olumlu özellikleriyle bilinen ve tüketilen gıdalardır (FAO, 2018; World Health Organization [WHO], 2011).

Beslenme, insan sağlığı ve beden gelişimi üzerinde rol oynayan önemli faktörlerden biridir. Sağlıklı bir beslenme için yiyeceklerin seçim

ve tüketim aşamalarında dikkatli olunmalıdır. Bir diğer yandan son dönemlerde, çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından sağlıklı beslenme konusunun ilgi odağı haline getirildiği görülmektedir (Leek, Maddock ve Foxall, 2000; Verbeke ve Vackier, 2005). Tüketicilerin sağlıklı beslenmesi için su ürünleri tüketiminin artırılması ve teşvik edilmesinin önemli olduğu belirtilmektedir (Verbeke ve Vackier, 2005). Ancak dünya genelinde artan sağlıklı beslenme eğilimine rağmen su ürünlerinin tüketim oranlarının halen önerilen seviyelerde (haftada en az 2 porsiyon) olmadığı görülmektedir. Dünya genelinde kişi başı su ürünleri tüketiminin, 2019 yılında 20,5 kg olduğu açıklanmıştır (FAO, 2022). Diğer bir yönden ülkemizde de su ürünlerinin tüketim oranları halen düşük seviyelerdedir. 2020 yılı itibarıyla, Türkiye’de kişi başı su ürünleri tüketimi 6,7 kg olarak bildirilmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2021). Dünya geneline bakıldığında ise farklı ülkelerde gerçekleştirilen çalışmalar (Altintzoglou, Vanhonacker, Verbeke ve Luten 2011; Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunsø ve Olsen 2007; Verbeke vd., 2008) incelendiğinde benzer şekilde katılımcıların tavsiye edilen tüketim miktarının altında balık ve su ürünleri tükettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda, sağlıklı beslenme yaklaşımı üzerine artan ilgiye rağmen sağlıklı ve besleyici özellikleriyle öne çıkan su ürünlerinin yeterli miktarda tüketilmesinin arkasındaki nedenlerin incelenmesi, halen devamlılığını sürdüren güncel ve önemli bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Mevcut çalışmada, alanyazın bağlamında su ürünleri tüketiminde etkili rol oynayan itici güçler, engelleyici faktörler ve tüketici davranışları incelenmiştir.

Su Ürünleri Tüketiminde İtici Güçler ve Engelleyici Faktörler

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, su ürünleri tüketimine etki eden itici güçler ve engelleri açıklamaya yönelik yapılan çalışmalarda, araştırmacıların genellikle su ürünlerinin sağlık ve beslenme açısından yararları, tavsiye edilen tüketim miktarının genel olarak tüketilmesi ve toplum sağlığının iyileştirilmesi için su ürünleri tüketiminin artırılması konuları üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmiştir (Altintzoglou vd., 2011; Verbeke vd., 2008). Su ürünleri tüketiminde öne çıkan itici güçler; duyuşsal özellikler, algılanan sağlık inançları ve su ürünleri tüketme alışkanlıkları açısından değerlendirilmektedir. Su ürünleri tüketimine etki eden engelleyici faktörler ise duyuşsal olarak su ürünlerinden hoşlanmama (kılıçık, doku, koku), sağlık riski endişeleri, yüksek fiyat algısı, zorluk algısı (satın alma, hazırlama ve tüketim için harcanan zaman, çaba ve nitelikler), kişilerin su ürünleri seçme ve hazırlama konusunda yeterli seviyede bilgi ve beceri sahibi olmaması, yiyecek korkusu olarak verilmektedir. Carlucci vd. (2015), balık ve su ürünlerine yönelik tüketici satın alma davranışlarının araştırıldığı çalışmalarında, itici güçler ve engelleyici faktörlerin kişiden kişiye değişiklik göstererek birbiri yerine de kullanılabilceğini vurgulamışlardır. Özetle, bir kişi için balık ve su ürünleri tüketiminde engelleyici faktör olarak öne çıkan bir unsur, diğer bir kişi için itici bir güç olarak öne çıkabilmektedir. Bu kapsamda, su ürünleri tüketiminde etkili olan itici güç ve engelleyici faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilmektedir.

Tüketicilerin fiyat algısı

Su ürünleri, kapsadığı birçok farklı tür ile ucuz bir protein kaynağı olarak değerlendirilebileceği gibi pahalı bir ürün olarak da değerlendirilebilir. Su ürünleri, çok geniş bir fiyat aralığına sahip olmasına rağmen tüketiciler tarafından diğer protein kaynaklarına oranla daha pahalı ve ete göre daha az doyurucu olan bir yiyecek olarak algılanmaktadır (Carlucci vd., 2015). Alanyazındaki birçok çalışmada tüketicilerin yüksek fiyat algısı, su ürünleri tüketimine etki eden ana engellerden biri olarak gösterilmektedir (Brunso, Verbeke, Olsen, ve Jeppesen, 2009; Myrland, Trondsen, Johnston ve Lund 2000; Neale, Nolan-Clark, Probst, Batterham ve Tapsell, 2012; Olsen, 2004; Trondsen, Scholderer, Lund ve Eggen, 2003; Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte yapılan bazı araştırmalarda, fiyat ve su ürünleri tüketimi arasında bir ilişki kurulamamıştır (Birch ve Lawley 2012; Leek vd., 2000).

Tüketicilerin kolaylık algısı

Tüketiciler, birçok yiyecekte olduğu gibi su ürünlerini de hazırlarken zaman ve çaba yönünden tasarruf etmek istemektedir (Carlucci vd., 2015). Bu duruma paralel olarak basit, hızlı ve kolay hazırlanabilme özelliklerine sahip olması nedeniyle işlenmiş yiyecekler, günümüzde gittikçe önem kazanmaktadır (Birch, Lawley ve Hamblin, 2012). Tüketicilerin bu arzusunun bir yansıması olarak işlenmemiş (taze) ve işlenmiş su ürünlerine karşı (konservelenmiş, dondurulmuş su ürünleri vb.) bir kolaylık algısı meydana gelmektedir. Bu kapsamda, tüketiciler için taze balık ürünlerinin hazırlanması zor olarak değerlendirilirken, işlenmiş balık ürünleri hızlı ve kolay bir yemek seçeneği olarak algılanabilmektedir. Myrland vd. (2000), Norveç'te su ürünleri tüketiminin belirleyicileri üzerine yaptıkları çalışmada, balığın hazırlan-

ması zor bir yiyecek türü olarak algılanmasının işlenmemiş (taze) balıkların tüketimi üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu gözlemlenirken, işlenmiş balıklar üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı gözlemlenmiştir. Yine alanyazındaki bazı çalışmalarda, katılımcıların daha sık balık tüketmek istediklerini ancak birçoğunun balık hazırlamak için gereken zaman ve çabayı zorlaştırıcı olarak gördükleri ifade edilmektedir (Brunso vd., 2009). Bu bağlamda tüketicilerin kolaylık algısı, su ürünleri tüketiminin engelleyici faktörlerinden (işlenmemiş/taze) biri olabileceği gibi itici güçlerinden (işlenmiş/donmuş/konserve) biri de olabilmektedir.

Tüketicilerin sosyodemografik özellikleri

Alanyazında su ürünleri tüketimi davranışı kapsamında incelenen bir diğer çalışma konusu ise sosyodemografik özellikler ve tüketim arasındaki ilişkidir. Bu kapsamda yapılan çalışmaların sonucunda katılımcı grubuna bağlı olarak haliyle birbirinden farklı bulgulara ulaşılsa da tüketicilerin cinsiyeti (Verbeke ve Vackier, 2005), yaşı (Birch ve Lawley, 2012; Neale vd., 2012; Olsen, 2003; Verbeke ve Vackier, 2005), çocuk sahibi olma durumu (Verbeke ve Vackier, 2005), eğitim düzeyi (Myrland vd., 2000; Pieniak vd., 2007), yerleşim yeri (Verbeke ve Vackier, 2005), gelir düzeyi (Myrland vd., 2000; Trondsen, Braaten, Lund ve Eggen, 2004b) gibi özelliklerin su ürünleri tüketimi davranışı üzerinde etkili olduğu bildirilmektedir.

Tüketicilerin sağlık inançları

Tüketicilerin, sağlık inançlarının su ürünleri tüketiminin önemli bir itici gücü olduğu çeşitli araştırmacılar tarafından vurgulanmaktadır (Brunso vd., 2009; Olsen, 2004; Pieniak, Verbeke, Scholderer, Brunso ve Olsen 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Su ürünlerinin çoklu doymamış yağ asidi içeriği, omega-3 ve esansi-

yel amino asitler yönünden zengin protein içeriğinin yüksek olması, çeşitli vitamin ve mineral madde gibi besin öğeleri içermesi bakımından sağlık açısından yararlı bir besin olduğu bilgisine tüketicilerin sahip olduğu belirtilmektedir (Brunso vd., 2009; Neale vd., 2012; Stefani, Scarpa ve Cavicchi, 2012; Verbeke, Vermeir ve Brunso, 2007). Aynı şekilde, tüketicilerin sağlık bilinci ve katılımı/ilgisi ile balık ve su ürünleri tüketimi arasında pozitif bir ilişki olduğu ifade edilmektedir (Altintzoglou vd., 2011; Olsen, 2003; Sveinsdóttir vd., 2009; Trondsen, Braaten, Lund ve Eggen, 2004a; Trondsen vd., 2004a,b). Pieniak vd. (2008), sağlık konusunda kaygı sahibi olan insanların su ürünleri tüketimine yönelik eğilimlerinin yüksek olduğu belirtilmektedir. Bazı insanlar su ürünlerinin gıda güvenliği açısından herhangi bir problem içermediği fikrini benimsemekte (Hall ve Amberg, 2013), bazıları ise su ürünlerinin çeşitli kimyasal ve biyolojik gıda güvenliği risklerine karşı en hassas gıda maddeleri arasında yer aldığını düşünmektedir (Carlucci vd., 2015; Nesheim ve Yaktine, 2007;). Bu nedenle, bazı tüketicilerin su ürünlerindeki sağlık risklerinden dolayı endişe duyduğu belirtilmektedir (Neale vd., 2012). Bu kapsamda bazı araştırmacılar, tüketicilerin balık tüketiminin sağlık riskleriyle ilgili inançları ve sağlık risklerinin tüketici davranışları üzerindeki etkileri üzerine çalışmışlardır (Birch ve Lawley, 2012; Verbeke vd., 2007; Verbeke vd., 2008).

Su ürünleri tüketme alışkanlığı

Honkanen, Olsen ve Bas Verplanken (2005), alışkanlıkların su ürünleri tüketim niyeti üzerindeki önemini incelenmesi amacıyla yaptıkları çalışmada, alışkanlığın su ürünleri tüketme niyetinin güçlü bir destekleyicisi olduğu belirtilmektedir. Aynı şekilde balık tüketiminin belirleyicilerinin ve öncüllerinin incelenmesini konu alan iki farklı çalışmada, alışkanlığın balık tüketim niyeti ve sıklığı üzerinde önemli ve pozitif

yönlü bir etkiye sahip olduğu bildirilmektedir (Juhl ve Poulsen, 2000; Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte tatmin edici geçmiş deneyimlerden beslenen alışkanlıklar, tüketicilerin su ürünleri tercihini oldukça güçlü bir şekilde etkilemektedir (Scholderer ve Trondsen, 2008). Son olarak, çocuklukta kazanılan balık tüketme alışkanlıklarının, ilerleyen çağlardaki balık tüketimi üzerinde olumlu bir katkısı olduğu gözlemlenmiştir (Birch ve Lawley, 2014).

Su ürünlerinin duyuşal özellikleri

Tat ve kişisel tercihler, yiyecek seçiminde önde gelen faktörler arasında bulunmaktadır (Pieniak vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Su ürünlerinin dokusu, lezzeti ve sağladığı tokluk hissi tüketicilerin tercihlerine şekil vermektedir (Brunso vd., 2009). Özellikle balığın nemli görünümü, kokusu, rengi gibi fiziksel ve duyuşal özellikleri kalitesinin ve tazeliğinin belirlenmesine yardımcı olur (Green, Draper ve Dowler, 2003; Hicks, Pivarnik ve McDermod2008). Bununla birlikte, duyuşal özellikler ürüne has olduğundan ve birçok su ürünü duyuşal özellikleri bakımından birbirine benzemediğinden yapılan çalışmalarda kişilerin su ürünlerinin duyuşal özelliklerine ilişkin değerlendirmelerinin, tüketim üzerindeki etkisinin anlaşılabilmesi için genellikle balık veya diğer su ürünlerini yemeye karşı olan tutumları ölçülmüştür. Alanyazındaki birçok çalışmada, balık ve su ürünleri tüketmeye yönelik olumlu tutumların, tüketim sıklığı ile güçlü ve olumlu bir ilişkisi olduğu bulgusu saptanmıştır (Birch ve Lawley, 2014; Higuchi, Davalos ve Hernani-Merino, 2017; Petursdottir, 2017; Verbeke ve Vackier, 2005). Bu durumun tersi olarak su ürünlerinin duyuşal özelliklerinin (kokusu, kılçıklı yapısı, dokusu ve tadı) tüketicilerin olumsuz bir tutuma sahip olmasına da sebep olabileceği ifade edilmektedir (Birch ve Lawley, 2012; Brunso vd., 2009; Myrland vd., 2000; Verbeke ve Vackier, 2005).

Su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi

Su ürünlerinin üretim yeri, tüketici tercihleri üzerinde etkili olan önemli değişkenlerden biridir. Yapılan çalışmalarda, tüketicilerin yerli su ürünlerinin ithal olanlara kıyasla daha kaliteli, güvenli ve taze olduğu algısına sahip oldukları belirtilmektedir (Birch vd., 2012; Brunso vd., 2009; Stefani vd., 2012). Brunso vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların ithal yerine yerli su ürünlerini kalite, tazelik, gıda güvenliği açısından ve ülke balıkçılık endüstrisini desteklemek amacıyla tercih ettikleri ifade edilmektedir. Bu duruma benzer şekilde tüketicilerin ülke ve kültürlerine olan bağlılığın yerli su ürünlerinin tüketimi üzerinde etkili olabileceği belirtilmektedir (Birch vd., 2012; Stefani vd., 2012). Bazı çalışmalarda ise balıkların üretim yönteminin önemli olduğu, doğal avlanan balıkların tüketiciler tarafından tat, güvenlik, sağlık faydası, kalite ve besin değeri bakımından çiftlik balıklarına oranla daha üstün olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır (Brunso vd., 2009; Hall ve Amberg 2013; Verbeke vd., 2007). Bununla birlikte çiftlik balıklarına karşı algıları olumlu olan (Cardoso, Lourenço, Costa, Gonçaves ve Nunes, 2013; Sveinsdóttir, vd., 2009) ve bunları sağlıklı, güvenli ve sürdürülebilir olarak değerlendiren tüketicilerin olduğu da gözlemlenmiştir (Hall ve Amberg, 2013; Vanhonacker, Altintzoglou, Luten ve Verbeke, 2011)

Su ürünlerinin sürdürülebilirliği

Küresel su ürünleri talebinin ve aşırı avlanma gibi sürdürülemez balıkçılık uygulamalarının artması, doğal su ürünleri kaynaklarında önemli bir azalmaya yol açmıştır. Bu durumun tersine çevrilmesi için çeşitli sertifikasyon programları, eko-etiketleme ve organik su ürünleri yetiştiriciliği gibi sürdürülebilir uygulamalar, kanun yapıcılar tarafından desteklenmektedir (FAO,

2014). Bununla birlikte alanyazın incelendiğinde sürdürülebilir uygulamalar ile üretilen su ürünlerinin, tüketicilerin balık ve su ürünleri tercihi üzerinde önemli ve pozitif bir etkisi olduğu (Jaffry, Pickering, Ghulam, Whitmarsh ve Wattage, 2004), ayrıca sağlık ve çevresel konularda endişeli olan tüketicilerin bu yolla üretilen ürünler için daha fazla ödeme yapmaya istekli oldukları gözlenmiştir (Brécard, Hlaimi, Lucas, Perraudeau ve Salladarré, 2009; Stefani vd., 2012)

Su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik

Su ürünlerinin kalitesinin ve taze olup olmadığının belirlenmesi, su ürünleri tüketiminin önünde önemli bir engel olarak görülmektedir (Verbeke ve Vackier, 2005). Bununla birlikte su ürünlerinin özellikle de işlenmemiş (taze) olanların satın alınması ve tüketime hazırlanması, önemli derecede bilgi ve beceri birikimi gerektirmektedir. İlgili çalışmalar incelendiğinde birçok tüketicinin su ürünlerinin değerlendirilmesi, seçilmesi, hazırlanması ve pişirilmesinde zorluk yaşadığı gözlemlenmiştir (Juhl ve Poulsen, 2000; Sveinsdóttir vd., 2009). Bu kapsamda düşük seviyede bilgi ve beceri birikiminin kişilerin su ürünleri tüketimi üzerinde olumsuz ve engelleyici etkileri olabildiği bildirilmektedir (Birch vd., 2012; Lawley, Birch ve Hamblin, 2012; Neale vd., 2012).

Yiyecek korkusu

Yiyecek korkusu, insanlarla birlikte birçok canlıyı toksik olabilecek yiyecekleri tüketmekten koruyan evrimsel bir hayatta kalma mekanizmasıdır (Alley, 2018; Rozin ve Vollmecke, 1986). Yiyecek korkusu, kişileri aşına olmadıkları yiyeceklerin potansiyel tehlikelerine karşı korumasına rağmen yiyeceğin tüketim miktarına (Koivisto ve Sjoden, 1996), kalitesine, çeşit-

liliğine (Costa, Silva ve Oliveira, 2020; Knaapila vd., 2007; Knaapila vd., 2011; Maiz ve Balluerka, 2016; Siegrist, Hartmann ve Keller 2013; Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen ve Lotti, 2001) ve yiyecekte alınan hazza (Mustonen, Oerlemans ve Tuorila, 2012) olumsuz yönde etki ederek beslenme alışkanlıkları üzerinde kısıtlamalara ve tekdüzeliklere (Choe ve Cho, 2011, s.671; Park ve Cho, 2016) neden olabilir. Bu durumla birlikte yiyecek korkusu, alışılmadık/olağandışı yiyeceklerin reddedilmesinin ötesine uzanarak, günlük diyeti oluşturan birçok yaygın yiyeceği de kapsayabilir (Jaeger, Rasmussen ve Prescott; 2017). Balığın duyuşsal özelliklerinin yanı sıra kılçıklarının yutulma korkusu da (Bi, House ve Messina, 2011) tüketicilerde hem yiyecek korkusuna hem de hoşnutsuzluğa sebep olabilir. Ek olarak, balık özellikle çocuklarda, tüketimi yiyecek korkusu

tarafından en fazla engellenen yiyecek grupları içerisinde yer almaktadır (Breen, Plomin ve Wardle, 2006; Cooke, Carnell ve Wardle, 2006). Bu bağlamda, balık ve su ürünleri hem yetişkinlerin hem de çocukların yüksek düzeyde yiyecek korkusu duyabileceği ve hoşnut olmayacağı besin grupları içerisinde yer alabilir (Knaapila vd., 2011).

Su Ürünleri Kapsamında Tüketici Davranışları

İlgili alanyazın incelendiğinde, tüketicilerin tercihleri (Brunso, 2003) ve su ürünleri tüketim davranışları (Scholderer ve Trondsen, 2008) üzerine çeşitli çalışmalar mevcuttur. Su ürünleri tüketimine yönelik niyet ve davranışların anlaşılmasını konu edinen birçok çalışmada, GEK ve PDK'dan yararlanıldığı gözlemlenmektedir. Konu ile ilgili çalışmalar Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. GEK ve PDK kapsamında su ürünleri tüketim davranışını ele alan çalışmalar

Çalışma	Ülke/Katılımcı Sayısı	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişkenler
Olsen (2001)	Norveç 932 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Balığa ait olumsuz duyuşsal özellikler Toplumsal normlar Manevi yükümlülükler	Su ürünlerine yönelik katılım/ilgi* Tüketim davranışı sıklığı
Olsen (2003)	Norveç 1070 katılımcı	Yaş Su ürünleri tüketmeye yönelik tutum* Sağlık katılımı/ilgisi* Kolaylık algısı*	Su ürünleri tüketim sıklığı
Verbeke ve Vackier (2005)	Belçika 429 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Honkanen vd. (2005)	Norveç 1579 katılımcı	Su ürünleri yönelik tutum Geçmiş Deneyimler Alışkanlıklar	Su ürünleri tüketme niyeti
Tuu, Olsen, Thao ve Anh (2008)	Vietnam 621 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Tanımlayıcı norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Olsen., Heide, Dopico ve Toften (2008)	Norveç-İspanya 443 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık burgeri tüketme niyeti
Aghamolaei, Tavafian ve Madani (2012)	İran 321 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı

Thong ve Olsen (2012)	Vietnam 208 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Siddique (2012)	Bangladeş 558 katılımcı	Kurutulmuş balık tüketmeye yönelik tutum Normlar Algılanan davranışsal kontrol Algılanan risk Bilgi düzeyi Fiyat ve maliyet	Kurutulmuş balık tüketme niyeti* Kurutulmuş balık tüketme sıklığı
Mitterer-Dalton, Carrillo, Queiroz, Fiszman ve Varela (2013)	Brezilya 200 katılımcı	Kilo kontrolü Sağlık* Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Geçmiş deneyimler Fiyat	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Mitterer-Dalton, Latorres, Queiroz, Fiszman ve Varela (2013)	Brezilya 200 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Tomic, Matulic ve Jelic (2015)	Hırvatistan 1151 Katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Balığa erişebilir olma (miktar/mevsimler) Algılanan davranışsal kontrol* Manevi yükümlülükler Sağlık ilgisi/katılımı	Taze balık tüketme niyeti* Taze balık tüketme sıklığı
Higuchi, Matulic ve Jelic (2017)	Peru 159 katılımcı	Sağlık Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Geçmiş Deneyimler Sosyo-ekonomik özellikler	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Petursdottir (2017)	İzlanda 735 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Ghifarini, Sumarwan ve Najib (2018)	Endonezya 120 katılımcı	Davranışa Yönelik Tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Karides tüketme niyeti
Fiandari, Surachman, Rohman ve Hussein (2019)	Endonezya 365 katılımcı	Algılanan değerler (parasal/sağlık) Balık tüketmeye yönelik tutum* Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Balık tüketme niyeti* Balık tüketme sıklığı
Dursun (2020)	Türkiye 517 Katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Yiyecek Korkusu** Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol	Restoranda balık tüketme niyeti
Skallerud, Armbrecht ve Tuu (2021)	İsveç 1974 katılımcı	Balık tüketmeye yönelik tutum Öznel norm Algılanan davranışsal kontrol Çevre bilinci** Ürün katılımı/ilgisi**	Daha fazla balık tüketme niyeti Daha fazla sürdürülebilir üretim balık tüketme niyeti

*: Hem bağımlı hem de bağımsız değişken

** : Arbulucu etkisi incelenen değişken

GEK ve onun geliştirilmiş versiyonu olan PDK, yiyecek tüketim davranışını tahmin etmek ve açıklamak için yiyeceğin, kişinin ve çevrenin özelliklerini bir arada değerlendiren ve en çok tercih edilen kuramlardandır (Olsen vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Kısaca PDK, insan davranışları üzerinde etkili olabilecek değişkenlerin açıklanmasına yönelik geniş kapsamı nedeniyle başta sosyal psikoloji alanı olmak üzere sosyal bilimlerin hemen her alanında kullanılan bir kuramdır. Kuramın amacı, bireylerin davranışlarını niyet üzerinden tahmin edebilmek, anlamak ve açıklamaya çalışmaktır (Ajzen, 1985). Kurama göre, kişinin davranışsal niyetini üç temel bağımsız değişken etkilemektedir. Bu değişkenler; kişinin belirli bir davranış üzerine olumlu ve olumsuz değerlendirmelerinin sonucu olarak tanımlanabilen tutum, davranışı gerçekleştirmek veya gerçekleştirmemek için kişinin algıladığı toplumsal baskı olarak tanımlanabilen özne norm ve son olarak kişinin bir davranışı gerçekleştirme konusunda algıladığı kolaylık ya da zorluk ve kontrol gücüne ilişkin inançlarından meydana gelen ADK değişkenleridir. ADK, tutum ve özne norm değişkenlerinde de olduğu gibi niyet üzerinden davranışı etkileyebilir. Bunun yanı sıra ADK, tutum ve özne norm değişkenlerinden farklı olarak niyetten bağımsız şekilde de davranış üzerinde etkili olabilir (Ajzen, 1991, s.184). Kuramın bağımlı değişkeni olan niyet değişkeni ise kişinin bir davranışı gerçekleştirmek için duyduğu arzu seviyesi ve gerçekleştirmeyi planladığı uğraşın yoğunluğu şeklinde ifade edilebilir (Ajzen, 1991). Bu bağlamda, kişinin bir davranışa yönelik tutum ve özne normu ne kadar olumluysa ve ADK'si ne kadar yüksekse, kişinin söz konusu davranışı gerçekleştirme niyeti de o kadar güçlü olacaktır (Ajzen, 1988, s.133; Ajzen, 2002). Aynı şekilde, kişinin davranışı gerçekleştirme niyeti ne kadar güçlü ise söz konusu davranışı gerçekleştirme ihtimali de o kadar yüksek olacaktır (Ajzen, 1991, s.179).

Alanyazında balık ve su ürünleri tüketim niyeti üzerinde etkili olan bağımsız değişkenlerin niyeti açıklama gücü, çalışmadan çalışmaya farklılık gösterirken, bazı çalışmalarda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. Bu duruma çalışmanın örneklem grubu, gerçekleştirildiği bölge ve kullanılan ölçme aracı gibi çeşitli unsurlar etki edebilir. Aynı şekilde çalışmaların birçoğunda tüketim niyetleri ve davranışlarının belirlenmesinde tutum, özne norm ve ADK değişkenleri önemli rol oynamaktadır (Aghamolaei vd., 2012; Tuu vd., 2008; Verbeke ve Vackier, 2005). Diğer yandan ise bazı çalışmalarda, araştırma modeline fiyat, sağlık katılımı/ilgisi, geçmiş deneyimler, çevre bilinci, yiyecek korkusu (Dursun, 2020; Siddique, 2012; Skallerud vd., 2021; Tomic vd., 2015) gibi farklı bağımsız veya aracı değişkenler eklenerek kuram farklı açılardan değerlendirilmiştir.

Sonuç

Su ürünleri, sahip olduğu yüksek besin değeri ve içerdiği faydalı besin öğeleri sayesinde beslenmemizde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle, sağlık ve besleyicilik yönündeki faydalarından dolayı su ürünlerinin günlük diyet içerisinde yer alması ve haftada en az iki porsiyon tüketilmesi, bilimsel çalışmalar ışığında ilgili otoriteler tarafından vurgulanmaktadır. Ancak yapılan çalışmalarda, dünya genelinde tüketicilerin su ürünleri tüketim miktarları araştırıldığında önerilen miktarların altında kaldığı görülmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada su ürünleri tüketiminde tüketici tercihleri üzerinde etkili olan faktörler ve tüketici davranışları ile ilgili yapılan araştırmalar değerlendirilmiştir. Değerlendirilen araştırmalar bağlamında ortaya çıkan bulgular; tüketicilerin fiyat algısı, tüketicilerin kolaylık algısı, tüketicilerin sosyo-demografik özellikleri, tüketicilerin sağlık inançları, su ürünleri tüketme alışkanlığı,

su ürünlerinin duyuşal özellikleri, su ürünlerinin üretim yeri ve yöntemi, su ürünlerinin sürdürülebilirliği, su ürünlerinin kalite ve tazelik kriterlerinin belirlenmesindeki yetkinlik ve son olarak yiyecek korkusu başlıkları altında gruplandırılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Tüketim davranışı kapsamında ele alındığında, bahsi geçen başlıkların, bireylerin su ürünleri tüketimi üzerinde öznel bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Örnekle, su ürünlerinin duyuşal özellikleri, bazı tüketiciler için tüketimi engelleyici bir durum oluşturabilirken, bazıları için tüketimi motive eden itici bir güç olabilir. Bu bağlamda, ilgili konu başlıkları özelinde oluşan faktörlerin, tüketicilerin su ürünleri tüketim davranışları üzerinde tek yönlü bir etkiden ziyade beklenen durumun zıttı yönünde de bir etki gösterebileceği ifade edilebilir. Ek olarak, bu çalışma özelinde var olan birtakım sınırlılıklar, gelecekteki araştırmalar için yol gösterici olabilir. Öncelikli olarak bu çalışma kavramsal olarak ilerlemiştir, ilerleyen çalışmalarda araştırmacılar mevcut konu kapsamında nitel veya nicel araştırma desenlerinden yararlanarak daha kapsamlı ve derinlemesine bilgiler elde edebilir. Bu durumla beraber hangi faktörlerin katılımcı grupları özelinde öne çıktığını görebilir veya kıyaslayabilirler. Çalışmada, su ürünleri kapsamında tüketici davranışları yalnızca gerekçeli eylem ve planlı davranış kuramı kullanılan araştırmaların incelenmesi doğrultusunda ele alınmıştır. İlerleyen çalışmalarda bu kapsam genişletilerek davranışı açıklamaya çalışan diğer araştırmalarda konu içerine dâhil edilebilir. Bununla birlikte, su ürünleri tüketiminde itici güçler ve engelleyici faktörlerden birçoğunun planlı davranış kuramı kapsamında balık ve su ürünü tüketimi davranışını açıklamada kullanılmadığı gözlemlenmiştir. Çalışmada öne çıkarılan itici güçler ve engelleyici faktörlere, gelecek çalışmalarda kuram içerisinde yeni değişkenler olarak yer verilerek tüketim niyeti ve davranışları daha geniş kapsamda açıklanabilir.

Kaynakça

- Aghamolaei, T., Tavafian, S. S., Madani, A. (2012).** Fish consumption in a sample of people in Bandar Abbas, Iran: Application of the theory of planned behavior. *Archives of Iranian Medicine*, 15(9), 545–548.
- Ajzen, I. (1985).** From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In: Kuhl, J., Beckman, J. (Eds.). *Action Control. From Cognition to Behaviour* (pp. 11-39). Berlin Heidelberg: Springer-Verlag
- Ajzen, I. (1988).** Attitudes, Personality and Behavior. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, I. (1991).** The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002).** Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Alley, T. R. (2018).** Conceptualization and Measurement of Human Food Neophobia. In: Reilly, S. (Ed.). *Food Neophobia* (pp. 169-192). United Kingdom: Woodhead Publishing
- Altintzoglou, T., Vanhonacker, F., Verbeke, W., Luten, J. (2011).** Association of health involvement and attitudes towards eating fish on farmed and wild fish consumption in Belgium, Norway and Spain. *Aquaculture International*, 19(3), 475–488.
- Bi, X., House, L., Messina, J. R. (2011).** Identifying the Attitudes and Preferences of Parents and Children for Seafood: Summary of Focus Groups Results. *FAMRC Industry Report*, 11-1. <https://fred.ifas.ufl.edu/pdf/agmarketing/pubs/2000s/focusgroup11.pdf>

- Birch, D., Lawley, M. (2012).** Buying seafood: Understanding barriers to purchase across consumption segments. *Food Quality and Preference*, 26(1), 12-21.
- Birch, D., Lawley, M. (2014).** The role of habit, childhood consumption, familiarity and attitudes across seafood consumption segments in Australia. *Journal of Food Products Marketing*, 20(1), 98–113.
- Birch, D., Lawley, M., Hamblin, D. (2012).** Drivers and barriers to seafood consumption in Australia. *Journal of Consumer Marketing*, 29(1), 64–73.
- Brécard, D., Hlaimi, B., Lucas, S., Perraudau, Y., Salladarré, F. (2009).** Determinants of demand for green products. An application to eco-label demand for fish in Europe. *Ecological Economics*, 69(1), 115–125.
- Breen, F. M., Plomin, R., Wardle, J. (2006).** Heritability of food preferences in young children. *Physiology and Behavior*, 88(4-5), 443-447.
- Brunso, K. (2003).** Consumer Research on Fish in Europe. In: Luten, J. B., Oehlenschlager, J., Olafsdottir, G. (Eds.). *Quality of Fish From Catch to Consumer: Labelling, Monitoring and Traceability* (pp. 335-344). Wageningen: Wageningen Academic Publishers
- Brunso, K., Verbeke, W., Olsen, S. O. Jepsen, L. F. (2009).** Motives, barriers and quality evaluation in fish consumption situations, exploring and comparing heavy and light users in Spain and Belgium. *British Food Journal*, 111(7), 699–716.
- Cardoso, C., Lourenço, H., Costa, S., Gonçalves, S., Nunes, M. L. (2013).** Survey into the seafood consumption preferences and patterns in the Portuguese population. Gender and regional variability. *Appetite*, 64, 20–31.
- Carlucci, D., Nocella, G., De Devitiis, B., Viscecchia, R., Bimbo, F., Nardone, G. (2015).** Consumer purchasing behaviour towards fish and seafood products. patterns and insights from a sample of international studies. *Appetite*, 84, 212–227.
- Choe, Y. J., Cho, S. M. (2011).** Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food and Quality and Preference*, 22(7), 671- 677.
- Cooke, L., Carnell, S., Wardle, J. (2006).** Food neophobia and mealtime food consumption in 4–5 year old children. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 3(1), 14-19.
- Costa, A., Silva, C., Oliveira, A. (2020).** Food neophobia and its association with food preferences and dietary intake of adults. *Nutrition and Dietetics*, 77(5), 542-549
- Dursun, F. (2020).** Restoranlar Bağlamında Balık Tüketimi: Planlı Davranış Kuramı ve Yiyecek Korkusu Üzerinden Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya
- FAO (2014).** The State of World Fisheries and Aquaculture. Opportunities and Challenges. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome

- FAO (2018).** The State of World Fisheries and Aquaculture. Meeting the Sustainable Development Goals. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome
- FAO (2022).** The State of World Fisheries and Aquaculture (SOFIA) <https://www.fao.org/3/cc0461en/online/sofia/2022/consumption-of-aquatic-foods.html>
- FAO/WHO (2011).** Report of the Joint FAO/WHO Expert Consultation on the Risks and Benefits of Fish Consumption. Food and Agriculture Organization of the United Nations, World Health Organization, Rome, Geneva
- Fiandari, Y. R., Surachman, S., Rohman, F., Hussein, A. S. (2019).** Perceived value dimension in repetitive fish consumption in Indonesia by using an extended theory of planned behavior. *British Food Journal* 121(6), 1220-1235.
- Ghifarini, A. F., Sumarwan, U., Najib, M. (2018).** Application of theory of planned behavior in shrimp consumer behavior analysis. *Independent Journal of Management & Production*, 9(3), 984-1001.
- Green, J.M., Draper, A.K., Dowler, E.A. (2003).** Short cuts to safety, risk and rules of thumb in accounts of food choice. *Health, Risk and Society*, 5(1), 33–52.
- Hall, T. E., Amberg, S. M. (2013).** Factors influencing consumption of farmed seafood products in the Pacific Northwest. *Appetite*, 66(1), 1–9.
- Hicks, D., Pivarnik, L., McDermott, R. (2008).** Consumer perceptions about seafood. An internet survey. *Journal of Foodservice*, 19(4), 213–226.
- Higuchi A., Davalos J., Hernani-Merino, M. (2017)** Theory of planned behavior applied to fish consumption in Modern Metropolitan Lima. *Food Science and Technology*, 37(2), 202–208
- Honkanen, P., Olsen, S. O., Bas Verplanken, B. (2005).** Intention to consume seafood. The importance of habit. *Appetite*, 45(2), 161–168.
- Jaeger, S. R., Rasmussen, M. A., Prescott, J. (2017).** Relationships between food neophobia and food intake and preferences: Findings from a sample of New Zealand adults. *Appetite*, 116, 410-422
- Jaffry, S., Pickering, H., Ghulam, Y., Whitmarsh, D., Wattage, P. (2004).** Consumer choices for quality and sustainability labelled seafood products in the UK. *Food Policy*, 29(3), 215-228.
- Juhl, H. J., Poulsen, C. S. (2000).** Antecedents and effects of consumer involvement in fish as a product group. *Appetite*, 34(3), 261–267.
- Knaapila, A., Silventoinen, K., Broms, U., Rose, R. J., Perola, M., Kaprio, J., Tuorila, H. M. (2011).** Food neophobia in young adults: Genetic architecture and relation to personality, pleasantness and use frequency of foods, and body mass index a twin study. *Behavior Genetics*, 41(4), 512-521.
- Knaapila, A., Tuorila, H., Silventoinen, K., Keskitalo, K., Kallela, M., Wessman, M., Perola, M. (2007).** Food neophobia shows heritable variation in humans. *Physiology and Behavior*, 91(5), 573-578.
- Koivisto, U.K., Sjoden, P. O. (1996).** Food and general neophobia in Swedish families: Parent-child comparisons and relationships with serving specific foods. *Appetite*, 26(2), 107–118.

- Lawley, M., Birch, D., Hamblin, D. (2012).** An exploratory study into the role and interplay of intrinsic and extrinsic cues in Australian consumers' evaluations of fish. *Australasian Marketing Journal*, 20(4), 260–267.
- Leek, S., Maddock, S., Foxall, G. (2000).** Situational determinants of fish consumption. *British Food Journal*, 102(1), 18–39.
- Maiz, E., Balluerka, N. (2016).** Nutritional status and Mediterranean diet quality among Spanish children and adolescents with food neophobia. *Food Quality and Preference*, 52, 133–142.
- Mitterer-Daltoé, M. L., Carrillo, E., Queiroz, M. I., Fiszman, S., Varela, P. (2013).** Structural equation modelling and word association as tools for a better understanding of low fish consumption. *Food Research International*, 52(1), 56–63.
- Mitterer-Daltoé, M. L., Latorres, J. M., Queiroz, M. I., Fiszman, S., Varela, P. (2013).** Reasons underlying low fish consumption where availability is not an issue. A case study in Brazil, one of the world's largest fish producers. *Journal of Sensory Studies*, 28(3), 205–216.
- Mustonen, S., Oerlemans, P., Tuorila, H. (2012).** Familiarity with and affective responses to foods in 8–11-year-old children. The role of food neophobia and parental education. *Appetite*, 58(3), 777–780.
- Myrland, O., 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.
- Neale, E. P., Nolan-Clark, D., Probst, Y. C., Batterham, M. J., Tapsell, L. C. (2012).** Comparing attitudes to fish consumption between clinical trial participants and non-trial individuals. *Nutrition and Dietetics*, 69(2), 124–129.
- Nesheim, M. C., Yaktine, A. L. (2007).** Seafood Choices. Balancing Benefits and Risks. Washington: The National Academies Press.
- Olsen, S.O. (2001).** Consumer involvement in seafood as family meals in Norway: An application of the expectancy-value approach. *Appetite*, 36(2), 173–186.
- Olsen, S. O. (2003).** Understanding the relationship between age and seafood consumption. The Mediating role of attitude, health involvement and convenience. *Food Quality and Preference*, 14(3), 199–209.
- Olsen, S. O. (2004).** Antecedents of seafood consumption behavior: An overview. *Journal of Aquatic Food Product Technology*, 13(3), 79–91.
- Olsen, S.O., Heide, M., Dopico, D.C., Toften, K., (2008).** Explaining intention to consume a new fish product: A cross-generational and cross-cultural comparison. *Food Quality and Preference* 19(7), 618–627.
- Park, B. K., Cho, M. S. (2016).** Taste education reduces food neophobia and increases willingness to try novel foods in school children. *Nutrition Research and Practice*, 10(2), 221–228.
- Petursdottir, K.G.M. (2017).** Fish Consumption and Attitudes towards Fish among Icelanders and Tourists: Application of the Theory of Planned Behaviour. Master Thesis, Marketing at the Faculty of Business at Reykjavík University, Iceland

- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J., Brunsø, K., Olsen, S. O. (2007).** European consumers' use of and trust in information sources about fish. *Food Quality and Preference*, 18(8), 1050–1063.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J., Brunsø, K., Olsen, S.O. (2008).** Impact of consumers' health beliefs, health involvement and risk perception on fish consumption. *British Food Journal*, 110(9), 898-915
- Rozin, P., Vollmecke, T. A. (1986).** Food Likes and Dislikes. *Annual Review of Nutrition*, 6(1), 433-456.
- Samoggia, A., Castellini, A. (2018).** Health-orientation and socio-demographic characteristics as determinants of fish consumption. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 30(3), 211-226.
- Scholderer, J., Trondsen, T. (2008).** The dynamics of consumer behaviour on habit, discontent, and other fish to fry. *Appetite*, 51(3), 576–591.
- Siddique, M. A. M. (2012).** Explaining the role of perceived risk, knowledge, price, and cost in dry fish consumption within the theory of planned behavior. *Journal of Global Marketing*, 25(4), 181–201.
- Sidhu, K. S. (2003).** Health benefits and potential risks related to consumption of fish or fish oil. *Regulatory Toxicology and Pharmacology*, 38(3), 336-344.
- Siegrist, M., Hartmann, C., Keller, C. (2013).** Antecedents of food neophobia and its association with eating behavior and food choices. *Food Quality and Preference*, 30(2), 293-298.
- Skallerud, K., Armbrecht, J., Tuu, H. H. (2021).** Intentions to consume sustainably produced fish: The moderator effects of involvement and environmental awareness. *Sustainability*, 13(2), 946. Doi: 10.3390/su13020946
- Stefani, G., Scarpa, R., Cavicchi, A. (2012).** Exploring consumer's preferences for farmed sea bream. *Aquaculture International*, 20(4), 673–691.
- Sveinsdóttir, K., Martinsdóttir, E., Green-Petersen, D., Hyldig, G., Schelvis, R., Delahunty, C. (2009).** Sensory characteristics of different cod products related to consumer preferences and attitudes. *Food Quality and Preference*, 20(2), 120–132.
- Thong, N. T., Olsen, S. O. (2012).** Attitude toward and consumption of fish in vietnam. *Journal of Food Product Marketing*, 18(2), 79–95.
- Tomic, M., Matulic, D., Jelic, M. (2015).** What determines fresh fish consumption in Croatia? *Appetite*, 106, 13-22.
- Trondsen, T., Scholderer, J., Lund, E., Eggen, A.E. (2003).** Perceived barriers to consumption of fish among Norwegian women. *Appetite*, 41(3), 301– 314.
- Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., Eggen, A.E. (2004a).** Health and seafood consumption patterns among women aged 45–69 years. A Norwegian seafood consumption study. *Food Quality and Preference*, 15(2), 117–128.
- Trondsen, T., Braaten, T., Lund, E., Eggen, A.E. (2004b).** Consumption of seafood the influence of overweight and health beliefs. *Food Quality and Preference*, 15(4), 361– 374.

TÜİK (2021). Su Ürünleri İstatistikleri. Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, Ankara

Tuorila, H., Lahteenmaki, L., Pohjalainen, L., Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29–37.

Tuu, H. H., Olsen, S. O., Thao, D. T., Anh, N. T. K. (2008). The role of norms in explaining attitudes, intention and consumption of a common food (fish) in Vietnam. *Appetite*, 51(3), 546-551.

Vanhonacker, F., Altintzoglou, T., Luten, J., Verbeke, W. (2011). Does fish origin matter to European consumers? Insights from a consumer survey in Belgium, Norway and Spain. *British Food Journal*, 113(4), 535–549.

Verbeke, W., Vackier, I. (2005). Individual determinants of fish consumption: Application of the theory of planned behaviour. *Appetite*, 44(1), 67–82.

Verbeke, W., Vanhonacker, F., Frewer, L. J., Sioen, I., De Henauw, S., Van Camp, J. (2008). Communicating risks and benefits from fish consumption. Impact on Belgian consumers' perception and intention to eat fish. *Risk Analysis*, 28(4), 951–967.

Verbeke, W., Vanhonacker, F., Sioen, I., Van Camp, J., De Henauw, S. (2007). Perceived importance of sustainability and ethics related to fish: A consumer behavior perspective. *Ambio*, 36(7), 580-585.

Verbeke, W., Vermeir, I., Brunso, K. (2007). Consumer evaluation of fish quality as basis for fish market segmentation. *Food Quality and Preference*, 18(4), 651–661.