



**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK
LİSANS
TEZİ**

**BALIK LOKANTALARINDA MÜŞTERİ TERCİHİNDE
HAMSİNİN YERİ VE ÖNEMİ**

FATİH YILDIRIM

GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI

NİSAN 2019



**BALIK LOKANTALARINDA MÜŞTERİ TERCİHİNDE HAMSİNİN YERİ
VE ÖNEMİ**

Fatih YILDIRIM

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
GASTRONOMİ VE MUTFAK SANATLARI ANABİLİM DALI**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

NİSAN 2019

Yüksek Lisans Tezi Kabul ve Onay Sayfası

Fatih YILDIRIM tarafından hazırlanan “BALIK LOKANTALARINDA MÜŞTERİ TERCİHİNDE HAMSİNİN YERİ VE ÖNEMİ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / ~~OY ÇOKLUĞU~~ ile Gazi Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman: Doc. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~

Üye : Doc. Dr. Gülgün BANGİR ALPAN

Eğitim Bilimleri Bölümü, Eğitim Programları ve Öğretim Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Aybüke CEYHUN SEZGİN

Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Yüksek Lisans Tezi olduğunu onaylıyorum/~~onaylamıyorum~~

Tez Savunma Tarihi: 03/04/2019

Jüri üyeleri tarafından YÜKSEK LİSANS tezi olarak uygun görülmüş olan bu tez Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.

Prof. Dr. Figen ZALF

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Fatih YILDIRIM

03/04/2019

BALIK LOKANTALARINDA MÜŞTERİ TERCİHİNDE HAMSİNİN

YERİ VE ÖNEMİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Fatih YILDIRIM

GAZİ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Nisan 2019

ÖZET

Son yıllarda artan nüfus ile beraber hayvansal protein ihtiyacının karşılanmasında su ürünlerinin önemi giderek artmaktadır. Ülkemizdeki su ürünlerine bakıldığında av oranı diğer balık çeşitlerine nazaran çok yüksek oranda olan hamsi balığı ön plana çıkmaktadır. Aynı zamanda hamsi içerdiği besin değeri bakımından da diğer balık çeşitlerine nazaran önemli bir besin değerine sahiptir. Bu araştırmanın amacı; Giresun ve Bursa illerindeki balık lokantalarına gelen müşterilerin tercihinde hamsinin yeri ve önemini saptamaktır. Bu kapsamda Bursa ve Giresun illerindeki balık lokantalarına gelen müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmenleri saptayabilmek amacı ile lokanta personellerine ve müşterilere 4 farklı anket uygulanmıştır. Bu araştırmaya 34 personel(aşçı, servis personeli, yönetici), 233 müşteri katılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmenler incelendiğinde, her iki ilde de yüksek oranlarda hamsinin tadının güzel olması, besin değerinin yüksek olması, sağlık açısından yararlı olması ve yemesinin kolay olması nedenleri ile müşterilerin hamsiyi tercih ettikleri saptanmıştır. Bursa ilindeki müşterilerin %65'i (77 kişi), Giresun ilindeki müşterilerin %85,34'ü (99 kişi) için tercih nedeni olarak alışkanlık etmeninin önemli olduğunu belirtmişler ve iki ilden elde edilen veriler arasındaki farkın anlamlı olduğu saptanmıştır ($p=0,001$). Aynı zamanda müşteriler, genellikle kış aylarında, hafta sonları ve akşam öğünlerinde hamsi tercih etmektedirler. Hamsi, İstavrit vb. deniz ürünlerinin özellikleri konusunda halk bilinçlendirilerek, bu konuda farkındalık oluşturularak tanıtılması, insan sağlığı için önemli bir besin olan hamsi vb. deniz ürünlerinin tüketimini olumlu yönde etkileyecektir.

Bilim Kodu : 116905

Anahtar Kelimeler : Hamsi, Müşteri, Tercih, Balık, Gastronomi

Sayfa Adedi : 107

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER

THE PLACE AND IMPORTANCE OF ANCHOVY VIA CONSUMER PREFERENCE
AT THE FISH RESTORANT

(M.Sc. Thesis)

Fatih YILDIRIM

GAZİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES

April 2019

ABSTRACT

The importance of aquaculture is increasing in meeting animal protein needs with the increasing population in recent years. When we look at the aquaculture products in our country, the prey rate is very high compared to other fish types. At the same time, anchovy has an important nutritional value in terms of the nutritional value it contains. The aim of this study is to determine the location and importance of anchovy choice of customers coming to fish restaurants in Giresun and Bursa. In this context, 4 different questionnaires were applied to restaurant staff and customers in order to determine the factors influencing the anchovy preference of the consumers who came to the fish restaurants in Bursa and Giresun. 34 personnel(cook, service staff, manager) and 233 customers participated in this research. When the factors influencing the Anchovy preference of the customers participating in the study are analyzed according to the city they live in, they prefer high rates of consumption in the two cities, because the taste of the anchovy is high, the nutritional value is high, it is beneficial for health and it is easy to eat. 65% (77 person) of the customers of Bursa province, 85,34% (99 person) of the customers of Giresun province stated that the habit factor is important for the reason of preference. Also it was found that the difference between the data obtained from the two provinces was significant ($p = 0.001$). At the same time, customers generally prefer anchovy at dinner, at the weekend and in winter. this paper point to Anchovy saurel etc. awareness of the public about the characteristics of seafood. And it aims to increase awareness on the consumption of seafood raisses awareness.

Science Code : 116905
Key Words : Anchovy, Customer, Preference, Fish, Gastronomy
Page Number : 107
Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER

TEŞEKKÜR

Çalışmalarında yardım ve katkılarını hiçbir zaman esirgemeyen, çalışmamın her aşamasında beni yönlendiren değerli danışmanım ve hocam Sayın Doç. Dr. Saime KÜÇÜKKÖMÜRLER'e, görüş ve düşünceleriyle bana yol gösteren Dr. Öğr. Üyesi Aybuke CEYHUN SEZGİN, Öğr. Gör. Ganimet SEÇ ve Öğr. Gör. Yusuf KARADERE' ye, destek ve katkılarını eksik etmeyen tüm bölüm hocalarıma ve çalışma arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca istatistik çalışmalarda yardım eden Nagihan KARACA' ya en içten teşekkürlerimi sunarım. Maddi manevi yardım ve destekleri için aileme en içten saygı ve teşekkürlerimi sunarım. Bu süreçte beni hiç yalnız bırakmayan her zaman yanımda olan hayat arkadaşım Melike GÜLER' e özellikle teşekkür ederim. Emeli geçen burada ismini sayamadığım herkese sonsuz teşekkür ve sevgilerimi sunarım.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
TEŞEKKÜR.....	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ÇİZELGELERİN LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLERİN LİSTESİ.....	xii
1. GİRİŞ.....	1
2. KURAMSAL ÇERÇEVE	15
2.1. Balıklar.....	15
2.2. Balığın İnsan Beslenmesindeki Önemi, Balığın Kalitesine Etki Eden Etmenler.....	16
2.3. Hamsi	23
2.3.1. Hamsinin Avlanma Çeşitleri.....	24
2.3.1.1. Trol avcılığı.....	24
2.3.1.2. Gırgır avcılığı.....	25
2.3.2. Hamsi Pişirme Yöntemleri.....	25
2.3.2.1. Izgara.....	26
2.3.2.2. Buğulama	26
2.3.2.3. Derin yağda kızartma	27
2.3.2.4. Tavada az yağda tavada pişirme	28
2.3.3. Hamsinin Somut Olmayan Kültürel Mirastaki Yeri	28
2.3.4. Hamsinin Türk Mutfak Kültüründeki Yeri	31
2.4. Bursa ve Giresun Mutfak Kültürü.....	34
2.4.1. Bursa Mutfak Kültürü	34
2.4.2. Giresun Mutfak Kültürü.....	36

Sayfa

3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	39
4. YÖNTEM.....	47
4.1. Araştırmanın Modeli	47
4.2. Evren ve Örneklem	47
4.3. Ölçme Araçları	48
4.4. Ölçüm Güvenirliği	49
4.5. Verilerin Toplanması	49
4.6. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması.....	49
5. BULGULAR VE YORUM.....	51
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	87
KAYNAKÇA.....	93
EKLER.....	101
EK-1. Yöneticiye Yönelik Anket.....	102
EK-2. Aşçıya Yönelik Anket	103
EK-3. Servis Personeline Yönelik Anket.....	104
EK-4. Müşteriye Yönelik Anket	105
ÖZGEÇMİŞ	106

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge	Sayfa
Çizelge 1.1. Balık Türleri ve Tüketim Zamanları.....	2
Çizelge 1.2. Balıkların Yapılarına Göre (yağı nerede topladıklarına ve pullu pulsuz çeşitlerine göre) Sınıflandırılması	3
Çizelge 1.3. Türkiye Su Ürünleri Üretimi	4
Çizelge 1.4. Türkiye’de Su ürünleri Üretimi, İhracatı, İthalatı ve Tüketimi	8
Çizelge 1.5. 2009 Yılına Ait Dünya’da Kişi Başına Düşen Yıllık Ortalama Balık Tüketimi ve Avrupa Birliğindeki Bazı Ülkelerin Kişi Başı Yıllık Ortalama Balık ve Su Ürünleri Tüketimi	8
Çizelge 1.6. Avcılığı En Çok Yapılan Pelajik Deniz Balıklarının Üretim Miktarı	9
Çizelge 2.1. Balıkların 100 gramında bulunan enerji ve besin öğeleri değerleri.....	18
Çizelge 2.2. Besinlerin elzem amino asit değerleri (mg/100g).....	18
Çizelge 2.3. Balıkların ve Balıklar Arasından Hamsinin Bileşimlerinde Bulunan Kolesterol ve Yağ Asitleri Miktarları (mg/100g)	19
Çizelge 2.4. Bazı deniz balıklarının n-3 ve n-6 yağ asidi profili (g/100g)	21
Çizelge 2.5. Karadeniz bölgesi grupları.....	36
Çizelge 5.1. Araştırmaya Katılan Personelin Demografik Özellikleri (n:34).....	51
Çizelge 5.2. Aşçıların Turizm Sektöründe ve Mevcut İşletmedeki Çalışma Sürelerinin Karşılaştırılması (n:11) (Mann Whitney-U)	52
Çizelge 5.3. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Yöntemleri ve Hamsi Tercih Nedenlerinin Karşılaştırılması (n:11).....	53
Çizelge 5.4. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Porsiyon Ölçüsünün Karşılaştırılması (n:11) (Mann Whitney-U)	54
Çizelge 5.5. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Sıklıklarının Karşılaştırılması (n:11)	54
Çizelge 5.6. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Hamsi Balığı Tercihleri (n:11)	55
Çizelge 5.7. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Sipariş Verilme Sıklıkları(n:11).....	55
Çizelge 5.8. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Sipariş Verilen İlk 3 Balık Çeşidi (n:11)	56

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.9. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Balığını Diğer Balıklarından Ayıran Özellikler ve Hamsi Pişirme Yönteminin Karşılaştırılması(n:11).....	57
Çizelge 5.10. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Hamsi Balığı Tercihi, Gelir Düzeyi ve Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (n:11)	58
Çizelge 5.11. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Alımı ve Satımı (n:12)	59
Çizelge 5.12. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Yöntemlerinin ve Hamsi Balığını Diğer Balık Türlerinden Ayıran Özellikleri (n:12)	60
Çizelge 5.13. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre En Çok Tercih Edilen 3 Balık Çeşidi (n:12)	61
Çizelge 5.14. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Diğer Balık Çeşitlerine Göre Hamsi Tercihi (n:12)	62
Çizelge 5.15. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Günlük Ortalama Hamsi Satış Miktarı (kg) (n:12).....	62
Çizelge 5.16. Araştırmaya Katılan Müşterilerin Demografik Özellikleri (n:233).....	63
Çizelge 5.17. Müşterilerin Balık lokantalarını Tercih Nedenlerinin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)	65
Çizelge 5.18. Müşterilerin Hamsi Tercihini Etkileyen Etmenlerin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)	67
Çizelge 5.19. Müşterilerin En Çok Sevdikleri 4 Balık Çeşidinin İllere Göre Dağılımı (n:233)	68
Çizelge 5.20. Müşterilerin Ayda Ortalama Hamsi Tüketim Miktarlarının İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (kg) (n:233) (Mann Whitney U).....	69
Çizelge 5.21. Müşterilerin Balık Tüketim Sıklıklarının ve Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıklarının İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233).....	72
Çizelge 5.22. Müşterilerin Hamsi Balığının Pişirme Yöntemi Tercihlerinin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)	74
Çizelge 5.23. Müşterilere Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özelliklerin Karşılaştırılması (n:233)	75
Çizelge 5.24. Müşterilerin Balık Lokantalarına Gidiş ve Tüketim Sıklıkları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi	77
Çizelge 5.25. Müşterilerin Mesleklerine Göre Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları ve Balık Tüketimleri (n:233).....	77

Çizelge	Sayfa
Çizelge 5.26. Müşterilerin Mesleklerine Göre Balık Lokantalarını Tercih Nedenleri (n:233)	78
Çizelge 5.27. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Tüketim Sıklıkları (n:233)	79
Çizelge 5.28. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları (n:233).	80
Çizelge 5.29. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Lokantalarını Tercih Nedenleri (n:233).	80
Çizelge 5.30. Müşterilerin Yaşlarına Göre Tercih Ettikleri Balık Pişirme Yöntemleri (n:233)	81
Çizelge 5.31. Müşterilerin Yaşlarına Göre Hamsi Tercihini Etkileyen Etmenler (n:233)	81
Çizelge 5.32. Müşterilerin Yaşlarına Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özellikler (n:233)	82
Çizelge 5.33. Müşterilerin, Servis Personelinin ve Yöneticilerin Görüşlerine Göre En Çok Tercih Edilen 3 Balık Çeşidi (n:256)	82
Çizelge 5.34. Müşterilerin, Servis Personelinin, Aşçıların ve Yöneticilerin Görüşüne Göre En Çok Tercih Edilen Hamsi Yemeği (n: 267)	83
Çizelge 5.35. Balık Lokantalarında Çalışanlara Göre Müşterilerin Hamsi Tercihi (n: 34)	84
Çizelge 5.36. Balık Lokantalarında Çalışanlara Göre Müşterilerin Hamsi Tercihi (n: 22)	85
Çizelge 5.37. Müşterilerin ve İşletmelerdeki Personelin Görüşlerine Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özellikler (n: 267)	85

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Beslenme piramidi	17
Şekil 2.2. Teorik olarak trolün çekilme anındaki görünümü (Orta su trolü)	25
Şekil 2.3. Teorik olarak Gırgır teknesi ile avlanma anındaki görünümü	25



KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklamalar
AB	Avrupa Birliği
°C	Santigrat Derece
CHAID	Chi - squared Automatic Interaction Detection
cm	Santimetre
DHA	Decosahekzaenoik
EPA	Eikosapentaenoik
g	Gram
Kcal	Kalori
Kg	Kilogram
m	Metre
MEÖSGP	Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi
mg	Miligram
SPSS	Statistic Pockets for Social Sciences
vb.	Ve Benzeri
vd.	Ve diğerleri

1. GİRİŞ

Yeterli ve dengeli beslenebilmek için insanların günlük protein gereksinimlerinin en az yarısının hayvansal kaynaklı proteinlerden karşılanması gerekmektedir. İnsanların alması gereken günlük protein ihtiyaçlarını ucuz ve en iyi şekilde gidermede yararlanılacak hayvansal kökenli protein kaynağının başında, artan nüfusla beraber önem kazanan su ürünleri gelmektedir. Ülkeler arasında su ürünleri tüketimi farklılık göstermektedir. Su ürünleri tüketimi dünya ortalaması kişi başı 16,3 kg/yıldır. Türkiye’de ise bu oran yıllara göre farklılık gösterse de 2012 yılı verilerine göre 7,1 kg ile dünya ortalamasının çok altında kaldığı görülmektedir. Ayrıca ülkemizdeki 7 bölge baz alınır, denize kıyısı olmayan bölgelere göre su ürünleri tüketimi, denize kıyısı olan bölgelerde daha fazladır (Gülyavuz, Yasan Ataseven, Nihal Gülaç, 2014). Bu verilere göre de coğrafi konumun su ürünleri tüketimine doğrudan etkisi olduğu söylenebilir.

İnsanlar yerleşik yaşama geçmeden yani hayvanları evcilleştirmeden ve tarımla uğraşmaya başlamadan önceki zamandan günümüze kadar ki süre zarfı dahil olmak üzere en kolay elde edilen ve tüketilen besinlerin başında balık ve diğer deniz ürünleri gelmektedir. Hayvansal protein ihtiyaçlarını zenginleştirmek ve istihdam olanakları, insan sağlığına olan katkısı gibi yüksek katma değere sahip olan su ürünleri, ülke ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Bu önemin farkında olan ülkeler ise su ürünlerine gerekli önemi gösterip su ürünlerinden en fazla verimi alma yoluna gitmektedirler(Erdoğan Sağlam, Özbek, Düzgüneş, 2016).

Suda yaşayan, yumurtadan üreyen, solungaçlarıyla solunum yapan omurgalıların genel adına balık denir (Meslekî Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEÖSGP), 2006).

Balık türleri 4 farklı şekilde yayılma göstermektedir. İlk olarak, doğal engelin kaldırılması sonucu; iklim, tuzluluk vb. farklı olmalarından kaynaklı su ortamları farklı türde balıklar barındırmaktadır. Bu engel kaldırıldığında balık türleri birbirlerinin ortamlarına geçiş yaparlar ve yeni ortama ayak uyduran türler burada yaşamlarını sürdürürler.

İkinci olarak, gemi trafiği sonucu; gemilerin altına yapışan yumurta ve larvalar uzun mesafelerce yol alırlar. Yeni ortama giren larvalar ortama uyum sağlayıp canlı kalabilmişler burada yaşamlarına devam ederler.

Üçüncü olarak, kaza sonucu; kültür balıkları ticari olarak üretildikleri yerden kaçıp denizlere ulaşabilirler ve burada yaşamlarını sürdürürler. Karadeniz'deki Rus kefalinin varlığı ve Seyhan Ceyhan nehirlerindeki tatlı su çipurası bu şekilde ortaya çıkmıştır. Son olarak ise balık aşılama sistemi ile yayılım göstermektedirler (Polat, Zengin, Gümüş, 2011).

Çizelge 1.1. Balık Türleri ve Tüketim Zamanları

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
AHTAPOT	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
AKYA	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	AA	B	B
ALABALIK Ç	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
BARBUN	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	B
ÇİNEKOP	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B	B	B	B
ÇİPURA	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B	B	B
ÇİPURA Ç	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B
DİL	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B
HAMSI	AA	AA										AA
ISKORPİT	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA
ISTAVRIT	AA	AA	AA	AA	B	B	B	B	B	B	B	B
İZMARİT	X	AA	AA	AA	B	X	X	X	X	X	X	X
KALKAN	AA	AA	AA	AA	B	X	X	X	X	X	B	B
KARAGÖZ	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B
KEFAL	AA	AA	AA	AA	AA	X	X	X	X	AA	AA	AA
KILÇ	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B	B	B
KIRLANGIÇ	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
KÖLYÖZ	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
KUPES	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	B	B	B
LAHOS	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	B	B	B
LEVREK	X	AA	AA	AA	AA	X	X	X	X	X	X	X
LUFER	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	B	B
MELANUR	X	X	X	X	X	B	B	B	AA	AA	B	B
MERCAN	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
MEZGİT	X	AA	AA	AA	AA	X	X	X	X	X	X	X
MUREKKEP	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
ORFOZ	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	AA	B	B
PALAMUT	B	B	B	B	B	X	X	X	X	X	AA	AA
PALAMUT Ç	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	AA
PİSİ	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA	AA
SARDALYA	X	X	X	X	X	AA	AA	AA	AA	X	X	X
SAZAN	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B
SINARİT	B	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	B	B	B
TAVUK B.	AA	AA	B	B	B	X	X	X	B	B	AA	AA
TORİK	AA	AA	B							AA	AA	AA
TRANÇA	B	B	B	B	B	AA	AA	AA	AA	AA	B	B
TUĞNA	B	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA
USKUMRU	B	B	B	B	B	B	B	B	B	AA	AA	B

AA Balığın en lezzetli zamanı
B Balığın yenilebilir zamanı
X Balığın lezzetsiz zamanı

Kaynak: Küçükkörmürler ve Yıldırım, 2018.

Çizelge 1.1 de Balıkların lezzetli ve lezzetsiz olduğu aylar verilmiştir. Bu çizelge incelendiğinde; Hamsi balığının, Ocak, Şubat, Kasım ve Aralık ayları en lezzetli olduğu aylar iken diğer aylarda lezzetsiz olduğu vurgulanmaktadır.

Deniz ürünleri ve balıklar; yaşadıkları çevre, su sıcaklığı, yapıları ve yağı nerede depoladıkları gibi çeşitli kriterlere göre sınıflandırılırlar. Balıkların yaşadıkları çevreden kasıt; balıkların denizde, gölde, dipte ve kıyıda yaşamalarıdır. Su sıcaklığı olarak kastedilen ise balıklar her sıcaklıkta barınmaz ve yaşamlarını sürdüremezler, yaşamlarını iyi bir şekilde sürdürebilmeleri için en uygun su sıcaklığı ile alakalıdır. Yapılarından kast edilen ise pullu, pulsuz, yassı ve yuvarlak olup olmamalarıdır (Dikel, 2009).

Çizelge 1.2. Balıkların Yapılarına Göre (yağı nerede topladıklarına ve pullu pulsuз çeşitlerine göre) Sınıflandırılması

YAĞLARINI KARACİĞERDE TOPLAYAN BALIKLAR	YAĞLARINI KASLARINDA TOPLAYAN BALIKLAR	PULSUZ BALIKLAR	PULLU BALIK
Alabalık, Akya, Bakalyaro, Barbunya-Tekir, Berlam- Mırlan, Çipura, Dil, Pisi, Dülger, Levrek, Fener, Gelincik, Mezgit, Kalkan, Karagöz, Kefal, Kırlangıç, Kupez, Lagos, Lüfer, Mercan, Mırmır, Orfoz, Sinarit-Trança, Sudak, Turna, Yayın, Karides, Sübye, Ahtapot, Kalamar, İstakoz, Pavurya	HAMSI , Gümüş, Yılanbalığı, İstavrit, İzmarit, Uskumru, Kolyoz, Somon, Sardalya, Kılıç Balığı, Alabalık, Palamut, Torik, Tirsi, Zargana, Sazan	Alabalık, Akya, Bakalyaro, Çinekop, Dil, Dülger, Gelincik, İstavrit, Kalkan, Kılıç, Kırlangıç, Kofana, Kolyoz, Lahos, Levrek, Lüfer, Mezgit, Mırlan, Orfoz, Orkinos, Palamut, pisi, Torik	Barbunya, Berlam, Çipura, Gümüş, Hani, Karagöz, Kefal, Kupez, Lipsoz, Mercan, Minekop, Sardalya, Sazan, Somon, Sudak, Turna, Sinarit, HAMSI

Kaynak: Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018.

Yağlarını karaciğerde toplayan balıklar yağsız ve beyaz etli olurlar. Yağlarını kaslarında toplayan balıklar ise siyah etli ve lezzetli olurlar. Çizelge 1.2 incelediğinde hamsi, istavrit, uskumru, palamut gibi balıklar yağlarını kaslarında toplayan balıkların içerisinde yer almaktadır.

Alabalık, akya, barbunya, karides, ıstakoz gibi balıklar yağlarını karaciğerde toplayan balıklar arasında yer alır. Hamsi ise bu sınıflandırmada siyah etli, pullu, yağlı ve lezzetli bir balık çeşidi olarak tanımlanır (Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Hamsi, 10-12 santimetre boyunda ince ve uzun Akdeniz, Karadeniz ve Batı Avrupa kıyılarında avlanan bir balık çeşididir (Özel, Kutlu, Yaşayan, Küçükkaras, Özdemir, 2012). Hamsiler yaşamları boyunca 2 kez üreme dönemi geçirir ve ortalama yaşam süreleri 3-4 yıldır. Üremeleri genellikle 17,5- 27 °C su sıcaklığı, pH' ı 8,3-8,4 ve su derinliği 5 ile 10 metre olan kıyı bölgelerde meydana gelir. Larva gelişimindeki en uygun sıcaklık ise 9 ile 23 °C derece arasındadır. Yüzey sıcaklığı yeterli olduğu tüm süre zarfında hamsiler üremeye hazırdır. Buna göre yumurtlama mevsimi kuzey bölgelerde güneye nazaran daha kısadır(Satılmış ve Bat, 2010).

Çizelge 1.3. Türkiye Su Ürünleri Üretimi

Türkiye Su Ürünleri Üretimi (ton)

Yıllar	AVCILIK (ton)			YETİŞTİRİCİLİK (ton)			TOPLAM (ton)
	Deniz	İçsu	Toplam	Deniz	İçsu	Toplam	
2000	460.521	42.824	503.345	35.646	43.385	79.031	582.376
2001	484.410	43.323	527.733	29.730	37.514	67.244	594.977
2002	522.744	43.938	566.682	26.868	34.297	61.165	627.847
2003	463.074	44.698	507.772	39.726	40.217	79.943	587.715
2004	504.897	45.585	550.482	49.895	44.115	94.010	644.492
2005	380.381	46.115	426.496	69.673	48.604	118.277	544.773
2006	488.966	44.082	533.048	72.249	56.694	128.943	661.991
2007	589.129	43.321	632.450	80.840	59.033	139.873	772.323
2008	453.113	41.011	494.124	85.629	66.557	152.186	646.310
2009	425.275	39.187	464.462	82.481	76.248	158.729	623.191
2010	445.680	40.259	485.939	88.573	78.568	167.141	653.080
2011	477.658	37.097	514.755	88.344	100.446	188.790	703.545
2012	396.322	36.120	432.442	100.853	111.557	212.410	644.852
2013	339.047	35.074	374.121	110.375	123.019	233.394	607.515
2014	266.078	36.134	302.212	126.894	108.239	235.133	537.345
2015	397.731	34.176	431.907	138.879	101.455	240.334	672.241
2016	301.464	33.856	335.320	151.794	101.601	253.395	588.715

Kaynak: Şahinöz, Doğu, Aral, 2017.

Çizelge 1.3’de Türkiye su ürünleri üretimi (avcılık-yetiştiricilik) ile ilgili veriler yer almaktadır. Bu verilere göre, su ürünlerindeki yetiştiriciliğin düzenli olarak arttığı gözlemlenmektedir. Buna karşılık avcılıkta inişli çıkışlı bir grafik sergilense de 2000-2016 yılları arasındaki son durum göz önüne alındığında bir düşüş meydana geldiği söylenebilir. Bu düşüşün sebebi birçok etmene bağlı olabileceği gibi denizlerimizdeki kirlilik, yanlış avlanma, av yasaklarına uymama gibi sebepler olabilir. Bu da Türkiye’nin su ürünlerinden alacağı katma değerden en fazla verimin alınmasına engel bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.

Toplam su ürünleri üretiminin %82’si avcılık yoluyla elde edilen balıklar oluşturmakla beraber; bu miktarın %96 gibi büyük bir bölümünü aralarında hamsi, palamut, istavrit, sardalya gibi pelajik balıkları (Çoğunluğu göçmen olan, yaşamlarını dip ile su yüzeyi arasında geçiren, belirli bir yere bağımlı olmayan balıklar) da kapsayan deniz balıkları oluşturmaktadır. Deniz balıkları üretiminin %70,89’ unu ve su ürünleri içerisindeki toplam üretimi %50,19’ unu ise hamsi balığı oluşturmaktadır (Oğuzhan ve Angiş, 2009).

Ekonomik değeri çok yüksek olan ve ülkemizde bolca avlanan hamsi balığı, toplam 500.000 ton balık rekoltemizin %70’ ini karşılamaktadır. Yani ülkemizde tutulan her 3 balıktan 2 tanesini hamsi balığı oluşturur (Anıl, 1985). Türkiye’de Marmara, Ege, Akdeniz de avlanan bir balık çeşidi olsa da bu bölgelerden en fazla Karadeniz bölgesinde avlanan bir balıktır.

Bu çalışmada insan sağılığı bakımından önemli bir protein kaynağı olan, ülkemizde avcılık yoluyla elde edilen balıkların büyük çoğunluğunu oluşturan, hem tüketiminde hem de ekonomide önemli bir yer edinen hamsi balığı ele alınmıştır. Hamsi, Karadeniz insanının, halk oyunlarına, karakteristik özelliklerine, manilerine, fıkralarına, deyimlerine, şarkılarına hatta dizi isimlerine varana kadar özne olabilmeyi başarmış bir üründür.

Karadeniz'e mal olmuş bir balık çeşidi olarak hamsi balığı; avlanma oranı, ülkedeki diğer bölgelere nazaran daha yüksek olan, Doğu Karadeniz illerinden Giresun ile hamsinin daha az sahiplenildiği düşünülen Marmara bölgesi illerinden Bursa'daki balık lokantalarında müşteri tercihinde hamsinin yeri ve öneminin saptanması amaçlanmıştır.

Problem durumu

Bursa ve Giresun ilinde yer alan balık lokantalarına gelen müşterilerin tercihinde hamsinin yeri ve önemi problem durumu olarak belirlenmiştir. Literatür taramasında ülkemizde ve dünya üzerinde hamsinin hem kültürel hem de deniz ürünlerinde avlanma oranı azımsanamayacak kadar çok olmasına karşın hamsi üzerine yapılan çalışmalar ve araştırmalar oldukça sınırlı sayıdadır. Bu nedenle balık lokantalarına gelen müşterilerin hamsi tercihinin etkileyen nedenleri saptamak yararlı olacaktır.

Araştırmanın amacı

Bu araştırmadaki amaç; Bursa ilinde yer alan şirketleşmiş balık lokantalarına ve Giresun ilinde yer alan balık lokantalarına gelen müşterilerin tercihinde hamsinin yeri ve önemini saptamaktır.

Bu genel amaca ulaşabilmek için gidilen lokantalardaki, lokantaların yöneticilerine, aşçısına, servis personeline ve oraya gelen müşterilere, müşterilerin hamsi tüketim tercihinin etkileyen etmenleri 4 farklı açıdan saptayabilmek adına, 4 farklı anket uygulanmıştır. Müşterilerin hamsi tercihinin etkileyen etmenler iller nazarında, karşılaştırmalı ve genel olarak incelenmiştir.

Bu anketlerde;

Yöneticiye sorulan sorular

- Yöneticilerin demografik özellikleri nelerdir?
- Yöneticiler hamsiyi nereden satın alıyor?
- Yöneticilerin hamsi satın alma sıklığı nedir?
- Yöneticinin gözünden müşterinin diğer balıklara göre hamsi tercihi nasıldır?
- Hamsinin en fazla tüketildiği öğün hangisidir?
- Hamsiyi hangi aylarda daha çok satın alınmaktadır?
- Hangi tip hamsi yemekleri daha çok satılmaktadır?
- Diğer balık çeşitlerinden hamsinin farkı nedir?

Aşçıya sorulan sorular

- Aşçının demografik özellikleri nelerdir?
- Aşçının diğer balıklara nazaran hamsi pişirme sıklığı nedir?
- Aşçı daha çok hangi tip hamsi pişirme yöntemini uyguluyor?
- Aşçı hangi öğün, gün ve aylarda hamsi daha çok pişiriyor?
- Bir porsiyon hamsi kaç gramdır?
- Aşçıya göre hamsinin diğer balıklara göre farkı nedir?

Servis personeline sorulan sorular

- Servis elemanının demografik özellikleri nelerdir?
- Müşteriler hangi tip hamsi pişirme yöntemiyle hazırlanan hamsiyi sipariş veriyor?
- Müşteriler hangi öğün, gün ve aylarda daha çok hamsi siparişi veriliyor?
- Servis personeline göre hamsinin diğer balıklara göre farkı nedir?
- Servis personelinin gözlemlemesine göre hamsiyi tercih eden müşteri profili nasıldır?

Müşteriye sorulan sorular

- Müşterilerin demografik özellikleri nelerdir?
- Müşterilerin balık tüketimi ve sıklığı nedir?

- Müşterilerin balık lokantasına gidiş sıklığı ve nedeni nedir?
- Müşteriler hangi pişirme yöntemiyle pişen hamsiyi tercih ediyor?
- Müşterilerin en sevdiği üç balık çeşidi nedir? Bu balıklar arasında hamsi balığı yer alıyor mu?
- Müşteriler mevsiminde ortalama kaç gram hamsi tüketiyor?
- Müşterilere göre hamsiyi diğer balıklardan ayıran özelliği nelerdir?
- Müşteriler hangi günlerde hangi aylarda ve hangi öğünde hamsiyi daha çok tüketiyor?
- Balık lokantasına giden müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmenler nelerdir?

Araştırmanın önemi

Sağlıklı yaşam için yeterli ve dengeli beslenme çok önemlidir. Gelişmiş ülkelerdeki toplumlar biyolojik değeri yüksek hayvansal proteinli gıda tüketiminin ne kadar önemli olduğunu fark etmişlerdir. Toplumların beslenmeleri ise milletlerin gelişmişliğinin bir ölçüsü olarak kabul edilmektedir.

Gelişmiş ülkelerde hayvansal gıdalardan sağlanan günlük protein tüketimi %59,20'i iken, gelişmekte olan ülkelerde bu oran %12,80'dir. Türkiye'de ise bu oran %19,70 civarındadır. Günlük protein ihtiyacının en az üçte biri hayvansal ürünlerden sağlanmalıdır. Yetişkin bir kişinin sağlıklı şekilde beslenmesi için günlük, ortalama 35 g hayvansal protein tüketmesi gerekmektedir. Bu da süt, yumurta, kırmızı et ve beyaz etin günlük ve düzenli olarak belirli oranlarda tüketilmesi gerektiğini göstermektedir. Dünya nüfusunun artması ile beraber insanların yeni protein kaynaklarına yönelmesi, su ürünlerinden olan balıkentinin besin maddeleri arasındaki önemi arttırmıştır.

Çizelge 1.4. Türkiye’de Su ürünleri Üretimi, İhracatı, İthalatı ve Tüketimi

Su Ürünleri Üretimi, İhracatı, İthalatı ve Tüketimi

Yıllar	Üretim (ton)	İhracat (ton)	İthalat (ton)	Tüketim (ton)		Değerlendirile -meyen (ton)	Kişi Başına Tüketim (kg)
				İç tüketim	Bal. un/yağ*		
2000	582.376	14.533	44.230	538.764	71.000	2.309	8,0
2001	594.977	18.978	12.971	517.832	62.755	8.383	7,5
2002	627.847	26.860	22.532	466.289	156.000	1.230	6,7
2003	587.715	29.937	45.606	470.131	120.000	13.253	6,7
2004	644.492	32.804	57.694	555.859	105.000	8.523	7,8
2005	544.773	37.655	47.676	520.985	30.000	3.809	7,2
2006	661.991	41.973	53.563	597.738	60.000	15.843	8,2
2007	772.323	47.214	58.022	604.695	170.000	8.436	8,6
2008	646.310	54.526	63.222	555.275	95.742	3.989	7,8
2009	622.962	54.354	72.686	545.368	90.211	5.715	7,6
2010	653.080	55.109	80.726	505.059	168.073	5.565	6,9
2011	703.545	66.738	65.698	468.040	228.709	5.756	6,3
2012	644.852	74.007	65.384	532.347	94.201	9.682	7,1
2013	607.515	101.063	67.530	479.708	87.896	6.378	6,3
2014	537.345	115.682	77.545	420.361	73.667	5.180	5,5
2015	672.241	121.053	110.761	479.741	176.138	6.070	6,1
2016	588.715	145.469	82.074	426.085	93.096	6.139	5,4
2017	630.820	156.681	100.444	441.573	130.917	2.093	5,5

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019.

Çizelge 1.4 incelendiğinde Türkiye’deki su ürünleri üretiminin inişli çıkışlı bir grafik sergilediği gözlemlenmektedir. İhracatta ise yükselen bir grafik vardır. Fakat bununla beraber ithalatta 2012 yılından sonra sert bir yükseliş gözlenmekte 2017 yılında ithalat 2000 yılına göre 2 kattan fazla arttığı söylenebilir. En çarpıcı oran ise kişi başına düşen su ürünleri tüketiminde karşımıza çıkmaktadır. 2000 yılının başında 8,0 kg olan kişi başı tüketim, 2017 yılında 5,5 kg’a kadar düşmüştür.

Çizelge 1.5. 2009 Yılına Ait Dünya’da Kişi Başına Düşen Yıllık Ortalama Balık Tüketimi ve Avrupa Birliği’ndeki Bazı Ülkelerin Kişi Başı Yıllık Ortalama Balık ve Su Ürünleri Tüketimi

ÜLKELER(2009-Dünya’da)	Miktar (Kg)
İzlanda	88,3
Japonya	54,5
İspanya	43,2
Fransa	33,8
İtalya	25,0
İngiltere	21,1
Hollanda	19,7
Tunus	12,0
Fas	11,2
Türkiye	7,6
ÜLKELER (2015- Avrupa’da)	Miktar (Kg)
Portekiz	56,7
İspanya	43,4
Litvanya	39,8
Finlandiya	35,6
Fransa	35,2
Belçika	26,0
Bulgaristan	6,4
Romanya	6,3
Macaristan	5,3
Türkiye	6,1

Kaynak: Balık, Yardımcı, Turhan, 2013; Gülyavuz vd., 2014; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019.

2009 yılına ait Dünya’da kişi başına düşen yıllık ortalama balık tüketimi çizelgesi (Çizelge 1.5) incelendiğinde; Türkiye’nin balık tüketiminde dünya ortalamasına ulaşması için 2 kat, AB seviyesine ulaşması için balık tüketimini üç kat arttırması gerekmektedir (Balık vd., 2013; Gülyavuz vd., 2014; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019).

2015 yılında Bürüksel Ticari müşavirliği Balıkçılık sektör raporuna göre Günümüzde Avrupa Birliğinde kişi başı yıllık ortalama balık ve su ürünleri tüketimi 23.1 kg iken, dünya ortalaması 18.9 kilogramın üzerindedir. İlk sırada Portekiz yer almaktadır. İspanya, Litvanya, Finlandiya ve Fransa bu ülkeleri izlemektedir. Belçika 26 kg ile Avrupa Birliği ortalaması üzerinde 9. sırada yer almaktadır. Bulgaristan, Romanya ve Macaristan Avrupa’da en az balık ve su ürünleri tüketen ülkeler olarak son sıralarda yer almaktadırlar. Çizelge 1.4 incelendiğinde Türkiye’de 2015 yılında kişi başına su ürünleri tüketimi **6, 1 kg** olarak en az tüketen ülkeler arasında yer almaktadır (Şahinöz vd., 2017; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019). 2017 yılında ise yıllık kişi başına tüketim 5.5 kg olarak daha da azalmaktadır.

Çizelge 1.6. Avcılığı En Çok Yapılan Pelajik Deniz Balıklarının Üretim Miktarı

Avcılığı En Çok Yapılan Pelajik Deniz Balıklarının Üretim Miktarları (ton)

Yıllar	Hamsi	Sardalya	İstavrit*	Palamut	Lüfer	Çaça
2000	280.000	16.500	22.200	12.000	4.250	7.000
2001	320.000	10.000	26.180	13.460	13.060	1.000
2002	373.000	8.684	26.482	6.286	25.000	2.050
2003	295.000	12.000	28.000	6.000	22.000	6.025
2004	340.000	12.883	27.405	5.701	19.901	5.411
2005	138.569	20.656	27.518	70.797	18.357	5.500
2006	270.000	15.586	25.927	29.690	8.399	7.311
2007	385.000	20.941	32.021	5.965	6.858	11.921
2008	251.675	17.531	32.177	6.448	4.048	39.303
2009	204.699	30.091	28.268	7.036	5.999	53.385
2010	229.023	27.639	20.447	9.401	4.744	57.023
2011	228.491	34.709	25.010	10.019	3.122	87.141
2012	163.982	28.248	30.946	35.764	7.390	12.092
2013	179.615	23.919	28.424	13.158	5.225	9.764
2014	96.440	18.077	16.324	19.032	8.386	41.648
2015	193.492	16.693	16.664	4.573	4.136	76.996
2016	102.595	18.162	11.148	39.460	9.574	50.225
2017	158.094	23.426	12.985	7.578	1.936	33.950

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019.

Çizelge 1.6’da Avcılığı en çok yapılan pelajik deniz balıklarının üretim miktarları incelendiğinde denizlerde avcılıktan elde edilen üretimin % 65 – 70’ini hamsi balığı oluşturmaktadır. Bilinçsiz avcılık sonucu stoklar üzerindeki av baskısı ve ekolojik yapının

bozulması hamsiden elde edilen rakamların dalgalanmasına neden olmaktadır. 2007 yılında 385 bin ton olan hamsi avı, 2016 yılında 102.595 tona inmiştir (Şahinöz vd., 2017; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2019).

Balık üretiminde ise Dünyanın en büyük üreticisi olan Peru 1966 da 8,789,000 ton balık çıkarmıştır. 1964 yılında 9,116,500 ton ile rekor bir balık elde etmiştir. Bu oranı yakalamasındaki en büyük sebeplerden biri Pasifik denizinde bulunan sürüler halinde yaşayan hamsi balığıdır (Barlas, 1968).

Türkiye'nin denizlerinde birçok balık türü yaşamaktadır. Avlanması yapılan balık türlerinden en fazla paya sahip balık, hamsi balığıdır. Dünyanın birçok yerinde avlanması yapılan bu balık çeşidine Türkiye'deki gibi anlam yükleyen başka bir ülke olmadığı söylenebilir. Türkiye için sadece kültürel olarak farklı anlamlar barınmakla kalmayıp, sağlıklı yaşayabilmek için gerekli elzem aminoasit ve yağ asitleri bakımından da çok zengin bir içeriğe sahiptir. Aynı zamanda hamsi balığı B₃, D ve sadece hayvansal gıdalarda bulunan B₁₂ vitaminlerini de bol miktarlarda bulunmaktadır. Protein, vitamin, yağ içeriği olarak önemli besin öğeleri içerisindedir. Bağışıklık sistemini kuvvetlendirir, zekâ gelişimini olumlu yönde etkiler, kalp hastalığı, kanser, şeker hastalığı, yüksek tansiyon gibi hastalıkların tedavisinde yararlı etkilerinden kaynaklı önerilmektedir (Turan, Kaya, Sönmez, 2006; Fidanbaş, Bilgin, Ertan, 2015; Menteşe, 2016).

Ülkelerin yemek kültürlerinde, içinde barındırdığı o yöre için önemli olan o yöreye ait bazı yiyecekler ve içecekler vardır. Tarihten gelen yemek alışkanlıkları somut ve soyut unsurlar ile meydana gelmektedir. Türk mutfak kültürümüzde de geleneksel olan bu ürünler iklim ve coğrafyamıza göre şekillenmektedir(Gök, Ceyhun Sezgin, Yıldırım, 2017). Bu şekilde coğrafi konumun insanlara sunduğu ürünler insanların beslenmelerini doğrudan etkilemiştir. Karadeniz bölgesinde hamsinin bol olması, burada yaşayan insanların bolca hamsi avlamasına ve Karadeniz mutfağına doğrudan, dolaylı olarak ise Türk mutfak kültüründe önemli bir yer edinmesini sağlamıştır (Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Dünyada ve Türkiye'de su ürünleri tüketimi üzerine yapılmış çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar daha çok son yıllarda artış göstermiştir. Yapılan çalışmalarda ise genellikle balık tüketimi üzerine yoğunlaşmıştır. Su ürünleri tüketimi ve balık tercihi ya da tüketicinin et tercihi ile alakalı çalışmalardır (Purcell ve Raunika, 1968; Nash ve Bell, 1969; Pippin ve

Morrison, 1975; Rodolfo, Nayga, Capps, 1995; Elbek, Emiroğlu, Saygı, 1999; Sayılı, Esengün, Kayım, Akça, 1999; Leek, Maddock, Foxall, 2000; Sarı, Demirulus, Söğüt, 2000; Burger, Fleischer, Gochfeld, 2003; Verbeke, Vanhonacker, Sioen, Camp, De Henauw, 2004; Hatırlı, Demircan, Aktaş, 2004; Verbeke, Vanhonacker, Sioen, Camp, De Henauw, 2007; Pieniak, Verbeke, Perez-Cueto, Brunso, De Henauw, 2008; Şen, Canpolat, Sevim, Sönmez, 2008; Oğuzhan, Angiş, Atamanalp, 2009; Pieniak, Verbeke, Sholderer, 2010; Akbay, Meral, Yılmaz, Gözek, 2013).

2008 yılında Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören intern öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerinin ortaya konması ve bu ürünler bakımından öğrencilerin tüketim alışkanlıkları üzerine etkili faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada balıketi tüketiminin aylık olarak %22,90 oranında hiç tüketmediklerini, %43,50 oranında 500g ve altında, %22,90 oranında 500g-1 kg arasında, %10,70 sinin ise 1- 2 kg arasında tükettikleri tespit edilmiştir (Cevger, Aral, Demir, Sarıözkan, 2008).

2011 yılında Tunceli İlinde yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen çalışmada en beğenilen et çeşidinin %48 oranında balıketi olduğunu fakat et tüketimine bakıldığında %22 oranında 3. Sırada yer aldığını ifade edilmiştir. Kişi başı yıllık tüketim miktarının 4,1 kg olduğunu il genelinde en beğenilen balık türünün alabalık olmasına rağmen en fazla tüketilen balık çeşidinin hamsi olduğu vurgulanmıştır (Yüksel, Karaton, Kuzgun, Özer, 2011).

Giresun ve Trabzon illerinde yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin ortaya konması amacıyla yapılan çalışmada anket sonuçlarına göre katılımcıların su ürünlerini %41 oranında birinci sırada tercih ettiklerini, kişi başı yıllık su ürünleri tüketiminin ortalama 29,52 kg olarak tespit edilmiştir. Su ürünleri tercih etme sebebinin %45 oranında sağlık olduğunu, en çok tüketilen su ürününün %17,75 ile hamsi balığı olduğu saptanmıştır. Katılımcıların %95,14'ü balığı taze olarak tükettiğini, tüketim şekli olarak ise kızartma %52,97 ya da %29,73 oranında ızgara olduğu belirtilmiştir (Aydın ve Karadurmuş, 2013).

Tokat İlinde Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Model ile Analizi çalışmasında hanelerin yıllık kişi başına balık tüketim miktarının genel olarak 13 kg civarında olduğunu, düşük ve orta gelirli ailelerin yıllık kişi başına 14-15 kg olduğunu yüksek gelirli ailelerin ise

9 kg olduğu belirtilmiştir. Balığı tüketme sebebinin ise ilk sırada sağlıklı olduğunu düşünmeleri olduğunu ikinci sırada ise alışkanlık etmeninin olduğunu saptanmıştır. Ailelerin balık tüketim yoğunluğunun en fazla olduğu mevsim %74 ile kış mevsimi olduğunu özellikle hamsi sezonu ile beraber olduğu söylenmiştir. Yine aynı çalışmada ailelere en fazla hangi balığı tükettikleri sorulduğunda, ailelerin yalnızca %65 oranında hamsiyi tükettiklerini hamsiyi bu kadar fazla tüketmelerinin sebebini ise hamsinin kılçıksız olması (%47), çok lezzetli olmasını (%24) olduğunu dile getirirken fiyatın ana unsur olmasını yalnızca %4 oranında aile için önemli bulunmuştur. Tüm balık fiyatlarının eşit olduğu varsayımında ise ailelerin %82 si tüm balık fiyatları eşit olsa bile yine hamsi tüketmeye devam edeceklerini dile getirmişlerdir. Çok yüksek oranda (%79) ızgarada pişirme yönteminin kullanılmaktadır (Erdal ve Esengün, 2008).

Yapılan çalışmalarda da görüldüğü gibi çalışmalar genel olarak su ürünleri tüketimi ile yapılan çalışmalardan oluşmaktadır. Bu çalışmalar incelendiğinde balık tüketim ve balık çeşidi tercihlerinde tüketicilerin çoğu hamsi balığını seçmektedir. Bu kadar çok tercih edilen balık çeşidi olmasına rağmen hamsi balığı nazarında spesifik olarak beslenmesiyle ilgili çalışma sayısı oldukça sınırlıdır.

Ayrıca, Karadeniz ve Marmara denizi kıyılarına ait iller (Giresun ve Bursa vb.) baz alarak yapılan karşılaştırmalı, iller nazarında ve kümülatif olarak da balık lokantalarında müşteri tercihinde hamsinin yeri ve önemini ortaya koyan çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda su ürünleri tüketiminde çok önemli bir paya sahip olan hamsi balığının müşteri tercihindeki yeri ve öneminin belirlenmesi ve durum tespitinin yapılmasının iyi olacağı söylenebilir.

Somut olmayan sözel kültürde ve özellikle Karadeniz'e özgü beslenme alışkanlıklarında, ülke ekonomisi üzerine etkisi ve ülkeye sağladığı katma değeri göz önüne alındığında, tüketici tercihinde hamsinin yeri ve öneminin değerlendirilmesinin yararlı olacağı düşünülmüştür.

Varsayımlar

- Araştırmada kullanılan örneklem grubu evreni temsil etmektedir.
- Araştırmaya alınan örneklem grubunun ankete verdiği cevaplar içten ve samimidir.

- Balık tüketimi yaşa cinsiyete ve şehre göre değişir.
- Balığın hazırlanışı pişirme yöntemi hamsi tercihinin etkiler.
- Hamsi balığı müşterilerin en sevdiği 3 balık tercihi arasında yer almaktadır.
- Giresun'daki müşterilerin hamsi tüketim miktarı Bursa'daki müşterilere nazaran daha fazladır.
- Hamsinin kokusunun hamsi tercihinde etkisi vardır.
- Hamsinin alışkanlık olması hamsi tüketim tercihinin etkisi vardır.
- Giresun ilindeki hamsi tüketimi etkileyen etmenler arasındaki alışkanlık ve geleneksellik etmeni Bursa'ya nazaran daha fazladır.
- Hamsinin yemesinin kolay olması hamsinin tüketim tercihinde etkilidir.
- Hamsinin tadı müşteri tercihinde etkilidir.
- Hamsinin, meslek grupları ve cinsiyet ayırt etmeksizin tüm kesimler için tercih edilen bir balık çeşididir.
- Balık tüketim sıklığı, hamsi tercihinin etkiler.
- Balık lokantalarına gidiş sıklığı balık tüketim sıklığı arasında ilişki vardır.
- Balık lokantalarına gidiş sıklığı ile hamsi tercih arasında ilişki vardır.
- Giresun'daki müşterilerin hamsi tüketim tercihi ile Bursa ilindeki müşterilerin tüketim tercihinin etkileyen etmenler arasında farklılık vardır.

Sınırlılıklar

- Araştırma sonunda elde edilecek bulgular hazırlanan anketlerdeki sorular ile sınırlıdır.
- Araştırmada verileri saptamada kullanılan anketler sadece balık lokantalarında müşteri tercihinde hamsinin yeri ve öneminin saptanması için işletmenin yöneticisine, aşçısına, servis personeline ve o işletmeye gelen müşteriye sorulan sorular ile sınırlıdır.
- Araştırmadan elde edilen veriler müşteri ve çalışanlara uygulanan anketlerin uygulandığı gün ile sınırlıdır.
- Araştırmadan elde edilen veriler işletme yöneticisi, aşçısı, servis personeli ve balık lokantasına gelen müşterilerin verdiği bilgiler ile sınırlıdır.
- Problem seçilen örneklem içerisinde incelenmiştir.
- Araştırmada yer alan işletmeler Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı balık restoranlarında ve Giresun ilinde bulunan Giresun firma rehberine kayıtlı balık lokantalarındaki işletmelerin yöneticileri, aşçıları, servis personeli ve bu işletmeye gelen müşteriler ile sınırlıdır.

Tanımlar

Aşçı: Yemek pişirmeyi meslek edinen kimse (Özel vd., 2012).

Servis Personeli / Garson: Yiyecek içecek işletmelerinde müşteriye yiyecek ve içecek servisinden sorumlu kimse (Özel vd., 2012).

Personel / Çalışan: Bir hizmet veya kuruluşun görevlileri, bir iş yerinde çalışanların tümü (Özel vd., 2012).

Müşteri: Balık lokantalarının mal ve hizmetlerinden yararlanan, satın alıp kullanan, tüketen kimse (Özel vd., 2012).

Lokanta Yöneticisi: Lokantaları yönetme gücünü elinde bulunduran kişi, yöneten kişi, idareci, menajer (Özel vd., 2012).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde; Balıklar, balıkentinin sağlığa etkisi ve balığın insan beslenmesindeki önemi, balığın kalitesine etki eden etmenler, hamsi, hamsinin Türk kültüründe ve mutfak kültüründeki yeri ve önemi, hamsi pişirme yöntemleri, hamsinin avlanma çeşitleri gibi konu başlıklarına yer verilmiştir.

2.1. Balıklar

Türkiye’de tarım sektörünün alt sektörlerinden biri olan su ürünleri; sanayi sektörüne hammadde ihtiyacı, insan beslenmesine katkısı, istihdam olanağı oluşturması ve yüksek ihracat potansiyeli bakımından önemli konumdadır (Kızılaslan ve Nalinci, 2013).

İnsan beslenmesinde su ürünlerini değerlendirdiğimizde çok eski yıllardan beri kullanıldığını söylemek mümkündür. Besin bileşenlerinin ve besin maddelerinin sağlığını etkilerinin farkına varılmasıyla balığın iyi bir protein değeri olarak önemi artmıştır (Turan vd., 2006).

Türkiye’de balıklar üzerindeki ilk çalışmalar 1856 yılında başlamış, 1872, 1895, 1896, 1897 tarihlerinde yabancı bilim insanları tarafından çeşitli yörelerden sağlanan balıklar üzerindeki çalışmalar ile devam etmiştir. İlk kapsamlı çalışma 1915 yılında K. Deveciyan’ın Balık ve Balıkçılık adlı eseriyle başlamış sonrasında Hanko 1924 yılında orta Anadolu bölgesinde çalışma yapmıştır. Ardından 1937 yılında İstanbul Hidrobiyoloji araştırma enstitüsünün kuruluşuna kadar bir çalışma yapılmayıp bu tarihten sonra Türk bilim insanları tarafından Türkiye’deki balıklar çalışılmaya başlanmıştır (Kuru, 2004).

Çeşitli balık türleri yüksek oranda protein sağlayan su ürünlerini oluşturur. İkamesi yapılacak protein kaynakları ile değerlendirildiğinde ise daha ekonomiktir. Aynı zamanda farklı saklama yöntemleri ile depolandığında ise zamanla besin değerini koruyabilmektedir (Kolsarıcı ve Özkaya, 1998).

Avcılık üretimi, Türkiye’de su ürünleri sektörü dendiğinde ilk hatırlanan üretimdir. Türkiye’de 2013 yılı su ürünleri tüketiminin %61,10’i deniz ve iç sularda avcılık üretimi, deniz ve iç sularda yetiştiricilik yolu ile üretimin ise %38,40’ünü oluşturmaktadır. Toplam

deniz balıkları avcılık üretiminin Doğu Karadeniz'deki oranı %49,70 iken, Batı Karadeniz'de bu oran %17'dir. Yani toplam deniz balıkları avcılık üretiminin %66,70'si Karadeniz'den sağlanmaktadır (Yücel, Baki, Kasa, Demir, 2017).

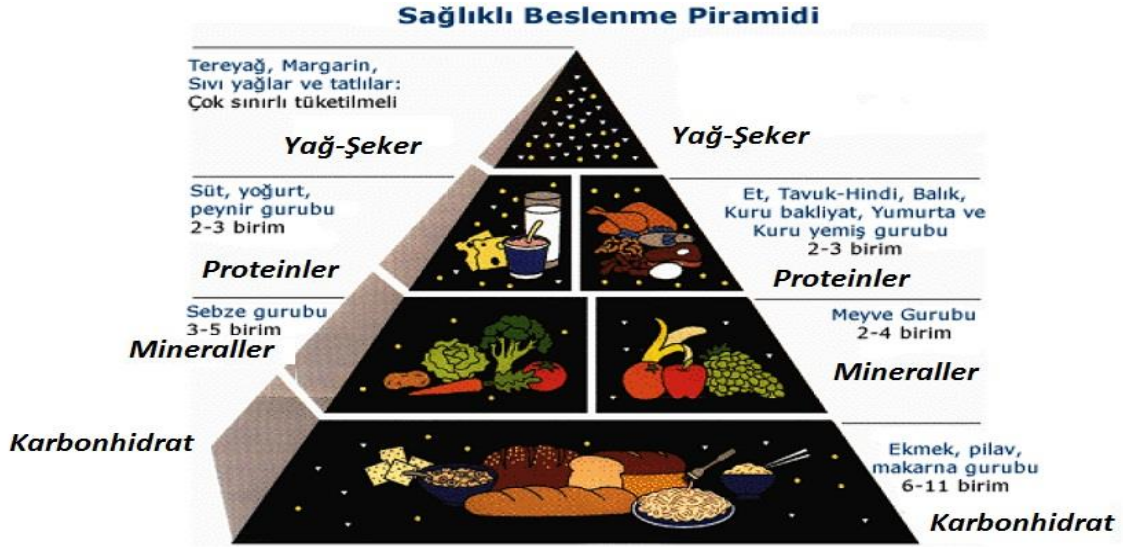
Türkiye'de yaşam hakkı bulan tüm balık çeşitlerinin hem ülke ekonomisine hem de insan ihtiyaçları göz önünde bulundurulduğunda yadsınamayacak ölçüde önem arz ettiğini belirtmek gerekmektedir. Balık çeşitleri ve özelliklerini çalışmanın giriş kısmında da bahsedildiği gibi konu yelpazesi çok geniş bir konudur. Fakat insanlık için özellikle insan beslenmesindeki önemi ve sağlığını etkisi, balığın önemini daha iyi anlamamız açısından faydalı olacaktır.

2.2. Balığın İnsan Beslenmesindeki Önemi, Balığın Kalitesine Etki Eden Etmenler

Çevreyle insan ilişkisini belirleyen faktörlerden biri olan beslenme; insan davranışlarını, düşünme şeklini, iş verimini, neslinin devamını ve sağlığını etkiler. Vücudun gelişmesi ve sağlıklı bir şekilde çalışması için besin öğelerinin her birinin uygun miktarda alınmasına yeterli ve dengeli beslenme denir.

Besin grupları et, süt, tahıl ve sebze- meyve grubu olarak 4'e ayrılırken et grupları içerisinde büyük küçükbaş hayvanları, kanatlı etleri ve çok çeşidi olan su ürünlerinden balık, yumuşakçalar ve kabukluların etleri sayılabilir. Bunlar içerisinde balıketi ise kaliteli biyolojik değeri yüksek bir besindir (Goloğlu, 2009; Öksüz, Alkan, Taşkın, Ayrancı, 2017).

Her ülke beslenme alışkanlarına ve koşullarına göre kendi besin piramitlerini oluşturmuştur. Türkiye'de de sağlıklı beslenme alışkanlıklarına ve kültürel etmenlere göre bir besin piramidi geliştirilmiştir (Özer, Dede, Dursun, Avşar, 2016). Balıketini bu piramit içerisinde değerlendirmek gerekirse;



Şekil 2.1. Beslenme piramidi

Kaynak: Özer vd., 2016.

Beslenme piramidi içerisinde balıklar vücudun protein ihtiyaçlarını karşıladığı 3. Basamakta yer almaktadır. Bu basamakta yer alan besinler insanın protein ihtiyacını karşılamaktadır. Proteinler insan vücudunda protein olarak depolanmadığı için her gün belirli oranlarda tüketilmesi gereken temel gıda maddelerinin başında gelmektedir.

Balığın kalitesini etkileyen unsurlara baktığımızda; balığın türü, beslenmesi, yakalanışı, taşınması, saklanması, tazeliği gibi etmenleri sayabiliriz. Dişi balıklar üreme sırasında, yalnız bitkiyle beslenen balıklar etle ve diğer deniz ürünleriyle beslenen balıklara nazaran tatsız olurlar. Balık yakalanırken fazla yıpratılması taşırken soğuk zincirin korunamaması saklama koşullarının yetersiz olması gibi sebepler de balığın tadını olumsuz yönde etkiler (MEÖSGP, 2006).

Çizelge 2.1. Balıkların 100 gramında bulunan enerji ve besin öğeleri değerleri

Balıklar	Su g	Enerji k kal	Protein g	Yağ g	Kalsiyum mg	Demir mg	Fosfor mg	Potasyum mg	Sodyum mg	Vitamin A (µg)	Tiamin mg	Riboflavin mg	Niasin mg
Alabalık	70,60	168	18,30	10,00	-	0,80	238	-	-	-	0,05	0,12	2,70
Kalkan	71,40	193	14,80	14,40	-	-	-	-	-	-	0,02	0,14	-
Kılıç	64,60	164	26,30	5,60	17	1,20	258	-	-	1928	0,03	0,04	10,30
Levrek	79,30	93	19,20	1,20	21	1,10	180	256	68	-	0,07	0,07	14,20
Palamut	67,60	168	24,00	7,30	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Sardalya	70,70	160	19,20	8,60	33	1,80	215	-	-	-	-	-	-
Hamsi	73,37	131	20,35	4,84	147	3,25	174	383	104	5000	0,06	0,26	14,03

Kaynak: Baysal, Keçeçioğlu, Arslan, Yücecian, Pekcan, Güneyli vd., 1991; Diyetasistan, 2018).

Balıkların 100 g enerji ve besin öğeleri değerleri (Çizelge 2.1) incelediğinde balıkçetlerinde karbonhidrat, C vitamini ve posa yoktur. Balık çeşitleri arasında hamsinin besin değeri karşılaştırıldığında hamsinin kalorisi 131 kcal, yağ oranı 4,84 g fosfor oranının ise 174 mg diğer balıklarla ortalama değere sahip olduğu söylenebilir. Fakat, protein değeri, kalsiyum, demir, potasyum, sodyum, A vitamini, Tiamin, Riboflavin ve Niasin bakımından diğer balık çeşitlerine göre genellikle üst sıralarda yer almaktadır. Bu besin değeri arasından kalsiyum oranının fazla çıkması hamsinin kılçıklı da yenilebiliyor olmasından kaynaklı olduğu söylenebilir. Genel olarak Çizelge 2.1'e göre hamsi balığının besin değeri bakımından diğer balık çeşitlerine göre daha fazla öneme sahiptir.

Çizelge 2.2. Besinlerin elzem amino asit değeri (mg/100g)

Ürünler /	AA	Lisin	Lösin	İzolösin	Metiyonin	Treonin	Triptofan	Fenilalanin	Valin
Dana Eti		0,52	0,46	0,33	0,14	0,27	0,08	0,25	0,32
Kuzu Eti		0,51	0,48	0,32	0,15	0,29	0,08	0,25	0,31
Balık Eti		0,55	0,47	0,32	0,18	0,27	0,06	0,23	0,33
Sarı yüzgeçli tuna		8,19	6,99	4,06	2,55	3,85	0,88	3,30	4,54
Kocagöz tuna		7,93	6,86	4,01	2,76	3,75	0,86	3,32	4,63
Sarı kuyruk dil balığı		8,56	7,57	4,11	2,28	4,43	1,32	3,98	5,63
Pisi balığı		8,85	7,82	4,36	2,83	4,62	1,07	4,63	5,24
Japon pisi balığı		9,15	7,59	3,91	2,92	4,49	1,06	4,55	4,57
Kırmızı iskorpit		2,61	2,04	1,26	6,73	-	-	7,27	1,27
Kahverengi iskorpit		1,95	1,67	9,25	7,24	-	-	3,62	9,93
Kalkan balığı		1,64	1,26	7,47	5,65	-	-	3,93	8,41
Hamsi		9,16	7,46	5,51	3,61	4,16	-	4,35	6,38
Lüfer		1,42	1,14	7,84	4,80	5,90	-	6,58	8,69
A.A.: Aminoasit									

Kaynak: Baysal vd., 1991; Fidanbaş vd., 2015; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018

Amino asitler proteinlerin temel yapı taşlarıdır. Elzem amino asitler insan vücudunda sentezlenemediği için dışarıdan yiyecekler ile alınması gerekmektedir. Çizelge 2.2’de yer alan (lisin, lösin, izolisin, metiyonin, treonin, triptofan, fenilalanin, valin) aminoasitler vücudun sağlıklı çalışabilmesi için dışarıdan alınması gereken aminoasitlerdir. Vücutta sentezlenen amino asitler ise Alanin, arjinin, aspartik asit, sistein, sistin, glutamik asit, glisin, histidin, prolin, hidroksprolin, serin, trozin ‘dir (Fidanbaş vd., 2015).

Genel olarak aminoasit değerleri kırmızı ete nazaran balık etinde daha fazla oranda bulunmaktadır. Balık ürünleri arasından ise Lisin ve Lösin oranı bakımından hamsi balığı diğer balık çeşitlerine göre oldukça fazladır. Diğer sentezlenemeyen aminoasitler arasında da hamsi balığının konumuna bakılırsa üst sıralarda yer almaktadır (Çizelge 2.2).

Çizelge 2.3. Balıkların ve Balıklar Arasından Hamsinin Bileşimlerinde Bulunan Kolesterol ve Yağ Asitleri Miktarları (mg/100g)

Doymuş Yağ Asitleri(g)										
Yağ oranlarına göre balıklar	Kolesterol(mg)	4:00	6:00	8:00	10:00	12:00	14:00	16:00	18:00	
Orta Yağlı	78	-	-	-	0.20	1.40	7.00	31.00	13.70	
Yağlı	85	-	-	12.00	0.40	0.50	1.70	37.50	9.00	
Yağsız	63	-	-	0.30	0.30	0.90	4.60	27.80	13.60	

Doymamış Yağ Asitleri(g)											
Yağ oranlarına göre balıklar	Tekli Doymamış				Çoklu Doymamış						
	16:10	18:10	20:10	22:10	18:20	18:30	18:40	20:40	20:50	22:50	22:60
Orta Yağlı	-	17.90	0.07	-	1.90	0.40	1.20	1.60	1.60	0.60	2.10
Yağlı	9.70	20.20	2.40	-	2.70	2.60	2.90	0.90	0.70	0.40	0.80
Yağsız	7.40	17.90	0.40	-	4.30	0.30	1.00	2.60	1.20	1.30	9.50

	Kolesterol	Doymuş(g/100)	Tekli doymamış(g/100)	Çoklu doymamış(g/100)
Hamsi	-	1,3	1,2	1,6

Kaynak: Baysal vd., 1991; Kaya, Duyar, Erdem, 2004

Yağlar, hastalıklarla beslenme arasındaki ilişkiler araştırılırken en fazla tartışılan gıda bileşeni/gıda olan maddedir. Bu araştırmalarda yağların doymuş ve doymamış yapıda olmaları, trans yapıda olmaları, yağların kolesterol ve esansiyel yağ asidi içerikleri

üzerlerinde durulmuştur. Yağ asitlerinin kimyasal, fiziksel ve beslenmedeki rolü moleküldeki karbon atomu sayısı, doymuşluk derecesi, karbon atomları arasındaki çift bağ sayısı ve karbon atomlarına bağlı hidrojenlerin pozisyonları ile ilgilidir.

Yağ asitleri, doymuş ve doymamış yağ asitleri olarak iki temel gruba ayrılır. Doymamış yağ asitleri ise kendi içerisinde tekli doymamış yağ asidi ve çoklu doymamış yağ asidi olarak ikiye ayrılır. Doymuş yağ asitleri zincirlerinde çift bağ bulunmaz. Genel olarak oda sıcaklığında katı, doymamış yağ asitleri ise sıvı durumdadır. Yağ asitlerinin karbon zinciri fazlaştıkça yağ asidi sertleşir ve erime noktası yükselmeye başlar (Kaya vd., 2004; Acar, 2004; Arıman Karabulut ve Yandı, 2006; Çakmakçı ve Tahmas-Kahyaoğlu, 2012).

Doymamış yağ asidi çift bağ sayısı arttıkça erime noktası azalır. Doymuş yağ asitlerinden alınan kalori ile diğer yağ asitlerinin vücuda verdiği kalori aynı olsa da vücutta birikme ve kilo alma konusunda doymuş yağ asidi daha fazla etkilidir. Kalp ve damar hastalarının özellikle doymuş yağ asidinden ziyade doymamış yağ asidi tüketmeleri gerektiği bilinmektedir. Doymamış yağ asitlerinin aynı zamanda eklem ve romatizma hastalıklarında, migren türü baş ağrılarında, şeker hastalığında, kolesterol ve tansiyon, bazı alerji türleri ve kanser gibi birçok hastalıklardan korunmada etkili olduğu tespit edilmiştir (Kaya vd., 2004; Acar, 2004; Arıman Karabulut ve Yandı, 2006; Çakmakçı ve Tahmas-Kahyaoğlu, 2012).

Doymamış yağ asitleri zincir üzerinde bir veya daha fazla çift bağ bulunmaktadır. Bu zincir yapıdaki yağ asitleri farklı uzunluk, farklı sayı ve yapıda bağ içerir. Bir çift bağ olanlar tekli doymamış yağ asidi, birden fazla çift bağ içerenler ise çoklu doymamış yağ asidi olarak isimlendirilir. Doymuş ve tekli doymamış yağ asidi insan vücudunda sentezlenebilirken çoklu yağ asitleri insan vücudunda sentezlenemezler. Bu yüzden dışarıdan alınması zorunludur. Çoklu doymamış yağ asitlerinden en önemlisi n-3 (omega 3) yağ asididir. n-3 ve n-6 yağ asitler temel yağ asitleri olarak nitelendirilir. n-6'ların ana kaynağı mısır ve soya fasulyesi yağıdır. n-3 ise keten tohumu, ceviz ve özellikle planktonlar ile yağlı balıklarda bulunur.

Balık yağlarında en önemli yağ asidi EPA (Eikozapentaenoik Asit) ve DHA (Dokosaheksaenoik Asit), vücut tarafından sentezlenemedikleri için elzem yağ asidi olarak nitelendirilir. Sağlıklı bir beyin yüksek miktarda DHA içerir. DHA ve EPA; kalp ve damar sağlığı, çocuğun gelişimi, yağ yakımı ve beyin gelişimine olumlu yönde katkısı vardır. Deniz

ürünlerindeki yağların büyük kısmı çoklu doymamış yağ asitlerinden oluşmaktadır. Hamsi balığı da özelliği bakımından bu yağ asitlerince zengindir (Kaya vd., 2004; Acar, 2004; Arıman Karabulut ve Yandı, 2006; Çakmakçı ve Tahmas-Kahyaoğlu, 2012).

Çizelge’de doymuş ve doymamış yağ asitlerinin balıkların yağlılık oranlarına göre verileri bulunmaktadır. Hamsi balığı, özelliğine göre yağlı balıklar arasında yer almaktadır. Balıklarda doymuş ve doymamış yağ asidi oranlarını incelediğimizde insan sağlığı bakımından bu kadar önemli bir yer edinen doymamış yağ asidi, balık ürünlerinde fazla miktarda bulunmaktadır.

Çizelge 2.4. Bazı deniz balıklarının n-3 ve n-6 yağ asidi profili (g/100g)

Balık ismi	Σ n-3 (g/100g)	Σ n-6 (g/100g)	n-3/n -6 (g/100g)	EPA+DHA
Hamsi (Marmara)	29,10	5,49	5,30	16,96
Hamsi(Ege Denizi)	31,98	2,34	13,60	28,83
Sardalya (Marmara)	27,30	4,40	6,20	23,30
Sardalya(Ege Denizi)	2,86	0,22	13,00	2,54
İstavrit	1,45	0,25	5,80	19,00
Akdeniz istavriti	0,60	0,03	20,00	0,55
Palamut	1,87	0,24	7,79	1,48
Barbun	0,70	0,07	10,00	0,67
Zargana	31,30	5,40	5,79	28,60

Kaynak: Fidanbaş vd., 2015; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018

Zincir uzunluğu, doymamış yağların bağ yapısı ve yeri bakımından yağ asitleri birbirlerinden ayrılmaktadır. Vücutta sentezlenemeyen ve dışarıdan alınması zorunlu olan Eikosapentaenoik asit (EPA) ve Dekosahekzaenoik asit (DHA) önemli iki yağ asididir. EPA ve DHA balıklarda oldukça fazla oranlarda bulunmaktadır.

Bazı araştırmalara göre kalp krizi riskinin bu iki yağ asidi ile ilgili olduğu saptanmıştır. Bağışıklık sisteminin düzenli çalışmasının yanı sıra EPA’nın kolesterol seviyesini düşürdüğü de belirlenmiştir. Çizelge 2.4. incelendiğinde n-3 ve n-6 oranları ve EPA+DHA oranlarını da baz alırsak hamsi balığı, zargana, sardalya balıklarında önemli verilerin elde edildiği söylenebilir (Fidanbaş vd., 2015; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Doğada doymamış yağ asitleri omega-3, omega-6, omega-9'dur. Sadece deniz ürünlerinde bulunan diğer besinlerde bulunmayan DHA ve EPA omega-3 yağ asitlerindendir.

Balık yağları karasal hayvan yağlarına göre daha önemlidir ve %20 oranında doymuş yağ asidi içerirken; %80 oranında doymamış yağ asitlerini de kapsamaktadır. Bu doymamış yağ asitlerinin çoğunluğunu çoklu doymamış yağ asitleri oluşturmaktadır. Balık yağları n-3 grubu yağ asitlerinden olan EPA ve DHA' nın tek kaynağı olarak tanımlanmaktadır. Aynı zamanda Omega-3 yağ asitleri bitkisel yağlar, deniz planktonları ve tohumlar ve çeşitli su ürünlerinde bulunmaktadır. Omega- 6 ise soya ve mısır yağı gibi bitkisel yağlarda, rafine edilmemiş ham zeytinyağı, zeytin avakado, yer fıstığı gibi gıdalarda ise omega-9 rastlanılmıştır (Şahin, 2018).

Deniz ürünleri insan sağlığı bakımından önem arz eden birçok besin öğelerini bünyelerinde barındırmaktadır. Aynı zamanda sadece B₃, D ve hayvansal gıdalarda bulunan B₁₂ vitaminlerini de hamsi balığı ve balık ürünleri bünyesinde barındırır. Bu vitaminler her gıdada aynı anda bulunması zor olan vitaminlerdir.

Balıklar arasında hamsinin kılçığı ise kalsiyum açısından değerlidir. Balık eti aynı zamanda zekâ gelişimini olumlu şekilde etkiler. Gebeliğin 3 aylık diliminde tüketilen balık ürünleri bebek gelişimine ve sağlığına olumlu destek sağlar. Protein kaynağıdır ve Alzheimer riskini azaltmakta beraber Alzheimer'ın yol açtığı hafıza kaybını önlemede güçlü bir etkidir. Omega-3 yağ asidini bünyesinde bulundurduğu için, sinir sistemi, göz gelişimi ve beyin gelişimini hızlandırıp, yetişkinlerde romatoid artrit gelişimini yavaşlatan, kan pıhtılaşmasını azaltan ve damar sertliğini de önlemektedir. Omega-3 yeterli miktarda alınmazsa eğer; yavaş büyüme, görme zayıflığı, öğrenme yeteneğinde zayıflık, konsantrasyon eksikliği, motor hareketlerde düzensizlik, kol ve bacaklarda uyuşukluk hissi, Omega-3 eksikliğinde oluşması beklenen bulgulardan bazıları olarak sayabiliriz. Aynı zamanda kolesterol, yüksek tansiyon ve şeker gibi hastalıkları da tedavi edici olarak olumlu sonuçlar alındığına dair çalışmalar vardır. Bu sağlık sorunları ve vücuda sağlanan olumlu gelişmeler ortaya konulduğu gibi balık etinin aynı zamanda hamsinin içerisinde bulunan besin öğeleri ile karşılanması mümkündür.

Balıkların besin değeri ve kalorisi, pişirme şekillerine göre değişiklik gösterebilir. Balık etinde bulunan kırılğan bir yapıya sahip olan ve aniden yüksek sıcaklıkla bulunduğu

takdirde değerini kaybedebilecek olan Omega-3 yağ asidinden fazlaca faydalanılması için buğulaması yapılması daha uygun olabilir. Kısaca balıkların besin değerlerinden daha fazla faydalanabilmek için pişirme tekniklerini de doğru kullanmak gerekir (Turan vd., 2006; Konukoğlu, 2008; Fidanbaş vd., 2015; Şanlıer ve Bölükbaşı, 2016; Şahin, 2018; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Hamsi balığı, balıklar arasında Türkiye için ekonomik değeri yüksek, Türk mutfağında özellikle Karadeniz mutfağında çok çeşitli şekilde işlenişi ve avlanmasının fazlaca olmasından kaynaklı önemli bir besin maddesidir. Hamsi balığının avlanmasından soframıza gelene kadar ki geçirmiş olduğu süreç, hamsi balığının kalitesini etkilemektedir. Bu yüzden hamsi balığının çeşitlerinin bilinmesi, avlanmasının ve pişirme tekniklerinin incelenmesi hamsi balığının değerinin anlaşılmada büyük önem taşımaktadır.

2.3. Hamsi

Hamsi, Türkiye’de en çok tutulan ve ekonomik değeri çok yüksek olan bir balıktır. Hamsi adının nereden geldiği hakkında dilbilimciler farklı açıklamalar getirmişlerdir. Eski Türkçe kaynaklarda ‘hapsi’ olan bu kelime Farsçada ‘ham’ kıvrım, ‘si’ otuz anlamına gelmektedir. Yani otuz kıvrım anlamında olduğu söylenebilir. Hamsi balığının iki yanında on beşerden toplam otuz kılçığın bulunmasından kaynaklı bu isim verilmiştir. Arapça da ise karakış anlamına gelen hamsin kelimesinden türemiştir. Ülkelere göre farklı isimlerle anılmaktadır. Yunanca ‘hampsi’, Rusça ‘hamsa’, Bulgarca ‘hamsia’, Romence ‘hamsie’ olarak söylenmektedir (Üstündağ, 2010).

Farklı özellikte denizlerde yaşayan hamsi balığının, Peru hamsisi (*Engraulis ringens*), Japon hamsisi (*Engraulis japonicus*), Afrika hamsisi (*Engraulis capensis*), Kaliforniya hamsisi (*Engraulis mordax*), Gümüş hamsi (*Engraulis eurystole*), Avustralya hamsisi (*Engraulis australis*), Arjantin hamsisi ve Avrupa hamsisi (*Engraulis encrasicolus*) gibi eşitleri mevcuttur. Türkiye’de avlanan hamsi; Azak hamsisi, Marmara hamsisi ve Akdeniz hamsisi olarak ayrılrsa da bu hamsilerin türleri aynıdır. Türkiye’de avlanan hamsi balığı Avrupa hamsisi olarak bilinmektedir. (Anıl, 1985; İnat, Pamuk, Sırıken, Demirel Yağmur, 2013; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

2.3.1. Hamsinin Avlanma Çeşitleri

Türkiye’de ticari olarak avlanan balıklar denince ilk akla hamsi gelmektedir. Füze şeklindeki gövdesi pullarla kaplıdır. Fakat pullar vücuda iyice intibak etmediği için kolayca dökülür. Sırtı mavi, lacivertimsi ve yeşilimsidir. Karnı beyazdır yan tarafları gümüş renktedir. Yumurtadan yeni çıkmış balık yavrularını ve planktonları yer, uskumru, torik, orkinos, mersin balığı, köpek balığı ve yunuslara; su üstünde martılara ve karabatak gibi deniz kuşlarına yem olurlar. Kendilerine saldıran iri balıklara karşı bir araya toplanıp pul bırakıp hücum eden balığa karşı suda bir perde meydana getirirler. Bu şekilde sürüyü bir ölçüde korumuş olurlar. Tam donanımlı takımlarda balığın yerini bulmak için echo-sounder aleti bulunmaktadır. Bu aletin olmadığı yerde hamsi gece ve gündüzleri yerlerini karadeniz balıkçıların tabiri ile Kızartı, yağıntı ve açıntı şeklinde belli ederler (Üner,1960).

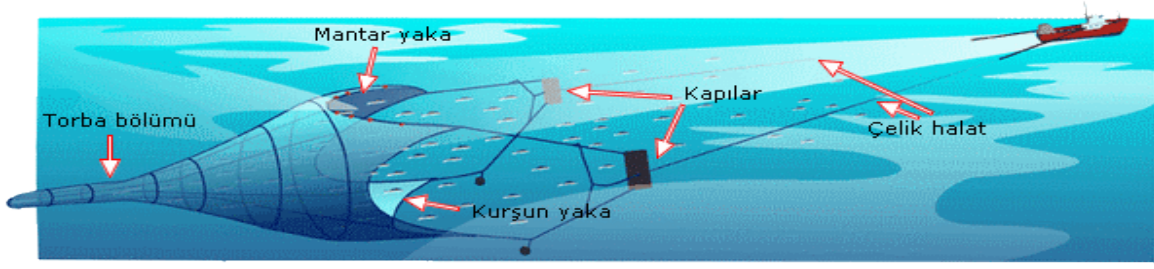
Türkiye ve Karadeniz balıkçılığının yanı sıra Akdeniz havzasının en önemli balığı olan hamsi balığı, ülkemizde denizlerden avlanılan balıkların %50’den fazlasını oluşturmaktadır. Karadeniz’de sonbahar kış aylarında (kasım-şubat arası, yoğun olarak 15 Kasım–15 Aralık) gırgır adı verilen çevirme ağlarıyla avlanır (Genç, 2007).

Hamsi sürüsü ileriye doğru yüzdüğü takdirde öndekiler besini alır arkadakiler aç kalır, Bir süre sonra öndekiler iki yana ayrılıp sürünün arkasına giderler ve arkadakilerin yemek yemesi sağlanır bu yöntemin sonucunda sürü damla biçimini alır. Bir dişi hamsi ortalama 40-50 bin yumurta döker. Kışın 100-150 m derinliklere inebildiği gibi yazın su yüzeyine 20 metreye kadar değişik derinlerde yüzebilir (Üner, 1960).

Deniz ürünlerinden hamsi genel olarak trol, gırgır gibi avlanma çeşitleriyle avlanabilir.

2.3.1.1. Trol avcılığı

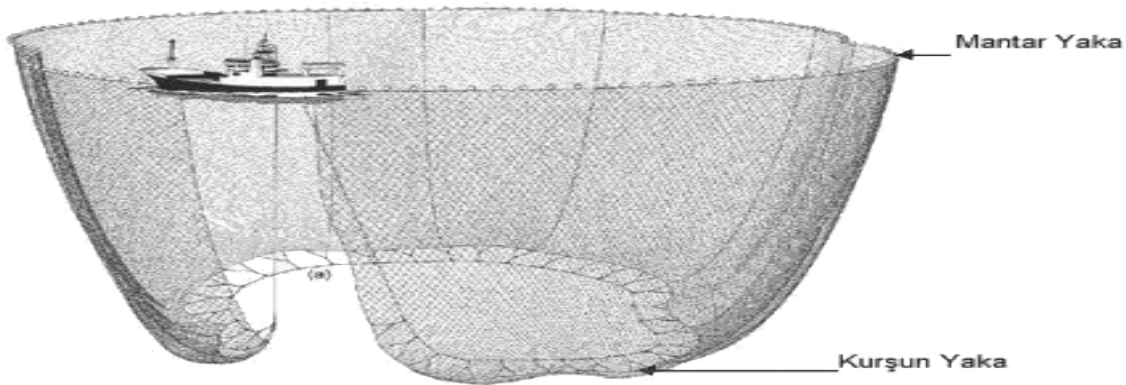
Gemiye bağlı ve mekanik olarak, dipte ya da su yüzeyine yakın sürütülerek çekilen ve su ürünlerinin bir torbada toplanarak avlanmasını sağlayan istihsal vasıtasıdır. Marmara denizinde tamamen yasaklanmış, Türkiye’deki kıyı şeridinde ise bölgelere göre sahilden denize doğru 1,5 mil ile 3 milden sonraki deniz sahasında serbest bırakılmıştır. Dip trolü denizin derinliklerindeki yumurtaların yuvalarını bozmaktadır ve ağ göz genişliği küçük olduğundan içerisindeki ufak balıklar telef olmaktadır (Düzgüneş, 2010; Salibahtiyar, 2018).



Şekil 2.2. Teorik olarak trolün çekilme anındaki görünümü (Orta su trolü)

2.3.1.2. Gırgır avcılığı

Gırgır avcılığı için bir ana gemi ve bir de yardımcı bot olması gerekmektedir. Ana gemi sürüye yakın yerde konumlandırılır diğer ağın ucu yardımcı bot yardımı ile hız bir şekilde sürünün etrafının sarılması sağlanır. Hemen ardından suyun altında kalan gırgır ağının kurşun yakası büzdürülür ve büyük bir ağ havuzu elde edilmiş olur. Bu sayede balıklar içeride kalmış olur. Balıklar balık pompasıyla gemilere çekilir son kısım ise vinç ile güverteye boşaltılır. Avlanma bitmiş olur. Hamsi, istavrit, palamut, lüfer, sardalya, kefal, orkinos gibi balıklar gırgır tekneleri ile avlanmaktadır (Düzgüneş, 2010; Salibahtiyar, 2018).



Şekil 2.3. Teorik olarak Gırgır teknesi ile avlanma anındaki görünümü

2.3.2. Hamsi Pişirme Yöntemleri

Besinlerin pişirilmesi için uygulanan yöntemler besinin beslenme değerini ve kalitesini etkiler. Besinlere pişirme yapmanın amacı yiyeceklerin besin değerini, kıvamını ve doğallığını olabildiğince koruyarak besinin lezzetini arttırıp bozulmasına sebep olan mikroorganizmaları yok edip besini sindirilebilir ve sağlıklı hale getirmektir (Koçak, 2012). Hamsi balığı ise kullanışlı ve birçok pişirme tekniğine elverişli olması ile çok işlevsel bir

üründür. Genel olarak hamsi balığının yemeğe de ismini veren pişirilme yöntemlerinden ızgarası, buğulaması, derin yağda kızartması ve tavaşı gibi pişirme yöntemleri sayılabilir. Örnek vermek gerekirse; hamsi buğulama, hamsi tava, ızgara hamsi vb. yemek isimleri sayılabilir.

2.3.2.1. Izgara

Kuru sıcaklıkta pişirme yöntemlerinden biri olan ızgara etlerin kor haline gelmiş kömür ateşi üzerindeki pişirme şeklidir. Büyük parçalı etlerin yavaş yavaş pişmesi istenir. Bu yüzden büyük parçalı etler için ızgara 140- 150 °C olmalıdır. Küçük parçalı etler için ise ızgara 200 - 250 °C olmalıdır. Kor ile pişirilecek etin 8-10 cm mesafe olması önerilmektedir. Yağlı balık etlerini ızgara pişirme yöntemini kullanarak pişirmek lezzet açısından faydalı olabilir.

Aynı zamanda hamsi balığını da ızgara da pişirirken ilk olarak kömürün tamamen kor olmasına dikkat edilmesi gerekmektedir. Daha sonra hamsi balığını yüksek sıcaklıkta sıcaklığı maksimum düzeye çıkan ızgara tellerinin üzerine dizerek ilk olarak bir tarafının sonra diğer tarafının pişirilip tüketime uygun hale gelmesi sağlanır. Bu pişirme yönteminde dikkat edilmesi gereken husus ise hamsiyi uzun süre telde tutup tamamen hamsiyi kurutmamak ve yakmamaktır.

Aynı zamanda ızgarada pişen hamsi yağın salıp korun üzerine düştüğünde kor tekrardan alevlenebilir bu aşamada ise ızgarayı kontrollü bir şekilde alevin ulaşamayacağı yüksekliğe çıkartıp alev kor haline tekrar geldiğinde uygun yüksekliğe hamsiyi getirmek sağlık açısından ve pişirme yöntemi uygulanabilir olması açısından önemlidir. Bu pişirme yöntemi Hamsi ızgara olarak adlandırılır (Koçak, 2012; MEÖSGP, 2015; Babür ve Gürbüz, 2015; Süren, 2016).

2.3.2.2. Buğulama

Nemli sıcaklıkta pişirme yöntemlerinden olan buğulama yöntemi hamsi balığının servisine ismini verir ve menülerde hamsi buğulama olarak yer alır. Pişirme yöntemlerinden omega-3' ün daha iyi kullanılması açısından en faydalı pişirme yöntemlerinden biridir. Çünkü Omega-3 yağ asidi kırılgan bir yapıya sahiptir ve yüksek sıcaklıkla buluştuğunda maksimum faydasını yitirebilir.

Uygulanacak pişirme yöntemi seçilirken vitamin ve mineral kayıplarını en aza indirebilecek pişirme yöntemini seçmek daha doğru sonuçlar verebilir. Suda pişirilen etler, ızgara ve yağda kızartılarak pişirilen etlere nazaran kanserojen etkisi daha az olduğu bilinmektedir. Aynı zamanda pişirme yöntemini kullanırken dikkat edilmesi gereken en önemli noktalardan biri buharının dışa kaçmasını önlemek ve pişirildiği kabın mutlaka üzerini kapatmaktır. Kendi suyu ile pişirme yapılan yemek fırında pişirilecek ise 120-140°C'yi geçmemelidir (MEÖSGP, 2006; Koçak, 2012; MEÖSGP, 2015; Babür ve Gürbüz, 2015; Süren, 2016; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

2.3.2.3. Derin yağda kızartma

Gazlı, elektrikli fritöz, kızartma tenceresi ve ya kızarma tavasına kızartma yağı konarak yapılan yağ sıcaklık derecesi ve pişirme süresi pişirilecek ürüne göre değişkenlik gösteren kızgın bol yağda pişirme tekniğidir. Kızartma, gıdanın sıcak yağ içine atılıp yağ, hava, gıda arasındaki 150-190°C'deki temastır.

Bu pişirme esnasında nem ve sıcaklık, çeşitli yapısal ve kimyasal değişimlere sebep olur ve kızartma ortamı olan yağda degradasyon (yağ bileşenlerinin oksijenle reaksiyona girmeleri, yani oksidasyondur) gerçekleşerek besinin doğal yapısı bozulur. Hamsi ise bu pişirme yöntemini kullanarak pişirildiğinde önce unlanır yöreye göre unun çeşidi değişkenlik gösterirken Karadeniz bölgesinde genel olarak mısır ununa bulanır ve kızgın yağa atılır. Pişen hamsiler bir kâğıt havluya alınır ve fazla yağın çekmesi sağlanır.

Günümüzde en fazla ekmek arası servisi yapılacağı zaman bu pişirme yöntemi tercih edilir. Sağlık açısından rafine yağların kullanılması önerilmez. Omega- 3 yağ asidi balık etlerinde çok önemli bir besin ögesidir. Bu yağ asidinden maksimum fayda sağlanması istenirse yağda pişirme yöntemi önerilmez. Kullanılacak olan yağın özellikleri bu pişirme yönteminde çok önemlidir. Asitlik derecesi düşük, dumanlanma noktası yüksek olan yağlar hamsi kızartılmasında tercih edilmeli ve bu yağ sürekli kontrol edilip uzun süre kullanılmamalıdır (Koçak, 2012; MEÖSGP, 2015; Babür ve Gürbüz, 2015; Süren, 2016; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

2.3.2.4. Tavada az yağda tavada pişirme

Tavaya konulan az yağda gıdanın önünün arkasının sıcaklığa hafif tutarak doğal yapısının bozulup tüketime elverişli olmasını sağlanan pişirme yöntemidir. Bu yöntemde hamsiler derin yağda kızartmada olduğu gibi önce unlanır ve bir tavaya sırasıyla bir düzen eşliğinde dizilir. Bir süre sıcaklık ile buluşan hamsiler hafif kendilerini saldıktan sonra tavaya temas etmeyen diğer yüzü bir kapak yardımıyla şekli bozulmadan dizilir ve tavaya konur. Bu sayede iki tarafının da pişmesi sağlanır. Tavada pişirme yönteminde yağ 165-175 °C ulaşması istenir. Derin yağda pişirilme yöntemine göre daha az yağ kullanılan bir yöntemdir.

Bu pişirme yöntemi ile pişen hamsiler hamsi tava olarak menülerde yerini alırken aynı düzende servis edilir. Sağlık açısından buğulamaya göre daha zararlı derin bol yağda kızartma pişirme yöntemine göre daha faydalı bir pişirme yöntemidir. Sadece tereyağı gibi çabuk yanma özelliğine sahip yağların tek başına kullanılmasından ziyade tat vermek için hafif kullanılıp yanma noktası daha geç olan bitkisel yağların tereyağı ile birlikte kullanılması daha doğru sonuçlar verebilir (Koçak, 2012; MEÖSGP, 2015; Babür ve Gürbüz, 2015; Süren, 2016; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

2.3.3. Hamsinin Somut Olmayan Kültürel Mirastaki Yeri

Kültür toplumların ortak yaşantılarıdır. İnsanların yaşamlarında, hayata bakış açılarında ve toplumdaki yapı incelendiğinde benzer noktalar olduğu kadar farklılıklarında olduğu bilinmektedir. Bu farklılıklar sadece sosyal hayatta ve yaşantılarda değil yiyecek içecek kültürlerinde de ortaya çıkmaktadır. Bu yiyecek ve içecekler bunların işleniş biçimi ise kültürü oluşturan temel unsurlardandır (Şengül ve Türkay, 2017; Karadere, 2018).

Yemeğin toplumsal nitelikte birçok fonksiyonu vardır. Bu fonksiyonlar içerisinde hamsinin yerini incelemek gerekirse; insanların bir araya gelip horonlar teptiği, şarkılar söyleyip eğlendiği, hamsilerin pişirilip toplu olarak hamsilerin yendiği hamsi festivalleri eğlence aracı olarak, arkadaşlık ve iletişim aracı olarak yerini karşıladığı söylenebilir. Hamsilerin hafta sonları tüm aile bireyleri evdeyken pişirilip komşulara kokusu gitmiştir diye komşulara da ikram edilmesi hediyelerle paylaşma, statü simgesi olarak yemekteki fonksiyonlarını karşılayabilir (Gökdemir, 2009; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Türk mutfak kültürünün çeşitlenmesinde eskiden günümüze kadar Türkiye coğrafyasında yaşamış toplumların, devletlerin rolü olduğu gibi, coğrafyanın da iklim şartlarının da direkt etkisi vardır. Aynı zamanda eskiden beri göçebe bir yaşam geleneğine sahip olan Türk toplumu göç ettikleri yerlerden edindikleri mutfak birikimini yerleşik hayatın onlara sunduğu imkânlar ile beraber harmanlayarak Türk mutfak kültürünün oluşmasına sebep olmuştur. Ülkelerin yemek kültüründe ve beslenmelerinde önem arz eden o ülke ve yöreye ait bazı yiyecek ve içecekler vardır. Bu yemek alışkanlıkları somut ve soyut unsurlar ile meydana gelmektedir (Gök, vd., 2017; Gökçe, 2016).

Hamsi balığı da Türkiye için fazla avlanıldığı bölgelerin mutfak kültürlerine direkt olarak etki etmiş, yörenin soyut ve somut kültürel miraslarından biri olma özelliğine sahip olan ürünüdür. Dünyanın birçok yerinde avlanan hamsi balığı Türkiye’de çoğunlukla Karadeniz bölgesinde avlanmaktadır. Bu da Karadeniz mutfak kültürünün bir parçası olma özelliğini ona kazandırmıştır.

Hamsi, ülkemizde şiirlere, manilere, fıkralara ve dizi isimlerine varana kadar birçok konunun öznesi olmuştur. Fuat Saka’nın seslendirdiği hamsi için *‘suyun gelinleridir incitmeyin onları’* diye adlandırdığı Hamsiye şarkısı dinlenirken duyguların harekete geçmesi ve istemsizce oynanılması, Ayna’nın Garip hamsi şarkısını dinlenirken hüzünlenilmesi hamsinin insan duygularını etkilemede özne olarak kullanılması, insanların hamsiye ne kadar önem verdiğinin bir kanıtıdır.

Aynı zamanda Trabzon ilinin yöresel kolbastı oyunu yine hamsi avlanmasından yola çıkarak bulunmuş ve Karadeniz halkoyunlarında yerini almıştır. Karadeniz halkının düğünlerinde ve şenliklerinde horon tepilmesi (oynanması) hamsi balığının hareketine istinaden hamsi gibi oynuyor terimi ile bağdaşmış ve horon da bölge oyunlarında yerini almıştır. Bu durumda hamsi balığının bir kültür olan halkoyunlarını da etkilediği söylenilebilir.

Televizyon kanallarında hamsi ile ilgili direk dizi isimlerinin olması, Evliya Çelebi’nin *‘Trabzon’dur yerumuz, Ahça tutmaz elümüz, Hamsi paluk olmasa , Nice olurdu halumuz’* beytinden de anlaşılacağı gibi hamsi eskiden olduğu gibi sadece insan beslenmesinde ve hayvansal protein ihtiyaçlarını karşılama da değil, manevi duyguları ifade etmede de büyük bir paya sahiptir.

Osmanlı devleti zamanında sistemli bir balıkçılığın olmadığı, avladıkları balıkları o günün pazarında sattıkları bilinmektedir. Sultan Abdul Aziz zamanında kurulan Galatasaray balık pazarında denizden üretilen balık miktarının %48'ini hamsi balığı oluşturmaktadır. Türkiye’de avlanan her üç kilo balıktan iki kilosunu ekonomik değeri yüksek hamsi balığına birçok ünlü seyyah yazdıkları eserlerde yer vermiştir.

Evliya Çelebi bölge balıklarıyla ve hamsiyle ilgili görüşlerini ifade ederken Lazların üzerine düşüp alışverişi hakkında kavga ettikleri hamsi balığı vardır. Bu balık kış mevsiminin 50 günlük bir bölümünde (hamsin ayı) ortaya çıktığı için hamsi dediklerini dile getirirken bu balığın 40 çeşit yemeği yapıldığını da eklemiştir.

Karadenizliler için ‘ *hep hamsi yiyoruz bugün de balık yiyelim* ’ cümlesi bu balığı Balık kimliğinden çıkarıp, ‘Hamsi hamsidir’ kavramını Karadenizlilerin mutfak literatürüne sokmuştur. Hamsinin, hamsi tava, hamsili pilav, hamsi köftesi, hamsi ızgara, hamsi kuşu, hamsikoli, hamsi turşusu, diblesi, tatlısı, ekmeği, çorbası ve böreği gibi birçok yemek çeşidi de günümüz de hala yapılan yemek çeşitleri arasındadır.

Ayrıca bu yemekler dışında hamsi, pazarlama aracı olarak kolonya, un gibi sanayi ürünlerine de konu olmuştur (Anıl, 1985; Timur ve Doğan, 2000; Uran, 2006; Düzgüneş, 2010; Kabacık, 2016; Şengül ve Türkay, 2017; Küçükkömürler ve Yıldırım, 2018).

Hamsi ile ilgili ilk bilgiler 1589’da Mehmet El-Aşık’ın yazdığı ‘Manazirü’l Avalim’ adlı eserde yer almıştır. Bu kitapta hamsinin bolluğu ve avlanıldığı yöre için önemi vurgulanmaktadır. Evliya Çelebi 1634 yılında Trabzon’a gelmiş ve yazılarında hamsiden bahsetmiştir. Katip Çelebi’nin 1669 yılındaki Cihannüma isimli eserinde de hamsi ile ilgili bilgiler vardır. Karakin Deveciyan 1915 yılında alanında bir ilk olan ‘Balık ve Balıkçılık’ adlı eserinde hamsi ve hamsi avı ile ilgili bilgiler vermiştir. Hamsi üzerine yazılmış en iyi eserlerden biri olan İhsan Bey’in 1928’de yayımladığı ‘Hamsiname’ eseri hamsi üzerine yazılmış hamsiyi baştan sona kadar anlatan bir kitaptır. Bu kitapta hamsi üzerine yazılmış türkü, yemek, ticaret vs. hakkında tüm konular yer almıştır (Üstündağ, 2010).

İnsan yaşantısıyla bütünleşmiş balık için birçok şiirler, şarkılar, türküler ve kitaplarında yazıldığı bilinmektedir. ‘ Hamsi koydum tava, başladı oynamaya’ şarkısı, Hamamizade İhsan Bey’e ait olan Hamsi Kasidesi, Ziver Efendinin kaleme aldığı Hamsi Gazeli’ dir. Bir

başka şiir ise 1844 yılında yazılan Hafız Zühtü Efendinin yazdığı Hamsi Destanıdır. Hamsi üzerine Türk kültüründe kitaplar şarkılar yazılmaya devam edilmektedir. Hülya Civeleğin ‘Hamsi: Karın Doyuran Mizah, Eğlendiren Yemek Kitabı’, Deniz Güray’ın ‘Denizin Çıtırı Hamsi’ kitapları, çocuk edebiyatından olan Görkem Yelta’nın ‘ Boyalı Hamsi ve Süs Balığı’ adlı eserleri bunlara örnek olarak verilebilir. Kısaca Karadeniz Bölgesi için hamsi sadece balık değil, kültürdür(Üstündağ, 2010). Yapılan araştırmalarda her yaş grubuna ait kitap bulunmaktadır.

Görüldüğü gibi sadece yemek çeşitliliğindeki kullanışlılığı ile ön plana çıkmayıp Karadeniz halkının lakaplarına varana kadar bir yaşam biçimi haline gelmiş hamsi balığı, Türk kültüründeki önemi onu balık çeşidinden çıkarıp neredeyse mitolojisi olacak kadar önemli bir noktaya getirmiştir. Dünyanın birçok yerinde avlanıp hamsi balığına bu kadar fazla anlam yükleyen ve bu kadar çeşitli konunun öznesi yapan başka bir toplum olmadığını söylemek mümkündür.

2.3.4. Hamsinin Türk Mutfak Kültüründeki Yeri

Balıklar diğer etlerle kıyaslandığında, bağ dokusunun zayıf olması nedeni ile daha kısa sürede pişirilmektedir.

Çorba

Çorbalar sağlık açısından faydalı bir yemek türüdür ve mide öz sularını harekete geçirirler. Farsça tuzlu şey anlamına gelen ‘şur’ ile aş anlamına gelen ‘aba’nın birleşmesinden meydana gelmiştir. Birçok toplumda farklı öğünlerde farklı amaç (karın doyurmak, ana yemek, sindirimi kolaylaştırmak vb.) olarak tüketilir. Türk mutfak menülerinde başlangıç olarak yer alır ve üç ana öğünde de tüketmek mümkündür. Birçok çorba çeşidi vardır. İçerisine konulan gıdalara göre çeşitleri değişkenlik göstermektedir. Balıklarla ve balık çeşitlerinden de çorba yapmak mümkündür. Hamsinin de farklı tariflerde birçok çeşit çorbası yapılır. Fakat genel olarak hamsi kılçıklarından temizlenip su ile beraber haşlanır aynı suya sebzeler ilave edilir. Ayrı yerde terbiye yapılır ve haşlanan karışıma ilave edilir. Baharatlar ile servis edilir (Boran ve Albayrak, 2004; Üstündağ, 2010; Ertürk, 2015; Şengül ve Türkay, 2017; Güldemir, Haklı, Işık, 2018).

Ana yemek

Ana yemekler öğünün ana besin ihtiyacını karşılayan yemeklerdir. Genel olarak günlük protein ihtiyacını karşılamak için et ürünleri ana yemek olarak servis edilir. Balık ürünleri de ana yemek olarak verilebilir. Bunun yanında işleniş bakımından da farklı yemekleri ana yemek olarak vermek mümkündür. Hamsi balığının da hamsi köftesi, hamsi tava, hamsi buğulama, hamsi ızgara, hamsi mücver, hamsi kuşu, hamsi diblesi, hamsi haşlaması, hamsi içli tavaşı, hamsi kağıt kebabı vb. birçok yemeği yapılmaktadır.

Hamsi tava, hamsi balığının mısır unuyla karıştırılıp az yağ ile kızgın tavaya dizip önlü arkalı kızartılması ile yapılan bir yemektir. Hamsi kızartma ise mısır ununa bulanmış hamsinin derin yağa atılıp kızartılıp ekmek arasında servisi yapılan bir yemek çeşididir.

Kıyma haline getirilip çeşitli yeşillik ve soğanla yoğurulup köfte halini verdikten sonra hamsinin köftesini yapmak mümkündür.

Fırın tepsisine ya da derin tava da soğan domates hafif limon ile beraber hafif de su ya da tatlandırıcı sıvı koyarak kendi buharı ile pişirilen buğulama yemeği yapılabilir.

Buğulama ve kızartma ya da köfte gibi ürünler yapılırken dikkat edilmesi noktalar vardır. Bunlar hamsi balığı Karadenizlilerin tabiri ile kar suyu gördüğünde yağlanır(yağını alır). Soğuk olmadığı zamanlarda ise yağ oranı azdır. Yağ oranı az olduğu zamanlar vb. çeşidi yapılabilir. Fakat kızartma yapıldığında Omega-3 yağ asidinden istenildiği kadar yarar sağlanamaz. Çünkü omega-3 kırılğan bir yapıya sahiptir. Bundan da en iyi şekilde buğulama yapılarak faydalanılabilir. Yağını almış (yağlanmış) hamsi balığını bu pişirme yöntemini kullanarak pişirmek doğru olacaktır (Boran ve Albayrak, 2004; Üstündağ, 2010; Gürsoy, 2011; Şengül ve Türkay, 2017).

Ekmek ve hamur işleri

Ekmek, herhangi bir tahılın öğütülerek un haline getirilmesi ve bu unun bulamaç haline getirilip fırında, sacda ve ya tandırda pişirilmesiyle elde edilen bir üründür (Özel vd., 2012). Bu ana ürüne lezzet ve besin değerini arttırmak için ilave ürünler katılabilir. Hamsi balığını da bu amaçla ekmeklerde kullanmak mümkündür. Buna örnek olarak hamsili mısır ekmeği verilebilir.

Mısır ekmeği Karadenizliler tarafından çok sevilen bir ekmektir. Hamsiyi fileto yapıp mısır ekmeği hamuruna hamsiyi katıp pişirerek hamsili mısır ekmeği yapılabilir. Mısır unuyla ve diğer unlarla yapılan hamsili ekmek ile ilgili geliştirmiş ve geliştirilmekte olan birçok tarif bulmak mümkündür (Boran ve Albayrak, 2004; Üstündağ, 2010; Gürsoy, 2011; Kabacık, 2016; Şengül ve Türkay, 2017).

Pilav

Türk toplumunda pilavlar önemli bir yer tutmaktadır. Pişirme tekniğinden kaynaklı ve içerisine konulan ürünlerden kaynaklı birçok çeşitte pilav yapmak mümkündür. Hamsi balığından da pilav yapılmaktadır. Genel olarak hamsiyi fileto haline getirip bir kabı yağlayıp, kabın içerisine hamsiler dizilir. İçerisine isteğe göre hazırlanan, pişmiş pilav konur ve tekrar kabın üzeri hamsilerle kapatılır. Fırına verilir ve servis edilir. Bununla ilgili birçok tarife bulmak mümkündür (Boran ve Albayrak, 2004; Üstündağ, 2010; Gürsoy, 2011; Kabacık, 2016; Şengül ve Türkay, 2017).

Turşu

Turşu Türk toplumunda en çok kullanılan saklama yöntemlerinden biridir. Birçok yerde kullanılan hamsi balığının turşusu da yapılabilir. Sirke, kaya tuzu ve yağ ile birlikte vb. şekilde hamsi turşusu yapılmaktadır. Genel olarak hamsiler temizlenip yıkanır üzerine tuz ilave edilip süzgece alınır ve suyunu salması sağlanır. Kavanozlara dizilip ters şekilde 2 hafta kadar bekledikten sonra farklı şekillerde tüketilmektedir (Üstündağ, 2010; Gürsoy, 2011).

Salata

Salata birçok yemeğin yanında tamamlayıcı lezzet olarak ya da hafif beslenmek isteyen insan için tüketilen bir üründür. Mevsim sebzeleri ile hazırlanan salatalar olduğu gibi et türevleri ile hazırlanan salatalar da günümüzde menülerde kullanılmaktadır. Et türevlerinden kastedilen tavukla, kırmızı etle, pastırmayla, deniz ürünleri vb. gibi ürünlerin ilaveleriyle hazırlanan salatalardır. Sardalya, karides, levrek, hamsi balığı vb. deniz ürünleri salatalarda kullanılan deniz ürünleri arasındadır. Bununla ilgili tarifeler günümüzde kullanılmaktadır. Genel olarak sebzeler doğranır. Hamsi suya konarak tuzunun çıkması sağlanır (isteğe bağlı).

Sonradan kızartılır ya da buharda pişirilir ve hazırlanan sebze karışımına ilave edilip limon sirke ve türevleri soslarla servis edilir (Gürsoy, 2011).

Tatlı

Toplumumuzda tatlı birçok şekilde yapılır. Şerbetli tatlılar, sütlü tatlılar, hamurla yapılan tatlılar, meyveli tatlılar gibi içerisine konulan ürüne göre ve ana özelliğine göre değişkenlik gösterir. Hamsi ürünü bahsedildiği gibi birçok yerde kullanıldığı gibi tatlısı da yapılmaktadır. Rize yöresine ait şerbetli bir tatlıdır. Ceviz büyüklüğünde hamur yapıp içerisine ayıklanmış kıyılmış hamsi balığı koyulup bezeyi ince ve uzun şekilde yapıp tepsiye dizilir. Üzeri kızarana kadar fırında pişirilir. Aynı yerde şerbet yapılır ve tatlıya şerbet dökülür. Meyve jölesi ile servis edilir (Boran ve Albayrak, 2004).

2.4. Bursa ve Giresun Mutfak Kültürü

Türkiye'nin Dünya Turizm pazarından fazlaca pay alabilmesi, turizm de istenilen başarıyı elde etmesi için alternatif turizm seçeneklerinin oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda Gastronomi turizmi ve yöresel mutfaklar kavramları büyük önem arz etmektedir. Türkiye'de coğrafi özellikler bölgelere göre farklılık gösterir. Özellikle iklim, yer şekilleri, denize kıyısı olup olmaması, tarıma elverişlilik gibi konular Türkiye'deki yöresel mutfakların oluşmasında etkilidir (Gökçe, 2016).

Belli bir yöre ile ilgili olarak tanımlanan yöresellik kelimesi herhangi bir yere ait bir şeyden bahsedilirken mutfak ile ilgili tanımlamalarda da kullanılmaktadır. Yöresel mutfak, belli bir yöreye özgü yiyecek ve içeceklerin yerel özelliklerini taşıdığını ve o yöreye ait olduğunu anlamamız için kullanılan bir kavramdır. Aynı zamanda bu yiyecek içeceklerin bölgeye has pişirme teknikleri, kullanılan mutfak ekipmanları ve yemekleri gibi bileşenleri de kapsamaktadır (Şengül ve Türkay, 2017; Özel vd., 2012).

2.4.1. Bursa Mutfak Kültürü

Marmara bölgesi üç farklı denize kıyısı olması, Asya ve Avrupa kıtalarını birbirine bağlaması ve önemli imparatorluklara başkentlik yapmış şehirleri içerisinde barındırması ile önemli bir bölgedir. Padişahların ve imparatorların sofralarına farklı yerlerden gelen lezzetler halk tarafından da benimsenip, kullanılması gibi sebepler bölge mutfak kültürünün

çeşitlenmesini ve zenginleşmesini sağlamıştır. Bizans ve Osmanlı İmparatorluğuna başkentlik yapmış olan İstanbul, Bursa illeri de mutfak kültürleri bakımından öne çıkmıştır.

Türkiye tarımında da önemli yer tutan Bursa ili tarımsal üretim ve pazarlama açısından da büyük öneme sahiptir. Tarımsal üretim de mutfak kültürünün oluşmasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır (Turhan, Vural, Erdal, 2013; Şengül ve Türkay, 2017; Demirel ve Baydan, 2017).

Demirel ve Baydan'ın 2017 yılında Bursa yeme içme kültürü ve değişimi üzerine yapmış oldukları çalışmada, yemek pişirmede kullanılan ocaklar ve araçların, yemek yeme esnasında kullanılan araçlar ile yemek yenilen mekânın zamanla değiştiğini; geçmişte tüketilen besinlerin günümüzde de tüketilmeye devam ettiğini sadece eskiden bu besinleri kendileri üretirken günümüzde hazır alındığını dile getirmişlerdir.

Bursa'ya ait yemeklerden; oğmaç çorbası, Bursa mumbarı, cantık, tahinli pide, Kemalpaşa tatlısı, yeşil domates yemeği, cevizli lokum, pideli köfte, cennet künkü gibi yöresel yemeklerin yapılışını belirlediklerini ve bu yemeklerin günümüzde de yapılmaya devam ettiklerini saptamışlardır (Demirel ve Baydan, 2017). Bu yemekler dışında kestaneli ve ya sade süt helvası, Kemalpaşa çorbası, enginar gibi yemekleri vb. söylemek mümkündür.

Aynı zamanda Bursa'da 2018 yılında Bursa gastronomisini canlandırmak ve Bursa yemeklerine sahip çıkmak için Bursa yemekleri çalıştay yapılmış olup burada bursa yemeklerinin bulunduğu menüler oluşturularak otel temsilcilerine tanıtımı yapılmıştır.

Birçok seyyah Bursa'yı ziyaret etmiş ve yazıların bu ilin mutfağı ile ilgili çeşit olarak fazla, kuvvetli mutfak kültürünün olduğundan bahsetmiştir. Bunlardan İbni Batuta 1350'lerde çok geniş caddelere ve çarşılarla sahip, Türklerin çok büyük şehri olup Ahi Şemseddin'in zaviyesinde aşure günü yaptığı iftardan, yediği yemeklerden bahsetmiş Türk illerinde yaşadığım en güzel günlerden biri olduğunu ifade etmiştir. Evliya Çelebi ise 1650'de Pirinç Han'dan ve kebabçılar çarşısından bahsetmiştir. Hoşafçılar diyarı olduğunu has beyaz somon ve çakıl ekmeğinin olduğundan bahsedip, etlerinin leziz olduğu için kebablarının ünlü olduğunu ve miskli helvasının da lezzetli olduğunu yazısında belirtmiştir. Moltke ise 1800 yıllarda şişte koyun etinin ekmeğe hamuruna sarıldığını tahta üzerinde kebab yediğini yazısında yazmış ve dut bağlarından bahsetmiştir (Akkor, 2009). Görüldüğü üzere eski

zamanlarda ve günümüzde de Bursa ili ve mutfak kültürü herkesin dikkatini çekip ve önemseydiği mutfaklar arasında yerini almıştır.

2.4.2. Giresun Mutfak Kültürü

Karadeniz bölgesi benzer yemek kültürüne sahip üç farklı gruptan oluşmaktadır.

Çizelge 2.5. Karadeniz bölgesi grupları

BATI GRUBU	DOĞU KIYI GRUBU	DOĞU İÇ GRUBU
Bartın- Bolu- Düzce- Karabük- Kastamonu- Sinop- Zonguldak	Artvin- Giresun -Ordu- Samsun-Rize- Trabzon	Amasya-Bayburt-Çorum- Gümüşhane-Tokat

Kaynak: Şengül ve Türkay, 2017

Kendi içinde benzer mutfak kültürüne sahip olan bu gruplar, iklim, toprak yapısı, şehirde yaşayan kişiler ve köken gibi etmenler ile birbirleri arasında farklılıklar göstermektedir. Bölge halkının büyük çoğunluğu geçimini tarımdan sağlamaktadır. Karadeniz mutfak kültürünün en önemli tarım öğeleri arasında mısır, fındık, çay varken yemeklerinde karalahana ve fasulye yöre mutfağını oluşturan temel besinlerdir.

Karadeniz mutfağında Türkiye genelinde tanınmış lezzetlerin başında ise hamsi balığı gelmektedir. Çorbasından, turşusuna birçok çeşitte işlendiği için sofralarda çok önemli yere sahiptir. Karadeniz mutfağı genel olarak pratik yemeklerin yapıldığı, otların bolca kullanıldığı dibleleri ile ünlü bir bölge olmasına rağmen kırmızı eti de mutfaklarında kullanılmaktadırlar. Kavurma, kuzu büryan, kuzu dolması, köfte çeşitleri Karadeniz mutfağında rastlanılan kırmızı etin kullandığı yemekler arasındadır.

Bölge illerinden olan Giresun ise kirazların ili olarak bilinmektedir. Kirazlar tuzda bekletilir ve turşusu yapılır. Bununla beraber taflan ve ya karayemiş ve ya laz kirazı olarak da adlandırılan kirazın bir çeşidi olan meyvenin, turşusu ve kavurması yapıp çokça sevilmektedir. Aynı zamanda şeker hastalığına iyi geldiği de bilinmektedir.

Bol sarımsak ile hazırlanan fasulye turşusu, karalahana çorbası (pancar çorbası), karalahana dolması, karalahana ve fasulye dibleleri bölgeye özgü yemeklerdendir. Bölgede mısır unuyla

yapılan mısır helvası ve çöğen otuyla yapılan koz helvası da yöresel yemeklerdendir. Giresun ili birçok otlara ev sahipliği yaptığını belirtmekte fayda var. Bu otlar arasında sakarca, melocan (diken ucu), madımak, hoşuran, kaldirik, ısırgan otu gibi yabani otlardır. Bu otlardan yapılan yemeklerde bu yörenin yemekleri arasındadır. Mantar da bu yörede çok fazlaca kullanılır. Aynı zamanda yazları bu otlar taze tüketilirken kışlık hazırlık olarak fasulye vs. gibi bitkiler kurutulup saklanırken diğer ürünler özelliklerine göre konserve, reçel, pekmez ve kompostoluk olarak hazırlanıp kışlık hazırlık olarak kullanılır.

Peynir çeşitlerinden ise beyaz peynir (tecen), deri peyniri (tulum) ve çökelek yapılır. Bu peynirler ve çökelekler yazdan kışa hazırlık olsun diye güveçle toprağa gömülür. Yörede fındık ve çay da hamsi kadar değerli mutfaklarında ve sosyal yaşantılarına konu olmuş gastronomik bir üründür. Fındık mutfaklarında böreklerde, yemeklerde, mezelerde, tatlılarında bolca kullanılır. Aynı zamanda çayın yanında çerezlik olarak da tüketilir. Susamsız pekmezli simitleri ve pestilleri (dut, üzüm meyvelerinden yapılan) de Giresun mutfağına konu olmuş ürünlerdendir.

Giresun bir sahil şehri olması ile mutfağında deniz ürünlerini de barındırmaktadır. Hamsi, mezgit, istavrit, palamut, kefal, tirsi, barbun, sargan gibi çeşitler en yaygın olanlarıdır. Derelerde yetişen Alabalık da fazlaca tükettikleri söylenebilir. Hamsiyi ise mutfaklarında genelde tavası ızgarası, buğulaması gibi pişirme yöntemlerini kullanarak pişirilmektedir. Ekmekte, börekte bazen de salatada kullanmışlardır (Boran ve Albayrak, 2004; Gökçe, 2016; Demirel ve Ayyıldız, 2017; Şengül ve Türkay, 2017; Giresunkülturturizm, 2018).

Demirel ve Ayyıldız'ın Mutfak kültürü ve değişimi; Giresun ili örneği adlı çalışmalarında Giresun mutfak kültürünün günümüze kadar olan değişimlerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Giresun sofralarının en önemli yiyeceğinin pancar otu (karalahana) ve mısır unu olduğunu, karalahana dolması, karalahana çorbası, karalahana diblesi, karalahana döşemesi, fasulye yemekleri, sebze dibleleri ve çeşitli otların kavrulması gibi yöresel yemeklerin gerek kıyı kesimlerde gerekse iç bölgelerde, geçmişte olduğu gibi günümüzde de hâlâ aynı şekilde yapıldığını tespit ettiklerini ancak yağlı ekmek, pileki ekmeği, fetir ekmeği gibi ekmekler ile keşkek, cıratla, celecoş, haşıl gibi yemeklerin unutulmaya başlandığını belirtmişlerdir (Demirel ve Ayyıldız, 2017).

Şahin ve arkadaşları 2017 yılında Bulancak'da (Giresun) Coğrafi Özelliklerin Yemek Kültürüne Etkileri adlı çalışması da Giresun'un önemli besin maddeleri arasında mısır, karalahana, kabak tarzı sebze türünün olduğunu, balıketi ve tavuk etinin kırmızı ete nazaran daha fazla tüketildiğini ifade etmiştir (Şahin, Bağcı, Özlü, Usta, 2017).



3. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Şanslı ve Saygı 2001 yılında ‘Su Ürünleri Tüketimi İçin Bir Ekonometrik Model’ adlı çalışmasında su ürünleri tüketimini etkileyen faktörlerin bir çoklu regresyon modelle gösterilmesi amaçlamıştır. Bu çalışma sonucunda tahmin denklemine göre kişi başına su ürünlerini etkileyen etmenler, annenin lise mezunu olması, ailenin aylık kırmızı et tüketimi, balık tüketirken, temel olarak fiyatı bazlı balık tüketimleri ve her koşulda balık tüketilmesi sonucuna ulaşmıştır.

Saygı ve arkadaşları 2006 yılında ‘İzmir Merkez İlçelerinde Kamuoyunun Balık Tüketimi ve Balık Yetiştiriciliğine Yaklaşımı’ adlı çalışmasında İzmir’in ilçelerinde yaşayan ailelerin balık yetiştiriciliği hakkında düşüncelerini tespit etmeye çalışmışlardır. Bu çalışmaya katılanlarda %70 oranında beyaz et, %19 oranında ise kırmızı et tükettikleri saptanmıştır. Bireylerin %72 sinin en az ay da 2 defa balık tükettiği tespit edilmiştir.

Çolakoglu ve arkadaşlarının 2006 yılında ‘Çanakkale İlindeki Su Ürünleri Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi’ adlı çalışmalarında halkın balık tüketim davranışlarını incelemeyi amaçlamışlardır. Ankete katılanlardan beyaz eti birinci sırada %47,50, balık etini ikinci sırada %29,85 oranla, üçüncü sırada ise %22,05 oranında kırmızı eti tükettiklerini saptamışlardır. En çok beğenilen balığın lüfer, en çok tüketilen balığın ise istavrit, hamsi, sardalya ve çipura olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların tüketim şekli olarak %45,73 oranında kızartma, %39,08 oranında ızgarayı tercih ettiklerini aynı zamanda ailelerin ay da 1-6 kg arasında balık tükettiklerini tespit etmişlerdir.

Cevger ve arkadaşlarının 2008 yılında ‘Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesinde öğrenim gören intern öğrencilerin hayvansal ürün tüketim durumu ve tercihlerinin ortaya konması ve bu ürünler bakımından öğrencilerin tüketim alışkanlıkları üzerine etkili faktörlerin belirlenmesi’ amacıyla yaptıkları çalışmada balık etinin aylık olarak %22,90 oranında hiç tüketmediklerini, %43,50 oranında 500g ve altında, %22,90 oranında 500g-1 kg arasında, %10,70 sinin ise 1- 2 kg arasında tükettiklerini tespit etmişlerdir.

Erdal ve Esengün 2008 yılında ‘Tokat İlinde Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Model ile Analizi’ çalışmasında hanelerin yıllık kişi başına balık tüketim miktarının genel olarak 13 kg civarında olduğunu, balığı tüketme sebebinin ise ilk sırada sağlıklı olduğunu

düşünceleri olduğunu ikinci sırada ise alışkanlık etmeninin olduğunu saptamışlardır. Ailelerin balık tüketim yoğunluğunun en fazla olduğu mevsim kış mevsimi olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmaya katılan ailelerin %65 oranında hamsiyi tükettiklerini hamsiyi bu kadar fazla tüketmelerinin sebebini ise hamsinin kılçıksız olması (%47), çok lezzetli olmasını (%24) olduğunu dile getirirken fiyatın ana unsur olmasını yalnızca %4 oranında aile için önemli bulunmuş, Pişirme yöntemi olarak %79 oranında ızgara kullanıldığını saptanmıştır.

Orhan ve Yüksel'in 2010 yılında Burdur ili su ürünleri tür ve tüketim tercihlerini tespit etmek amacı ile yaptıkları çalışmada, Burdur'da yaşayanların %88,30 ünün balık tükettiğini, balık tüketenlerin ise öncelikli tercihlerinin deniz balıklarından %91,00 oranında hamsi balığını, tatlı su balıklarından ise %98,10 oranında alabalık olduğunu saptamışlardır.

Düzgüneş'in 2010 yılında 'Hamsinin Karadeniz Kültüründeki Yeri ve Hamsi Avcılığının Tarihsel Gelişimi' adlı çalışmasında hamsinin geçmişten günümüz tarihine kadar Karadenizliler için ne ifade ettiğine, seyyahların hamsi için söyledikleri sözlere, hamsinin avlanma çeşitleri gibi hamsiye ait farklı etmenleri derlemiştir. Sonuç olarak ise Hamsi tarihte olduğu kadar bugün de Türkiye ve Karadeniz için çok önemli bir balık türü olduğundan, gelecekte de Türkiye balıkçılık sektörü için önemli rol oynamaya devam edeceğini belirtmiştir.

Yüksel ve arkadaşlarının 2011 yılındaki Tunceli İlinde yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin ortaya koymak amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında en beğenilen et çeşidinin %48 oranında balıketi olduğunu fakat et tüketimine bakıldığında %22 oranında 3. Sırada yer aldığını ifade etmişlerdir. Kişi başı yıllık tüketim miktarının 4,1 kg olduğunu il genelinde en beğenilen balık türünün alabalık olmasına rağmen en fazla tüketilen balık çeşidinin hamsi olduğu vurgulamışlardır.

Balık ve arkadaşlarının 2013 yılında 'Ordu İli Fatsa ve Aybastı İlçelerinde Balık Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi' adlı çalışmalarında her iki ilçede de en fazla tüketilen balık türünün Fatsa'da %49,10; Aybastı'da %45,30 oranında hamsi balığı olduğunu belirtmişlerdir. Ankete katılanların, Fatsa'da %34,60'sının buğulama, %34,10'ünün kızartma ve %31,30'ünün ızgara usulü pişirilmiş balığı tercih ettikleri,

Aybastı’da ise %35,30’ünün ızgara, %35,20’sinin kızartma ve %29,50’inin buğulama usulünü tercih ettiklerini saptamışlardır.

Aydın ve Karadurmuş’ un 2013 Giresun ve Trabzon illerinde yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin ortaya konması amacıyla yapmış olduğu çalışmada anket sonuçlarına göre katılımcıların su ürünlerini %41 oranında birinci sırada tercih ettiklerini, kişi başı yıllık su ürünleri tüketiminin ortalama 29,52 kg olarak tespit etmişlerdir. Su ürünleri tercih etme sebebinin %45 oranında sağlık olduğunu, en çok tüketilen su ürününün %17,75 ile hamsi balığı olduğunu saptamışlardır.

Kızılaslan ve Nalinci’nin 2013 yılında ‘Amasya İli Merkez İlçedeki Hane halkının Balık Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Balık Eti Tüketimini Etkileyen Faktörler’ adlı çalışmalarında Amasya’da katılımcı sonuçlarına göre kişi başına balık eti tüketimi yılda 5,06 kg olarak belirlenmiştir. En çok tercih edilen deniz balığının ise hamsi balığı; tatlı su balığı çeşidinin ise alabalık olduğunu saptamışlardır.

Beyazbayrağın 2014 yılında ‘Kahramanmaraş ili merkez ilçede balık tüketim alışkanlıkları’ adlı yüksek lisans tezinde Kahramanmaraş ili merkez ilçede yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıkları ve balık tüketimine etki eden sosyo-ekonomik faktörleri belirlemeyi amaçladığını belirtmiştir. Bu çalışmadaki sonuçlara göre ailelerin balık eti tüketimi ayda ortalama 2,12 kg kişi başına düşen balık tüketimi yılda yaklaşık 6 kg, en çok tüketilen balık çeşidi %40 ile alabalık olduğunu ve en çok sevilen balığın %33,50 ile yine alabalık olduğunu saptamıştır. En fazla %55 oranında katılımcı kırmızı eti sevdiklerini, katılımcılardan %6’sı balık eti sevdiğini belirtmiştir. Araştırmada katılımcıların balığı tercih etme nedenleri (%66,00) faydalı olduğu için, (%24,30) lezzetli olduğu için, (% 1,00) ucuz olduğu için, (% 8,00) sağlık nedeniyle; katılımcıların tercih ettiği balık pişirme yöntemleri %35,30’ü fırında, % 31,80’i ızgarada, %21,80’i kızartarak, % 6’sı tavada, %3’ü buğulama olduğunu saptamıştır.

Doğan ve Gönülal’ ın 2014 yılında Gökçeada İlçesi’nde sürekli ikamet eden farklı sosyo-ekonomik yapı ve gelir grubuna sahip kişilerin balık tüketim alışkanlıkları ve tercihlerini ortaya koymak ve analiz etmek için yapılmış oldukları çalışma sonucunda Gökçeada’da yaşayanlar tarafından en çok beğenilen et türlerinin sırasıyla kümes hayvanları (% 38,80), balık (% 34,40) ve kırmızı et (% 26,80)’tir. En fazla tüketilen et türleri ise; kümes hayvanları

% 37,30), balık (% 33,00), kırmızı et (% 25,40) olarak tespit etmişlerdir. Çalışmaya göre en fazla tüketilen türün sardalya (% 22,40) olduğu saptanmıştır. Hamsi (%16,60) ise bu çalışmaya göre lüfer (% 30,30) den sonra tüketilen su ürünleri arasında en sevilen balık çeşidi olarak 2. sırada yer almıştır.

Çiçek ve arkadaşlarının 2014 yılında, 'Elazığ ili balık tüketim alışkanlığı ve tercihinin belirlenmesi' amacı ile yaptıkları çalışmada tüketicilerin %16'sı hayvansal gıda ağırlıklı, %13 ü bitkisel, %7 si iki türlü de beslendiklerini ifade etmişlerdir. Hayvansal gıda ürünlerinden sırasıyla kırmızı et, beyaz et, balıketini ve %32 oranında katılımcı 3 grup et çeşidini eşit olarak tükettiğini, %1 ise hiç hayvansal ürün tüketmediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların % 95'inin balıketi tükettiğini ve %86 oranında katılımcının balıketini sevdiğini ortaya çıkartmışlardır. Tüketimi en fazla olan balık türlerinin %28 hamsi, %28 alabalık, %14 istavrit, %11 sazan olduğunu saptamışlardır. Çalışma sonucuna göre Elazığ ilinde kişi başına yıllık balık tüketimi 3,30 kg olduğunu belirtmişlerdir.

Olgunoğlu ve arkadaşlarının 2014 yılında Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisinde yayınlanan 2013 yılındaki verilere göre Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi illerinden Adıyaman'da balıketi tüketiminde mevcut durumu belirlemek, bu ilde ikamet eden bireylerin et tüketimindeki tercihlerini ve alışkanlıklarını ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışma sonucunda Adıyaman'da yaşayan bireylerin %84'ünün balıketini severek tükettiklerinin buna rağmen et ürünlerinde en fazla %56 oranında tavuk etini yediklerini %5 oranında balıketini yediklerini tespit etmişlerdir. Tatlı su balıklarından en fazla sazan balığını tercih ettiklerini, deniz balıklarından ise %19 oranında hamsi balığının ilk sırada olduğunu saptamışlardır.

Abdikoğlu'nun 2015 yılında Tekirdağ ilinde balık tüketim eğilimlerinin belirlenmesine yönelik yazmış olduğu yüksek lisans tezinde araştırma bulgularına göre kişi başı yıllık balık tüketiminin 14,69 kg olduğunu belirtmiştir, Balık tüketenlerin %72,35 inin balık tüketmedeki en büyük sebebinin sağlıklı olması olduğunu saptarken yememelerindeki sebebin ise %33,33 oranında yeme zorluğu olduğunu belirtmiştir.

Balçık Mısır ve arkadaşlarının 2015 yılında Trabzon İlindeki Tüketicilerin Balık Tüketim Tercihleri adlı çalışmalarında katılımcıların %0.80'i hiç balık tüketmediğini ifade etmiş ve bunun sebebi de en fazla 'kötü koku' ve 'aile bireylerinin sevmemesi' olduğunu ortaya

koymuşlardır. Kişi başına tüketim yılda 23 kg olarak hesaplanmış ve en fazla tercih edilen deniz balığının hamsi (%34,40); kültür balığının ise alabalık (64,90) olduğunu belirtmişlerdir.

Karakaya ve Kırıcı 2016 yılında Bingöl’de balık tüketiminde mevcut durumu belirlemek, kent merkezindeki bireylerin balık tüketimindeki tercihlerini ve alışkanlıklarını ortaya koymak amacıyla Bingöl İli Kent Merkezinde Balık Eti Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi adlı çalışmada ankete katılanların %83,50 inin balık tükettiklerini, ayda ortalama balık tüketim miktarının 4,88 kg, kişi başı ortalama yılda balık tüketiminin 12,20 kg olduğunu belirtmişlerdir. Aynı zamanda ortalama balık tüketimlerinden balıklar nazarında hamsi için ayda 2,5 kg; palamut için 3,1 kg/ay; alabalık için 3,3 kg/ay, dere balığı için ise 3,7 kg/ay olduğunu saptamışlardır.

Arslan ve İzci 2016 yılında Antalya İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesine yönelik yaptıkları çalışmada, Antalya ili su ürünleri tüketim alışkanlıklarının belirlenmesini amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda çalışmaya katılanların %43,67’sinin iki haftada bir gün su ürünleri tükettiklerini ve katılımcıların %46,96’sı ekonomik ve pratik olduğu için tavuğu tercih ettiklerini belirtmişler. Aynı zamanda bu çalışmaya göre katılımcıların sadece %16,92 oranında balıketi tükettikleri bunun sebebinin ise su ürünleri tüketim alışkanlığının olmaması olduğunu ifade etmişlerdir.

Uzundumlu ve arkadaşlarının 2016 yılında Hakkari ilinde balıketi tüketim durumu, eğilimi ve tüketime etki eden faktörleri tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada; katılımcılara en çok tükettikleri et türünü sorduklarında %61,10’i tavuk eti, %35,50’i kırmızı et ve %3,40’ü ise balıketi cevaplarını aldıklarını belirtmişlerdir. Katılımcılara en çok tüketmek istedikleri et çeşidi sorulduklarında ise ankete katılanların %48’i kırmızı et, %35’i balıketi ve %17’si tavuk eti tüketmek istemektedirler. Balıketi tüketmek istemenin nedenleri sorulduğunda ise katılımcıların %80,20’sinin sağlıklı olması nedenini söylerken %18,90’u ise tadını sevdiği için ve %0,90’luk bir kısmı ise ucuz olduğu için balıketi tüketmek istediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların balıketi tüketim sıklığı için %16’sı haftada bir, %18’i 15 günde bir, %32’si ayda bir ve %34’ü ise daha uzun sürede balık tükettiklerini saptamışlardır.

Terin ve arkadaşlarının 2016 yılında Van ili kentsel alanda yaşayan hanelerin balık tüketim yapısı ve satın alma davranışlarını belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada ankete katılan

hanelerin %89.20'sinin balık tükettiklerini, %10.80'inin balık tüketmediklerini ve balık tüketmeyen hanelerin, yaklaşık üçte birinin (%35.70) kokusu yüzünden balık tüketmediklerini tespit etmişlerdir. Hanelerin %84.10'i balığı kış mevsiminde, %87.20'si taze olarak ve %40.20'si yağda kızartarak tükettiklerini, hanelerin en çok tercih ettikleri balıkların sırasıyla hamsi, alabalık ve inci kefali olduğunu saptamışlardır. Hane başına düşen aylık ortalama balık tüketim miktarı 6.3 kg iken kişi başına düşen aylık ortalama balık tüketim miktarı 1.4 kg olduğunu belirtmişlerdir.

Odabaşı'nın 2016 yılında 'Su ürünleri tüketim alışkanlıkları üzerine bir araştırma: Diyarbakır ili örneği' adlı yüksek lisans tez çalışmasında katılımcılar tavuk eti(%38), kırmızı et (%34) ve %28 oranında su ürünlerini tercih ettiklerini ortaya koymuştur. Kişi başı yıllık su ürünleri tüketimi ortalama 12.2 kg olduğunu ve en çok tüketilen su ürününün % 15.50 ile hamsi balığı olduğunu saptamıştır. Tüketim tercihlerinin ise daha çok kızartma (% 44.30) ve ya fırında pişirme (% 24.80) yöntemlerini tercih ettiklerini ve bölge halkının su ürünlerini % 55.20 oranında balık satış yerlerinden temin ettiklerini tespit etmiştir.

Şahin ve arkadaşları 2017 yılında Bulancak' da (Giresun) Coğrafi Özelliklerin Yemek Kültürüne Etkileri adlı çalışması da Giresun'un önemli besin maddeleri arasında mısır, karalahana, kabak tarzı sebze türünün olduğunu, balıketi ve tavuk etinin kırmızı ete nazaran daha fazla tüketildiğini ifade etmiştir.

Yücel ve arkadaşlarının 2017 yılında 'Sinop'ta 2012-2013 Avcılık Sezonunda Satışa Sunulan Balık Türlerinin Fiyat Yönünden İncelenmesi' ile alakalı çalışmalarında 2012 Mayıs-2013 Nisan av sezonunda Sinop'ta perakende balık satışı yapan merkezlerden alınan bilgiler kapsamında satışa sunulan balık türleri ile fiyatlarının aylık dağılımının belirlemeyi amaçlamışlardır. Yaptıkları çalışmada satış merkezlerinde hamsi, istavrit, lüfer, palamut, tirsi, zargana, kefal, eşkina, kırlangıç, kalkan, barbunya, mezgit, iskorpit, minekop, karagöz, isparoz, izmarit, kaya balığı türlerinin satışının yapıldığını saptamışlardır. Aynı zamanda hamsi balığının yörede çok fazla tüketilen bir balık çeşidi olduğunu hamsi balığı Kasım, Aralık aylarında diğer aylara göre daha ucuz olması nedeniyle tüm satış yerlerinde bulunduğu belirtmişlerdir. Yasağın kalktığı Eylül ayında hamsinin tezgâhlarda bulunmaması avcılığının yapılamamasından, Nisan ayında en yüksek fiyattan satılmasının ise balığın çok az miktarda avlanmasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir.

Gürel ve arkadaşlarının 2017 yılında Ağrı ili merkez ilçede yaşayan hane halkının su ürünleri tüketim yapısı ve tercihlerini inceledikleri çalışmalarında ankete katılan bireylerin %86'sının balık tükettiklerini, %14'ünün tüketmediğini, tüketmeyenlerin ise %71'inin fiyat pahalılığı sebebiyle tüketmediklerini belirtmişlerdir. Balık tüketen bireylerin en çok tercih ettikleri balıklar hamsi (% 43) ve alabalık (% 21) olduğunu saptamışlardır.

Güngör ve Ceyhan 2017 yılında yaptıkları çalışmada 'Erzurum ve Van İllerindeki Balık Tüketimi ve Tüketici Tercihleri' Üzerine Bir Araştırma yapmışlardır. Her iki ilde de sığır ve tavuk etinden sonra balık eti üçüncü sırada yer aldığını belirtmişlerdir. Erzurum'da kişi başına düşen yıllık balık tüketim oranı 6,3 iken Van da bu oran 6,8 kg olduğunu saptamışlardır. En çok tercih edilen tüketim şekli ise Erzurum'da %80,50 oranında; Van'da ise %78,40 oranında yağda kızartma yöntemi olduğu saptanmıştır. En çok tüketilen balık çeşitleri sırasıyla Erzurum'da hamsi, alabalık, palamut iken Van'da hamsi, alabalık, inci kefalı olduğunu ortaya koymuşlardır.

Bashimov' un 2017 yılında Niğde İlinde Balık Eti Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesine yönelik çalışmasında ailelerin yıllık kişi başına balık tüketim miktarı 3.8 kg olduğunu, Niğde ilinde en fazla tüketilen balık türünün hamsi olduğu ve tüketim şekli olarak da %42 oranında kızartma tercih ettiklerini belirtmiştir.

Erdoğan Sağlam ve Samsun'un 2018 yılında Yozgat İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesine yönelik çalışma Yozgat ilinde yaşayan insanların balık tüketim alışkanlıklarının ve tercihlerinin ortaya konması amacı ile yapılmıştır. Bu çalışmada Yozgat ilinde yaşayanların %82 'sinin balık tükettiği saptanmışken tüketim tercihlerinin sebebinin %60,60 oranında sağlıklı ve dengeli beslenme olduğu ortaya koyulmuştur. En fazla tüketilen su ürününün ise %94 oranında hamsi balığı olduğunu saptamışlardır.

Bolat ve Cevher 2018 yılında yaptığı çalışmada Konya ilinin su ürünleri tüketim alışkanlıklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda katılımcıların %51'inin ayda bir defa su ürünleri tükettiğini pişirme şekli olarak ise %60 oranında kızartma pişirme yöntemini kullandıklarını tespit etmiştir. Katılımcılardan %47'si tüm et çeşitlerini tükettiklerini ifade etmiş, %27 kırmızı et, %13 tavuk eti, %12 sinin ise balık eti tükettiklerini saptamışlardır. Balık tükettikleri yerin %77'si evde %12'sinin lokantada tükettiklerini, balık

tüketim oranına göre en çok tüketilen balıkların hamsi, levrek ve çipura olduğunu belirlemişlerdir.

Duman ve Dartay'ın 2018 yılında 'Avcılık ve kültür yoluyla elde edilen balıkların tüketim tercihleri: Elazığ İli örneği, Türkiye' adlı çalışmasında ankete katılanların %96'sının balık tükettiğini ve bunların %88'inin doğada yakalanan, %12 sinin ise kültür balığı tükettiğini belirtmişlerdir. Doğada yakalanan balığı tercih edenlerin %47'si lezzetli, %35'inin ise daha sağlıklı ve güvenli olması nedeniyle tercih ettiklerini ortaya koymuşlardır.

Karakaya ve arkadaşlarının 2018 yılında 'CHAID (Chi - squared Automatic Interaction Detection) Algoritması ile Balık Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi' adlı çalışmalarında balık eti tüketimini etkileyen etmenler; aylık balık harcaması, şehirde ikamet süresi, toplam aylık gider, araba sahipliği, hane halkı sayısı ve toplam aylık gelir olarak belirtilmiştir.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde; genellikle iller nazarın et çeşidi tercihi, su ürünleri sevilen balıklar, en fazla tercih edilen balık çeşitleri vb. konular üzerinde durulmuştur. Bu çalışmalardan su ürünleri ile alakalı balık çeşidi tercihlerinde hamsi balığı belirgin şekilde tercih edildiği saptanmıştır. En fazla sevilen, en fazla tüketilen balık çeşitleri arasında da Türkiye genelinde çoğunlukla ilk sırada hamsi balığı sonucuna ulaşılmıştır. Farklı bölgelerde farklı illerde yapılan çalışmalarda hamsi balığının çıkmasına rağmen iki il nazarında karşılaştırılmalı olarak, 4 farklı açıdan, müşterilerin hamsi balığını tercih sebepleri ile ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu özelliği ile çalışma, konu ile ilgili yapılacak diğer araştırmalara farklı bakış açısı kazandırma açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

4. YÖNTEM

Bu bölümde; araştırmanın modeli, evreni ve örneklemini, veri toplama teknikleri ve verilerin analizine ilişkin bilgiler verilmiştir.

4.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada tarama modeli kullanılmıştır. Verilerin toplanması amacıyla Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı balık restoranları ve Giresun Firmalarının toplu olarak yer aldığı Giresun Firma rehberi sayfasındaki balık lokantaları adlı kategorisinde yer alan balık lokantalarına gelen müşterilere, işletmelerin yöneticilerine, aşçılarına ve servis personellerine ayrı ayrı anket formları hazırlanarak (Ek1, 2, 3, 4) uygulanmıştır.

4.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini Bursa Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı balık restoranı işletmeleri (7 adet) ve Giresun'un çeşitli ilçelerinde bulunan Giresun firma rehberine kayıtlı ve Giresun merkezdeki sadece balık hizmeti veren balık lokantaları oluşturmaktadır (10 adet).

Marmara denizine kıyısı olan illeri temsilen Bursa ilinin seçilme nedeni araştırmacının Bursa ilinde çalışarak ikamet etmesidir. Karadeniz'e kıyısı olan illeri temsilen Giresun'un seçilme nedeni ise Giresun'da araştırmacının diğer Karadeniz illerine nazaran daha fazla katılımcıya ulaşabilme imkânına sahip olmasıdır. Evrenin tamamına ulaşılmıştır (10.11.2017 itibari ile Giresun firma rehberinde yer alan balık lokantaları ve Giresun merkezde bulunan balık lokantaları; Bursa Ticaret ve Sanayi Odası resmi sitesinde Balık restoranları kategorisinde ilan edilen balık restoranları). Bursa'da 7 işletmenin 6'sına ulaşılmıştır. Giresun'da ise firma rehberinde yer alan sadece balık hizmeti veren restoranlara ulaşıldığında birkaç işletmenin kapalı olması ve rehberde güncellenmemiş olması sebebiyle lokanta ve restoran kategorisinden balık hizmeti veren 10 işletmenin 6 tanesinden araştırmaya katılım konusunda olumlu yanıt alınmıştır. Araştırma örneklemini 12 işletme oluşturmuştur.

Araştırmaya işletmelerde araştırma anında bulunan bir aşçı, bir yönetici ve bir servis personeli toplam da 34 çalışana ve işletmeye gelen rastgele seçilen 233 müşteri katılmıştır. Araştırmaya katılımda gönüllülük esas alınmıştır.

Tüccar ve sanayiciler Ticaret Odasına; esnaflar ise Esnaf Odasına kayıt olmalıdır. Esnaf odasına kayıt esnasında esnaf adayından zanaatını icra etmeye yeterliliği olduğunu gösteren ustalık belgesi istenir. Tüccar ve işletme sahibi ise bir ekonomik faaliyeti gerçekleştirmek için nakdi sermaye koyan, yanında işçi çalıştıran kişi olarak tanımlamak mümkündür. Örneğin bir aşçı günlük geçimini sağlayacak kadar bir dükkân açmak isterse ustalık belgesi ile birlikte esnaf odasına kayıt olmalıdır. Öte yandan nakdi sermayesi olan bir restoran açmak isteyen işletmeci adayı ticaret odasına kayıt olmalıdır. İşletmecinin ustalık belgesine ihtiyacı yoktur; işletme sahibi ustalık belgesine sahip aşçıyı istihdam eden kişidir. Bu bağlamda işletmeleri ayırıcı kriterlerin ortak olması sebebiyle, işletmelerin niteliksel farklarının asgari düzeyde bulunmasının aynı zamanda daha büyük ölçekli sadece balık yemeyi tercih edecek müşterilerin daha büyük çaplı bir işletmeye geleceği varsayılarak Bursa’da Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı balık lokantaları seçilmiştir. Bu restoranlar dışarıda balık tüketen genel müşteri profilini oluşturmada daha güvenilir sonuçlar vereceği düşünülmüştür.

Giresun’da ise Giresun Firma rehberine kayıtlı balık lokantaları seçilmiştir. Giresun Firma rehberi Giresun’da bulunan birçok meslek grupları işletmelerinin yer aldığı bir rehberdir. Bu rehberde Giresun ilçelerinde bulunan firmaları rahat görüntüleyebilmek adına ilçeler ve meslek gruplarının yer aldığı kategoriler sekmeleri vardır. İlçeler sekmesinde Giresun iline ait 16 ilçe(tümü) ismi vardır. Kategoriler kısmında ise alfabetik olarak sıralanan Ağaç ve Yan ürünlerinden başlayıp, Züccaciye vb. Satış mağazalarına kadar birçok meslek grubu kategorisi bulunmaktadır. Bu çalışmada ilçe olarak tümü; meslek gurubu kategorisi olarak ise Lokanta ve Restoranlar seçilmiştir. Giresun Sanayi ve Ticaret Odasını seçmeyip Giresun Firma rehberinin seçilmesinin nedeni; Giresun Ticaret ve Sanayi odasına kayıtlı şirketleşmiş bir balık lokantası araştırmaya göre bulunmamaktadır. Toplu olarak bütün firmaların yer aldığı Giresun firma rehberindeki lokanta ve restoran meslek gurubuna ait işletmeler tek tek incelenip sadece balık hizmeti veren ve Giresun merkezde orta çaplı balık pişirme hizmeti veren lokantalar araştırmaya dahil edilmiştir. Bunun sebebi Giresun’daki balık tüketen genel müşteri profilini oluşturmada daha güvenilir sonuçlar vereceğinin düşünülmesidir.

4.3. Ölçme Araçları

Araştırma verileri araştırmacı tarafından geliştirilen dört anket formu (Ek1, Ek2, Ek3, Ek4) ile toplanmıştır. Konu ile ilgili literatür ve bu konuda yapılmış çalışmalar incelendikten

sonra, araştırmacı tarafından lokantalardaki müşterilere ön test yapılmıştır. Anket formları bu aşamalardan sonra hazırlanmıştır. Verilerin toplanmasında müşterilere, işletme yöneticilerine, aşçılarına ve servis personellerine 4 Farklı bakış açısıyla balık lokantalarına gelen müşterilerin tercihinde hamsinin yeri ve önemini saptamaya yönelik sorulardan oluşan anket formları kullanılmıştır.

Servis, aşçı ve yönetici anketlerinde görüş ve bilgi farklarını tespit etmek ve müşterinin hamsi tercihini etkileyen etmenleri saptayabilmek adına birbirini teyit edecek nitelikte müşterilerin hamsi tüketimini ve genel balık tercihleri ile alakalı sorular bulunmaktadır.

Müşteri anketinde müşterilerin demografik özellikleri, tüketicilerin hamsi tercihini etkileyen etmenleri saptamak adına ve balık tüketimlerini ölçmeye yönelik, balık restoranına gelen tüketicinin neden burada yemek yediğini ve diğer balık çeşitlerine göre hamsinin önemi hakkında bilgi edinmeye yönelik sorular bulunmaktadır.

4.4. Ölçüm Güvenirliği

Anket uygulanmadan önce, anket geliştirilmesi için ilgili literatür taraması yapılmış ve konu ile ilgili uzmanların görüşleri alınarak anket formları geliştirilmiştir. Uzmanlar beslenme ve İstatistik alanlarında eğitim almış kişilerdir. Ticaret ve Sanayi Odasına kayıtlı olmayan balık lokantalarından 10 işletmede pilot uygulama yapılmıştır. Anketin kolay anlaşılır, olup olmadığı test edilmiştir. Gerekli görülen düzeltmeler yapıldıktan sonra anket formları son halini almıştır.

4.5. Verilerin Toplanması

Araştırma verileri, araştırmacı tarafından geliştirilen anket formu Ocak, Şubat aylarında Giresun ve Bursa’da toplanmıştır. Anket formları araştırmacının refakatinde uygulanmıştır.

4.6. Verilerin Çözümlemesi ve Yorumlanması

Anketler ile elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programında (Statistic Pockets For Social Sciences) veri dosyasına aktarılmıştır. Veriler yeniden kodlanarak analiz yapmaya elverişli hale getirilmiştir. Analizleri yapılan verilerin frekans ve yüzde değerleri çizelgelerle verilmiştir. İstatistik testi uygulanan verilerde anlamlılık düzeyi $p=0,05$ olarak alınmıştır.

Personele uygulanan anket sorularından şehirlerden alınan verilerin hamsi pişirme ve yeme sıklıkları, hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özellikleri karşılaştırılması en çok tercih edilen 3 balık çeşidinin, diğer balık türlerine göre hamsi tercih yüzdelerinin karşılaştırılmasında ki-kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Müşterilerin, cinsiyet, yaş ve il bazında balık lokantalarının tercih nedenlerinin, hamsi tercihini etkileyen etmenlerin, en çok tercih edilen 3 balık çeşidinin, balık tüketim sıklıklarının, balık lokantalarına gidiş sıklıklarının karşılaştırılmasında ki-kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Hamsi balığı pişirme yöntemlerin tercih sıklıkları, hamsi balığını diğer balık türlerinden ayıran özelliklerin karşılaştırılmasında ve müşterilerin meslekleri ile balık lokantalarına gidiş sıklıkları, balık tüketim sıklıkları, balık lokantaları tercih nedenlerinin karşılaştırılmasında da ki-kare bağımsızlık testi uygulanmıştır. Ki-kare bağımsızlık testi değişkenlerin farklı ölçütlere ya da belirli bir amaca göre iki ya da çok yönlü çapraz çizelge biçiminde sınıflandırılması halinde değişkenlerin belirlenen özellikleri arasında bir bağımlılığın olup olmadığı test edilmek istendiğinde kullanılmaktadır.

Aşçıların restorandaki çalışma süreleri ile sektörde çalışma süreleri karşılaştırılmasında, şehir bakımından bir porsiyon hamsi miktarının karşılaştırılmasında Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Yöneticilere göre günlük hamsi satış miktarlarının şehir bakımından karşılaştırılmasında, müşterilerinin ayda hamsi tüketim miktarlarının şehir ve cinsiyet bakımından karşılaştırılmasında Mann Whitney-U testi uygulanmıştır. Mann Whitney-U Testi parametrik olmayan verilere sahip ikiden grubun ölçümlerinin karşılaştırılmasında kullanılan bir yöntemdir.

Müşterilerin Balık lokantalarına gidiş sıklıkları ile balık tüketim sıklıkları arasında ilişkinin belirlenmesi için Spearman Korelasyon Testi uygulanmıştır. Spearman Korelasyon Testi iki değişkenden en az biri normal dağılıma uymadığında iki değişken arasında ilişkinin belirlenmesinde kullanılan bir testtir.

5. BULGULAR VE YORUM

Bu çalışmada; balık lokantalarındaki müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmenleri saptayabilmek adına Bursa ve Giresun illerindeki balık lokantalarındaki personele (servis, aşçı, yönetici) ve müşterilere anket uygulanmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen veriler ve birbirleri arasındaki ilişkilere yönelik bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Çizelge 5.1. Araştırmaya Katılan Personelin Demografik Özellikleri (n:34)

	Aşçı		Servis Personeli		Yönetici		Toplam Personel	
	11(%32,35)		11(32,35)		12(35,29)		34(%100)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Cinsiyet								
Kadın	3	27,30	1	9,10	1	8,30	5	14,70
Erkek	8	72,70	10	90,90	11	91,70	29	85,29
İl								
Bursa	6	54,50	6	54,50	6	50,00	18	52,94
Giresun	5	45,50	5	45,50	6	50,00	16	47,05
Eğitim Durumu								
İlkokul	2	18,20	1	9,10	2	16,70	5	14,70
Ortaokul	3	27,30	1	9,10	2	16,70	6	17,64
Lise	5	45,50	9	81,80	4	33,30	18	52,94
Lisans	1	9,10	-	-	4	33,30	5	14,70
Diğer	-	-	-	-	-	-	-	-
Yaş								
≤35	4	36,36	6	54,54	3	25,00	13	38,23
36-45	6	54,54	3	27,27	6	50,00	15	44,11
46-65	1	9,09	2	18,18	3	25,00	6	17,64
≥66	0	0	0	0	0	0	-	-
	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s
Yaş ortalaması	40,27	6,91	37,09	8,15	40,08	6,47	39,17	7,12
Turizm sektöründe çalışma süresi	14	11,01	12,72	7,22	15,66	8,82	14,17	8,94
İlgili restoranda çalışma süresi	6,18	5,09	5,15	3,70	10,58	5,74	7,41	5,37

Giresun ve Bursa'daki balık lokantalarında gerçekleştirilen çalışmaya aşçı, servis personeli ve yönetici olarak toplam 34 personel katılmış olup bunların 18'i (%52,94) Bursa ilinden 16'sı (%47,06) ise Giresun ilinden sağlanmıştır. Bu personellerin 11'i (%32,35) aşçı, 11'i (32,35) servis personeli ve 12'si (35,29) yöneticiden oluşmaktadır.

Aşçıların 3'ü (%27,30) kadın, 8'i (72,70) erkek, servis personellerinin 1'i (%9,10) kadın 10'u (%90,90) erkek, yöneticilerin ise 1'i (%9,10) kadın, 10'u (%90,90) erkek personelden oluşmaktadır.

Personellerin eğitim durumlarına bakıldığında ilkokul mezunu 5 kişi (%14,70), ortaokul mezunu 6 kişi (%17,64), lise mezunu 18 kişi (%52,94) ve lisans mezunu 5 kişi (%14,70) olduğu görülmektedir.

Personellerin ortalama yaşı $39,17 \pm 7,12$, aşçıların $40,27 \pm 6,91$, servis personellerinin $37,09 \pm 8,15$ ve yöneticilerin $40,08 \pm 6,47$ olduğu saptanmıştır. Aşçıların bulundukları restoranda çalışma süreleri ortalama $6,18 \pm 5,09$ servis personelinin $5,15 \pm 3,70$ ve yöneticilerin $10,58 \pm 5,74$ yıl olduğu gözlemlenmiştir.

Çizelge 5.2. Aşçıların Turizm Sektöründe ve Mevcut İşletmedeki Çalışma Sürelerinin Karşılaştırılması (n:11) (Mann Whitney-U)

n=11	İl	Medyan	Min;Mak	p-Value
Turizm Sektör Çalışma Süresi	Bursa(6) Giresun(5)	16 7	4;35 5;14	0,100
Bu Restorandaki Çalışma Süresi	Bursa(6) Giresun(5)	5 3	2;15 1;14	0,579

p* $<0,05$

Aşçıların turizm sektöründeki çalışma sürelerine bakıldığında Bursa 16 (4;35) yıl, Giresun 7 (5;14) yıl tecrübelerinin olduğu gözlenmiştir. Bu yıllar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p=0,100).

Aşçıların mevcut restorandaki çalışma süreleri incelendiğinde Bursa 5 (2;15), Giresun 3 (1;14) yıl tecrübelerinin olduğu gözlenmiştir. Bu yıllar arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p=0,579).

Sonuçlara göre Bursa ve Giresun illerindeki aşçıların restorandaki ve turizm sektöründeki çalışma sürelerine bakıldığında bu iki il arasındaki aşçıların her iki çalışma süreleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu da çalışmaya katılan aşçıların tecrübelerinin birbirleri ile yakın olduğu ve bu tecrübelerle dayanarak gözlem yaptıkları varsayıldığında elde edilen sonuçların güvenilirliğini arttırdığı söylenebilir.

Çizelge 5.3. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Yöntemleri ve Hamsi Tercih Nedenlerinin Karşılaştırılması (n:11)

	Toplam(11)		Bursa(6)	Giresun(5)	P-Value
Piştirme yöntemleri					
Tavada	9	81,81	5	4	0,717
Izgarada	5	45,45	5	0	0,015*
Derin Yağda	11	100,00	6	5	-
Buğulama	4	36,36	0	4	0,015*
Hamsi Tercih Nedenleri					
Lezzet	5	45,45	2	3	0,567
Sağlık	2	18,18	0	2	0,182
Pratiklik	8	72,72	5	3	0,545
Ekonomik	2	18,18	1	1	1,000
Alışkanlık	4	36,36	2	2	1,000

p* < 0,05

Her iki ilde de aşçılara, müşterilerin hangi tip hamsi pişirme yöntemini tercih ettiğinin anlaşılması açısından hangi pişirme yöntemlerini daha fazla kullanıyorsunuz sorusu sorulmuştur. Birden fazla şıkkı işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Buna göre çalışmaya katılan aşçıların 9'u (%81,81) tavada 5'i(%45,45) ızgarada 11'i (%100,00) derin yağda ve 4'ü (%36,36) buğulama pişirme yöntemlerini kullandıklarını belirtmişlerdir.

Piştirme yöntemlerinin Bursa ve Giresun dağılımına baktığımızda ızgara ve buğulama yöntemleri arasında anlamlı farklılığın olduğu gözlemlenmiştir (p=0,015 p=0,015). Bu farklılık Bursa ilindeki aşçıların ızgara yöntemini Giresun ilindeki aşçıların buğulama yöntemini daha sık kullanmasından kaynaklanmıştır. Çalışmamızda iki ildeki aşçılara hamsi balığı hangi açıdan diğer balıklara göre farklıdır sorusu sorulmuştur. Yine birden fazla şık işaretleyebilecekleri bilgisi verilmiştir. Verilen yanıtlar, iki ildeki aşçıların benzer düşünceye sahip olduğunu gösterirken bu illerdeki aşçılar için pratiklik, lezzet ve alışkanlık tercihlerinin diğer tercih nedenlerine göre daha önemli olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 5.4. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Porsiyon Ölçüsünün Karşılaştırılması (n:11) (Mann Whitney-U)

n=11	n	Median	MİN-Mak	P-Value
İl				
Bursa	6	300	200;400	0,133
Giresun	5	350	300;400	

p* < 0,05

Bursa ve Giresun illeri arasında hamsi servisindeki porsiyon miktarını öğrenmek ve bu iller arasında porsiyon miktarı bakımından bir farklılığın olup olmadığını anlamak açısından iki ildeki aşçılara bir porsiyon hamsi kaç gramdır sorusu sorulmuştur. Yanıtlara göre Bursa ilinde bir porsiyon hamsi miktarı ortalama 300g (200;400), Giresun ili bir porsiyon hamsi miktarı ortalama 350g (300;400) olduğu gözlenmiş ve bu hamsi miktarları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır(p=0,133).

Çizelge 5.5. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Sıklıklarının Karşılaştırılması (n:11)

	Bursa		Giresun(5)		Toplam(11)		p
Günler	n=6	%	n=5	%	n=11	%	
Hafta İçi		-	2	40,00	2	10,09	0,820
Hafta Sonu	6	100,00	3	60,00	9	81,81	
Aylar							
Kış	5	83,33	5	100,00	10	90,09	1,000
İlkbahar	2	33,33	1	20,00	3	27,27	
Yaz	1	16,66	-	-	1	9,09	
Sonbahar	4	66,66	4	80,00	8	72,72	
Öğün							
Öğle		-		-		-	1,000
Akşam	6	100,00	5	100,00	11	100,00	

p* < 0,05

Müşterilerin hamsiyi daha çok hangi gün, öğün ve mevsimde tükettiğini saptayabilmek adına aşçılara birden fazla şık işaretleyebilecekleri, hangi günlerde, hangi mevsimde ve hangi öğünde daha sık hamsi pişiriyorsunuz sorusu sorulmuştur.

Buna göre Bursa ilindeki aşçıların tamamı hafta sonu; büyük çoğunluğu sonbahar kış aylarında ve tamamı akşam öğününde daha sık hamsi pişirdiğini ifade ederken; Giresun ilindeki aşçıların 3'ü hafta sonu derken büyük çoğunluğu sonbahar kış aylarında ve tamamı akşam öğününde daha sık hamsi pişirdiğini ifade etmiştir.

Bursa ve Giresun illeri arasında gün ay ve öğün kapsamında hamsi pişirme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,820$ $p=1,000$ $p=1,000$). Çizelgeden de görüldüğü üzere aşçılardan alınan bilgilere göre, genel olarak müşteriler %81 oranında hafta sonu, büyük çoğunluk olarak sonbahar, kış mevsimi ve akşam öğününde daha sık hamsi tüketmektedirler.

Çizelge 5.6. Aşçıların Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Hamsi Balığı Tercihleri (n:11)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
Tercih durumu	n=6	%	n=5	%	n=11	%	
İyi (71 ve üstü)	-		3	60,00	3	27,27	0,058
Orta (40-70)	3	50,00	2	40,00	5	45,45	
Kötü (39 ve altı)	3	50,00	-		3	27,27	

$p^* < 0,05$

Müşterilerin hamsi balığını tercih durumunu saptayabilmek adına aşçılara, müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığı tercih durumu nasıldır sorusu sorulmuştur. Bursa ilindeki aşçılar, müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığını tercih durumunun 3'ü (%50,00) orta 3'ü (%50,00) kötü yanıtını verirken; Giresun ilindeki aşçılara göre 3'ü (%60,00) iyi, 2'si (%40,00) orta düzeyde olduğunu söylemişlerdir. Genel olarak aşçıların 3'ü (%27,27) müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığı tercih durumunun iyi düzeyde olduğunu 5'i (%45,45) orta düzeyde olduğunu ve 3'ünün (27,27) ise kötü düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Cevaplara göre Bursa ve Giresun illeri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,058$).

Çizelge 5.7. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Sipariş Verilme Sıklıkları(n:11)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
Günler	n=6	%	n=5	%	n= 11	%	
Hafta İçi		-	2	40,00	2	8,18	0,182
Hafta Sonu	6	100,00	3	60,00	9	81,81	
Aylar							
Kış	4	60,00	5	100,00	9	81,81	0,798
İlkbahar	1	16,66	-	-	1	9,09	
Yaz		-	-	-	-	-	
Sonbahar	3	50,00	5	100,00	8	72,72	
Öğün							
Öğle		-	1	20,00	1	9,09	0,455
Akşam	6	100,00	4	80,00	10	90,90	

$p^* < 0,05$

Müşterilerin hamsiyi daha çok hangi gün, öğün ve mevsimde tükettiğini saptayabilmek adına servis personellerine birçok çok şık işaretleyebilecekleri; hangi günlerde, hangi mevsimde ve hangi öğünde daha sık hamsi siparişi veriliyor sorusu sorulmuştur. Çalışmaya göre Bursa ilindeki servis personelinin tamamı hafta sonu; %60,00'ı kış %50,00'si sonbahar aylarında ve tamamı akşam öğününde daha sık hamsi siparişi verildiğini ifade ederken; Giresun ilindeki servis personelinin %60,00'ı hafta sonu derken tamamı sonbahar kış aylarında ve akşam öğününde daha sık hamsi pişirdiğini ifade etmiştir.

Bursa ve Giresun illeri arasında gün ay ve öğün kapsamında hamsi pişirme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,182$ $p=0,798$ $p=0,455$). Çizelgeye göre servis personelleri açısından müşteriler en fazla hafta sonu, sonbahar, kış mevsimleri ve akşam öğününde hamsi balığını tercih ediyor çıkarımı yapılabilir.

Çizelge 5.8. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Sipariş Verilen İlk 3 Balık Çeşidi (n:11)

	Bursa	Giresun	Toplam	p
Balık Çeşitleri	n=6	n=5	n=11	
Hamsi	5	5	10	90,90
Mezgit	1	3	4	36,36
Levrek	4	1	5	45,45

$p^*<0,05$

Müşterilerin ilk üç balık tercihleri arasında hamsi balığını tercih edip etmediklerini saptayabilmek adına servis personellerine müşterilerin en çok sipariş ettikleri 3 balık ismi sorulmuştur. Çıkan sonuçlar birleştirilerek modu alınmıştır. Buna göre Sipariş verilen ilk üç balık için servis personelinin 10'u (%90,90) hamsi, 4'ü (%36,36) mezgit ve 5'i (%45,45) levrek balığının sipariş verildiğini belirtmiştir. Bursa ve Giresun illerinde sipariş verilen ilk 3 balık modlarına göre Bursa ve Giresun illeri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır($p=0,341$). Bu illerdeki servis personellerinin gözlemlerine göre müşterilerin en fazla tercih ettikleri ilk üç balık çeşidinin hamsi, mezgit ve levrek balıkları olduğu saptanmıştır.

Çizelge 5.9. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Balığını Diğer Balıklardan Ayıran Özellikler ve Hamsi Pişirme Yönteminin Karşılaştırılması(n:11)

	Toplam		Bursa		Giresun		
	n=11		n=6		n=5		p-Value
Diğer balıklara göre hamsi balığının farkı							
Kolaylık	4	36,36	4	66,66	0	-	0,061
Lezzet	3	27,27	2	33,33	1	20,00	1,000
Ekonomik	4	36,36	2	33,33	2	40,00	1,000
Alışkanlık	6	54,54	2	33,33	4	80,00	0,242
Sağlık	1	9,09	0	-	1	20,00	0,455
Hamsi pişirme yöntemi							
Tavada	9	81,81	5	83,33	4	80,00	0,455
Izgarada	7	63,63	3	50,00	4	80,00	1,000
Buğulama	11	100,00	5	83,33	5	100,00	-
Derin Yağda	1	9,09	0	-	1	20,00	1,000

p* < 0,05

Çalışmaya katılan servis personellerine göre diğer balıklara nazaran hamsinin hangi açıdan farklı olduğunu anlamak ve müşterilerin hangi hamsi yemek çeşidini daha çok tercih ettiklerini saptayabilmek adına, diğer balıklara göre hamsi hangi açıdan farklıdır ve müşteriler, hamsi pişirme yöntemlerinden hangisini daha çok sipariş veriyor sorusu sorulup birden çok işaretleme yapabilecekleri belirtilmiştir.

Buna göre çalışmaya katılan 11 servis personelinin 9'ü tavada 7'si ızgarada ve 11'i buğulama ve 1'i derin yağda pişirme yöntemlerini kullandıklarını belirtmişlerdir. Aynı zamanda hamsi tercih nedenlerine baktığımızda 11 servis personelinin 4'ü kolaylık ve ekonomik olmasından 3'ü lezzet bakımından 6'sı eskiden gelen alışkanlık ve 1'i ise sağlıklı olmasından kaynaklı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. İki il arasında diğer balıklara göre hamsi balığının farklılığı ve müşterilerin hamsi pişirme yöntemi (p=0,455 p=1,000 p=1,000) Çeşit tercihleri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu sonuç iki ildeki servis personelinin benzer düşünceye sahip olduğunu göstermektedir.

Çizelge 5.10. Servis Personelinin Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Hamsi Balığı Tercih, Gelir Düzeyi ve Yeme Sıklığının Karşılaştırılması (n:11)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
Hamsi Balığı Tercih	n=6	%	n=5	%	n=11	%	
İyi(71 ve üzeri)	1	16,66	3	60,00	4	36,36	0,437
Orta(40-70)	3	50,00	2	40,00	5	45,45	
Kötü(39 ve altı)	2	33,33	0	-	2	18,18	
Gelir Düzeyi							
Yüksek Gelir	2	33,33	2	40,00	4	36,36	1,000
Orta Gelir	4	66,66	3	60,00	7	63,63	
Yeme Sıklığı							
Nadiren	2	33,33	0	-	2	18,18	0,303
Sık	3	50,00	5	100,00	8	72,72	
Çok Fazla	1	16,66	0	-	1	90,90	

p* < 0,05

Müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığını tercihini, müşterilerin hamsi yeme sıklığını ve gelir düzeylerine göre müşterilerin balık lokantasını tercih ettiğini saptayabilmek adına servis personellerine diğer balıklara göre hamsi balığı tercih nasıldır, müşterilerin hamsi yeme sıklığı nasıldır ve müşterilerin gelir durumları nasıldır soruları sorulmuştur.

Verilen yanıtlara göre Bursa ilindeki personelin %16,66 (1 kişi) iyi düzeyde %50,00'si (3 kişi) orta düzeyde ve %33,33'ü (2 kişi) kötü düzeyde hamsi yeme sıklığı olduğunu belirtmiştir. Giresun ili personeline göre %36,36'sı (4 kişi) iyi düzeyde %45,18'si orta düzeyde ve %18,18'i Kötü düzeyde hamsi yeme sıklığı olduğunu belirtmiş ve bu iki ilin hamsi yeme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı saptanmıştır(p=0,437).

Servis personellerine göre balık lokantalarında bulunan müşterilerin gelir düzeylerine baktığımızda Bursa ilindeki personelin %33,33'ü(2 kişi) yüksek gelirli olduğunu ve %66,66'sı(4 kişi) orta gelirde olduğunu belirtirken; Giresun ili personelinin %40,00'ı (2 kişi) yüksek gelirli olduğunu ve %60,00'ı (3 kişi) orta gelirli olduğunu belirtmişlerdir. Servis personeline göre müşterilerin gelir durumu bilgileri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p=1,000).

Servis personellerinin, müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığını tercih sıklıkları hakkında vermiş oldukları bilgiler incelenmiştir. Bu bilgilere göre Bursa ili personellerinin %33,33'ü(2 kişi) nadiren, %50,00'si(3 kişi) sıklıkla ve %16,66'sı(1 kişi) müşterilerin çok fazla hamsi balık tercihin de bulunduğu belirtilmiştir. Giresun ili personelinin ise %100,00'ü

(5 kişi) sıklıkla müşterilerin hamsi balığı tercihinde bulunduğunu belirtmişlerdir. Servis personellerinin yanıtlarına göre müşterilerin diğer balıklara göre hamsi balığını tercih sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır ($p=0,303$).

Çizelge 5.11. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Alımı ve Satımı (n:12)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
Temin Edildiği Yer	n=6	%	n=6	%	n=12	%	
Hal	6	100,00	3	50,00	9	75,00	0,182
Kendi İmkanları	-	-	1	16,66	1	8,33	
Gemilerden	-	-	1	16,66	1	8,33	
Kayıkcı	-	-	1	16,66	1	8,33	
Satın alma Sıklığı							
Günlük	4	66,66	6	100,00	10	83,33	0,455
Haftalık	2	33,33	-	-	2	16,66	
Aylık	-	-	-	-	-	-	
Satılan öğün							
Akşam	5	83,66	4	66,66	9	75,00	1,000
Öğle-Akşam	1	8,33	2	33,33	3	25,00	
Satılan Mevsimler							
Kış	6	100,00	6	100,00	12	100,00	1,000
İlkbahar	3	50,00	1	16,16	4	33,33	
Yaz	2	33,33	1	16,16	3	25,00	
Sonbahar	6	100,00	5	83,33	11	88,33	

$p^*<0,05$

Restoranların hamsiyi nereden temin ettikleri sorulmuştur. Müşterilerin hangi günlerde, öğünlerde ve mevsimlerde hamsiyi daha çok talep edip yöneticinin bu talebin edildiği sorulmuştur.

Yöneticilerin hamsi temin yerlerine baktığımızda Bursa ilindeki yöneticilerin %100,00'ü(6 kişi) halden alırken Giresun ilindeki yöneticilerin %50,00'si' (3 kişi) halden %16,16 kendi imkânları ile %16,16'sı gemilerden ve %16,16'sı kayıkçılardan temin ettiği saptanmıştır. Bursa ve Giresun ilindeki yöneticileri hamsi balığını temin ettikleri yerlere göre karşılaştırdığımızda anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır ($p=0,182$).

Yöneticilerin hamsi balığını satın alma sıklıklarına baktığımızda Bursa ili yöneticilerinin %66,66'sı (4 kişi) günlük, %33,33'ü (2 kişi) haftalık satın aldıklarını belirtirken Giresun ili yöneticilerinin %100,00'ü(6 kişi) günlük satın aldıklarını belirtmişlerdir. Satın alma sıklıklarına göre Bursa ve Giresun ili yöneticileri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır ($p=0,455$).

Yöneticilere göre öğünlerdeki hamsi satışına bakıldığında Bursa ili yöneticilerinin %83,66'sı(5 kişi) akşam %8,33'ü(1 kişi) öğle-akşam hamsi satışı yaptıklarını belirtmişlerdir. Giresun iline bakıldığında Yöneticilerin %66,66'sı (4 kişi) akşam %33,33 (2 kişi) akşam-öğle hamsi satışı yaptıklarını belirtmişleridir. Bursa ve Giresun ili yöneticilerinin vermiş oldukları bilgileri karşılaştırdığımızda anlamlı farklılık bulunamamıştır. (p=1,000).

Yöneticilerin mevsime göre hamsi satın alma bilgisine baktığımızda Bursa ilindeki yöneticilerin %100,00 'ü (6 kişi) sonbahar ve kış mevsimlerinde hamsi satın alırken aynı zamanda %50,00'si(3 kişi) ilkbahar %33,33'ü (2 kişi) yaz mevsimlerinde hamsi satın almaktadır. Giresun ili yöneticilerine baktığımızda %100,00'ü (6 kişi) kış mevsiminde %88,33'ü (5 kişi) sonbahar mevsiminde %16,16'sı (1 kişi) yaz mevsiminde ve %16,16'sı (1 kişi) ilkbahar mevsiminde hamsi satın aldıklarını belirtmişlerdir. Yöneticilerin hamsi satın alma bilgilerine göre iki il arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (p=1,000).

Çizelge 5.12. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Hamsi Pişirme Yöntemlerinin ve Hamsi Balığını Diğer Balık Türlerinden Ayıran Özellikleri (n:12)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
Piştirme Yöntemleri Açısından	n=6	%	n=6	%	n=12	%	
Tavada	6	100,00	6	100,00	12	100,00	1,000
Izgarada	6	100,00	5	83,33	11	91,66	
Buğulama	3	50,00	3	50,00	6	50,00	
Derin Yağda	6	100,00	6	100,00	12	100,00	
Bol Yağda	1	16,66	0	-	1	8,33	
Diğer	1	16,66	2	33,33	3	25,00	
Hamsinin Diğer Balıklardan Ayrılan Özelliği Açısından							
Kolaylık	1	16,66	5	83,33	6	100,00	0,080
Lezzet	0	-	2	33,33	2	16,66	0,133
Ekonomik	0	-	2	33,33	2	16,66	1,000
Alışkanlık	5	83,33	6	100,00	11	91,66	1,000
Sağlık	0		2	33,33	2	16,66	0,455

p* < 0,05

Yöneticilere göre müşterilerin tercih ettiği hamsi pişirme yöntemlerini saptayabilmek adına en fazla satılan hamsi balığı yemekleri nelerdir sorusu sorulmuştur. Buna göre Bursa ili yöneticilerinin %100,00 'ü (6 kişi) tavada, ızgarada ve buğulama yönteminin tercih edildiğini ve aynı zamanda %50,00'si (3 kişi) buğulama yönteminin söylerken %16,16'sı (1 kişi) bol yağda ve diğer çeşitleri tercih edildiğini belirtmişlerdir. Giresun ili yöneticilerin vermiş oldukları bilgilere göre %100,00'ü (6 kişi) tavada ve derin yağda pişirme yöntemlerinin tercih edildiği aynı zamanda %83,33'ü ızgarada (5 kişi), %50,00'si (3 kişi) buğulama ve %33,33'ü (2 kişi) diğer pişirme yöntemlerinin tercih edildiğini belirtmişlerdir. Yöneticilerin müşterilerin tercih ettiği hamsi pişirme yöntemlerini saptayabilmek adına

sorulan satılan hamsi yemek çeşitleri nelerdir sorusunun yanıtları karşılaştırıldığında iki il arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır($p=1,000$).

Yöneticilere göre hamsi balığını diğer balık türlerinden ayıran özelliklere baktığımızda kolaylık, lezzet, ekonomik, alışkanlık ve sağlık özellikleri bakımından Bursa ili yöneticilerini %16,66'sı (1 kişi) kolaylık derken %83,33'ü (5 kişi) alışkanlık olduğunu belirtmiştir. Giresun ili yöneticilerinin %100,00'ü (6 kişi) alışkanlık derken aynı zamanda %83,33'ü (5 kişi) kolay olduğunu % 33,33'ü (2 kişi) lezzet, ekonomik ve sağlık açısından diğer balıklardan ayrıldığını belirtmişlerdir. Her bir özellik için Bursa ve Giresun ili yöneticilerin bilgileri karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bursa ve Giresun ili yöneticilerine göre hamsi balığının diğer balıklardan ayıran özellikler bakımında pişirmenin kolay olması ve geçmişten gelen bir alışkanlık olması olduğunu gözlemlenmektedir.

Çizelge 5.13. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre En Çok Tercih Edilen 3 Balık Çeşidi (n:12)

	Bursa		Giresun		Toplam		
En Çok Tercih Edilen 3 Balık Çeşidi	n=6	%	n=6	%	n=12	%	p
Hamsi	5	83,33	6	100,00	11	91,66	1,000
Mezgit	2	33,33	4	66,66	6	50,00	
Palamut	1	16,66	0	-	1	8,33	

$p^*<0,05$

Müşterilerin tercih ettikleri 3 balık arasında hamsi balığının olup olmadığını saptayabilmek adına yöneticilere en çok satılan 3 balık çeşidi nedir sorusu sorulmuş ve yanıtların modu alınmıştır. 1 yöneticinin ilk 3 tercihinde en çok yer alan balık türleri arasında hamsi, mezgit ve palamut balığı yer almıştır. Bursa ili yöneticilerinin %83,33'ü (5 kişi) hamsi derken aynı zamanda %33,33'ü (2 kişi) mezgit ve %16,66'sı (1 kişi) Palamut türünün satıldığını belirtmişlerdir. Giresun ili yöneticilerine baktığımızda 1. Sırada Bursa iline benzer şekilde yöneticilerin %100,00'ü (6 kişi) hamsi balığını tercih ederken %66,66'sı (4 kişi) mezgit balığını tercih etmişlerdir. Bursa ili yöneticileri palamut balığını ilk 3 tercihlerinde belirtirlerken Giresun ilinde palamut ilk üç tercihte yer almamıştır. İlk üç balık tercihleri karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. İki ilde yöneticilerin aynı düşünceye sahip olduğu saptanmıştır ($p=1,000$). Bu sonuçlara göre iki ilde de müşterilerin ilk üç hamsi tercihi arasında hamsi balığı birinci tercihi olduğu çıkarılabilir.

Çizelge 5.14. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Müşterilerin Diğer Balık Çeşitlerine Göre Hamsi Tercihi (n:12)

Diğer Balık Çeşitlerine Göre Hamsi Tercihi(%)	Bursa		Giresun		Toplam		p
	n=6	%	n=6	%	n=12	%	
40 ve altı	1	16,66	1	16,66	2	16,66	1,000
41-70	3	50,00	3	50,00	4	50,00	
71 ve üstü	2	33,33	2	33,33	6	33,33	

p* < 0,05

Yöneticilere müşterilerin diğer balık çeşitlerine göre hamsi balığı tercihi nasıldır sorusu sorulmuştur. Yüzde olarak %40 ve altı kötü düzeyde, %41 ve 70 arası orta düzeyde ve %71 ve üstü iyi düzeyde olacak şekilde yanıtlamaları istenmiştir. Verilen yanıtlara göre müşterilerin diğer balık çeşitlerine göre hamsi tercihleri incelendiğinde Bursa ili yöneticilerinin %16,66'sı (1 kişi) kötü düzeyde olduğunu %50,00'si (3 kişi) Orta düzeyde olduğunu ve %33,33'ü (2 kişi) iyi düzeyde bir tercih olduğunu belirtmiş ve aynı şekilde Giresun ili Yöneticileri de %16,66'sı (1 kişi) kötü düzeyde olduğunu %50,00'si (3 kişi) Orta düzeyde olduğunu ve %33,33'ü (2 kişi) iyi düzeyde bir tercih olduğunu belirtmişlerdir. İki il yöneticileri için müşterilerin diğer balık çeşitlerine göre hamsi tercih durumları bakımından %100,00 oranında aynı düşünceye sahip olduğu saptanmıştır.

Çizelge 5.15. Yöneticilerin Çalıştığı İllere Göre Günlük Ortalama Hamsi Satış Miktarı (kg) (n:12)

İl	Ortalama	Medyan	Min-Mak	z	p
Bursa	11,16	3	2-50	-1,046	0,310
Giresun	20,83	17	1-50		

p* < 0,05

Müşterilerin günlük kaç kg hamsi tükettiklerini saptayabilmek ve iki il arasında hamsi satışı arasında bir fark olup olmadığını belirlemek adına yöneticilere günlük hamsi satış miktarı kilogram türünden ne kadardır diye sorulmuştur. Çalışmaya katılan yöneticilerin yanıtlarına göre restoranlarda hamsi satış miktarlarında Bursa ilinde ortalama 11,16 kg (2kg-50kg) ve Giresun ilinde ortalama 20,83 kg (1kg-50kg) hamsi satış yapılmaktadır. Hamsi satış miktarları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır (p=0,310). Anlamlı bir fark bulunamamasına rağmen Giresun ilinde Bursa iline nazaran daha fazla ortalama hamsi tüketildiğini dolaylı olarak Giresun'daki balık lokantalarına giden müşterilerin hamsi tüketim miktarının daha fazla olduğunu söylenebilir. Bununla birlikte bu farklılığın, anlamlı

bir fark olmamasına rağmen ortalama gram cinsinden 1 porsiyon hamsinin Giresun’da daha fazla olduğundan kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

Çizelge 5.16. Araştırmaya Katılan Müşterilerin Demografik Özellikleri (n:233)

	Bursa(117)				Giresun(116)				Toplam(233)				Toplam(233)	
	Kadın(62)		Erkek(55)		Kadın(36)		Erkek(80)		Kadın(98)		Erkek(135)		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Eğitim Durumu														
Bilmiyor	-				-		1	1,2	-		1	0,7	1	0,42
İlkokul	6	9,7	4	7,3	4	11,1	2	2,5	10	10,2	6	4,5	16	6,86
Ortaokul	6	9,7	7	12,7	6	16,7	8	10,0	12	12,2	15	11,1	27	11,58
Lise	16	25,8	13	23,6	8	22,2	24	30,0	24	24,5	37	27,4	61	26,18
Lisans	34	54,8	31	56,4	18	50,0	45	56,2	52	53,1	76	56,3	128	54,93
Diğer	-	-	-											
Meslek														
Serbest	7	11,3	9	16,4	2	5,6	12	15,0	9	9,2	21	15,8	30	12,87
Sağlık	2	3,2	4	7,3	2	5,6	2	2,5	4	4,1	6	4,4	10	4,29
Ev Hanımı	12	19,4	-		7	19,4	2	2,5	19	19,4	2	1,5	21	9,01
Emekli	2	3,2	5	9,1	-		4	5,0	2	2,0	9	6,7	11	4,72
Öğrenci	9	14,5	9	16,4	9	25,0	12	15,0	18	18,4	21	15,6	39	16,73
Memur	18	29,0	12	21,8	6	16,7	11	13,8	24	24,5	23	17,0	47	20,17
Hizmet Sektörü	6	9,7	11	20,0	4	11,1	19	23,8	10	10,2	30	22,2	40	17,16
İşçi	6	9,7	5	9,1	6	16,7	18	22,5	12	12,2	23	17,0	35	15,02
Yaş														
<35	31	50	32	58,2	29	80	60	75	60	61,2	92	68,1	152	65,23
36-45	20	32,3	11	20	6	16	9	11,2	26	26,5	20	14,8	46	19,74
46-64	10	16,10	8	14,5	1	2,8	11	13,8	11	11,2	19	14,1	30	12,87
65<	1	1,6	4	7,3					1	1,1	4	3,0	5	2,14
	$\bar{x}$		$\bar{x}$	S	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s	$\bar{x}$	s
Yaş	36	12,63	35,8	14,88	29,5	7,98	31,48	10,62	33,62	1,15	33,29	1,27	33,41	12,18
Boy	1,66	0,07	1,77	0,06	1,63	0,067	1,73	0,065	1,65	0,073	1,75	0,07	171,00	8,46
Kilo	66,2	12,8	81,5	12,25	64	13,65	77	13,31	65,4	13,1	79,2	13,10	73,38	14,67
Restorana Geliş Süresi	4,36	4,35	4,32	4,00	2,05	0,79	2,85	1,92	3,48	3,39	3,48	3,22	3,47	3,28

Çalışmaya katılan müşterilerin demografik özellikleri incelendiğinde, çalışmaya Bursa’dan 117 kişi, Giresun’dan 116 kişi olmak üzere toplamda 233 kişi katılmıştır. Toplam müşterilerden 135’i erkek, 98’i kadın müşteridir.

Çalışmaya katılan müşterilerin eğitim durumları incelendiğinde, 128 kişi (%54,93) gibi yarısından fazlası lisans mezunudur. Bu durumda eğitim düzeyinin yüksek olan bireylerin daha fazla balık lokantalarını tercih ettiğini bunun sebebinin ise eğitimi yüksek olan

bireylerin daha fazla iş ortamlarında bulunacağı varsayılarak, iş hayatındaki yoğunluk nedeniyle yemek ihtiyaçlarını dışarıda karşılama eğilimi gösterildiği düşünülmektedir.

Meslekleri ile ilgili ise katılanlardan en fazla 47 kişi (%20,17) memur başta olmak üzere, 40 kişi (%17,16) hizmet sektörü, 39 kişi (%16,73) öğrenci, 35 kişi (%15,02) işçi meslek grubunun oluşturduğu saptanmıştır. Oranlardan da anlaşılabileceği gibi ev hanımı ve emeklilere nazaran diğer grupların daha fazla dışarıda vakit geçirdiği için restoranlara gitme sıklığının fazla olması ihtimali düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan 152 kişi (%65,23) 35 yaş ve altı grup oluştururken; 46 kişi (%19,74) 35-46 yaş arasındadır. Ortalama yaşları ise 33,41'dir. Buradan da anlaşıldığı gibi büyük çoğunluğu çalışma hayatına uygun yaş aralığında ve daha emekli olmamış yaş grubu oluşturmaktadır. Bu da iş yaşamındaki insanların daha fazla dışarıda yemek yeme ihtiyacı olabileceği varsayılabilir.

Balık lokantalarına gelen müşterilerin sağlıklı bir vücut yapısına sahip olup olmaması ya da beden kitle indeksine uygun olup olmaması gibi durumları tespit etmek için boy ve kiloları sorulmuştur. Buna göre çalışmaya katılan müşterilerin (kadın + erkek) ortalama boyu 171 cm, ortalama kilosu ise 73,38 kg olduğu saptanmıştır. Beden kitle indeksi vücut ağırlığının boy uzunluğuna bölünmesi şeklinde kadın ve erkek gruplarını ayırarak hesaplanır. 18,5-24,9 arasında çıkan oran normal; 30,0-34,9 arasında çıkan ise 1.sınıf obez sınıfında yer almaktadır. Çalışmaya katılan kadınların ortalama ağırlığı 65,4; boyları ise 165 cm'dir. Erkeklerde ise bu oran, ortalama ağırlık 79,2; boyları ise 175 cm olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılan kadınların beden kitle indeksi 24kg/metrekaare çıkarak normal olduğu, erkeklerin ise 25,9 kg/metrekaare ile normalin hafif üstünde olduğu saptanmıştır.

Sadece bu oranlara bakılıp balık lokantalarına giden müşterilerin balıketi tükettiğini varsayarak balıketi tüketen insanların sağlıklı bir vücuda sahip olma ihtimalinin yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Yine de tamamen sağlıklı olur demek doğru olmaz. Çünkü tamamen sağlıklı bir vücuda sahip olmak için birçok etmeni daha incelemek gerekmektedir. Sadece Beden kitle indeksine bakarak sağlıklı olma ihtimalinin yüksek olduğu varsayımını yapmak daha doğru olacağı düşünülmüştür.

Müşterilerin restorana gelme istikrarını bu doğrultuda işletmeyi ne kadar tanıdığını görmek için, tesadüfen mi yoksa alışkanlık mı olduğunu anlayabilmek ve en az kaç yıldır balık lokantalarını tercih ettiğini saptayabilmek adına bu restorana kaç yıldır gelmektesiniz sorusu sorulmuştur. Çalışmaya katılan müşterilerin ortalama 3,47 yıl ile bir yıldan fazla bulunduğu işletmeye geldiği ortaya konulmuştur. Bu da balık lokantalarına müşterilerin en az 3,47 yıl önceden beri balık lokantalarını tercih ettiklerini, bulunduğu işletmeyi ise tanıdığını ve balık lokantalarına gitme eğiliminin tesadüf olmadığını bize göstermektedir.

Çizelge 5.17. Müşterilerin Balık lokantalarını Tercih Nedenlerinin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)

	İl							Cinsiyet						
	Bursa		Giresun		Toplam		p	Kadın		Erkek		Toplam		
	n 117	%	n 116	%	n 233	%		n 98	%	n 135	%	n 233	%	p
Balık Lokantalarını Tercih Nedenleri														
Evde Pişirme Zorluğu	27	23,03	21	18,10	48	20,60	0,418	20	20,40	28	20,74	48	20,60	0,928
Evde Zaman Kaybı	13	11,11	16	13,79	29	12,44	0,535	13	13,26	15	11,11	28	12,01	0,632
Koku	37	31,62	33	28,44	70	30,04	0,597	30	30,61	40	29,62	70	30,04	0,901
Piştirmeyi Sevmiyor	30	25,64	5	4,31	35	15,02	0,001*	19	19,38	16	11,85	35	15,02	0,117
Piştirmeyi Bilmiyor	2	1,71	5	4,31	7	3,00	0,281	3	3,06	4	2,90	7	3,00	1,000
Dışarıda Vakit Geçirmek	4	3,41	43	37,06	47	20,17	0,001*	19	19,38	28	20,74	47	20,17	0,778
Ev Halkı Sevmiyor	1	0,84	4	3,44	5	2,14	0,213	2	2,04	3	2,22	5	2,14	1,000
Alkol ve Meze Olarak	8	6,83	7	6,30	15	6,43	0,803	6	6,12	9	6,66	15	6,43	0,856
Zaman Tasarrufu	1	0,85	0	-	1	0,42	1,000	0	-	1	0,74	1	0,42	1,000
Lezzet Sağlık	2	1,70	1	0,86	3	1,28	1,000	0	-	3	2,22	3	1,28	0,265
Ekonomik	1	0,85	5	4,31	6	2,57	0,119	2	2,04	4	2,90	6	2,58	1,000
İş Yaşamı ile İlgili	1	0,85	4	3,44	5	2,14	0,213	2	2,04	3	2,22	5	2,15	1,000
Eğlence Sosyal Yaşam	19	16,23	32	27,58	51	21,88	0,036*	14	14,28	37	27,40	51	21,88	0,015*

p* < 0,05

Müşterilerin balık lokantalarını tercih nedenlerine baktığımızda Bursa ilindeki katılımcıların %31,62'si (37 kişi) balık kokusundan, %25,64'ü (30 kişi) balık piştirmeyi sevmediğinden, %23,03'ü (27 kişi) evde pişirmenin zor olmasından dolayı ve %16,23'ü (19 kişi) eğlence ve sosyal yaşam için balık lokantalarını tercih ettiklerini belirtmişler. Giresun ilindeki katılımcıların %37,06'sı (43 kişi) dışarıda vakit geçirmek, %28,44'ü (33 kişi) balık kokusundan, %27,58'i (32 kişi) eğlence ve sosyal yaşam için ve %18,10'u (21 kişi) pişirmenin zorluğundan dolayı balık lokantalarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

İki ildeki katılımcıların çoğunlukla balık kokusunun olumsuzluğundan, evde pişirmenin zorluğundan ve eğlence sosyal yaşam için balık lokantalarını tercih ettikleri söylenebilir.

Bursa ilinde % 25,64 (30 kişi) müşteri, Giresun ilinde ise %4,31 (5 kişi) müşteri balık pişirmeyi sevmemesinden kaynaklı olarak balık lokantasını tercih etmektedirler ve bilgiler karşılaştırıldığında aralarında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,001$). Balık pişirmeyi sevmemeden dolayı balık lokantalarını tercih ederim oranının Bursa'da (%25,65) daha fazla çıkmasının ve Giresun'da (%4,31) gibi çok az çıkmasının sebebi ise, Giresun halkının kültür bakımından balıklara daha yakın olduğu, balıkların Giresun halkı için yaşamlarının bir parçası varsayımı ile balık pişirmenin Giresun halkı için olumsuz bir etki yaratmadığından kaynaklanabilir.

Bursa ilinde %3,41 (4 kişi) müşteri dışarıda vakit geçirmek için balık lokantalarını tercih ederken Giresun ilinde %37,06 (43 kişi) müşteri aynı nedenden kaynaklı balık lokantalarını tercih etmektedirler. Bu bilgiler karşılaştırıldığında aralarında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,001$). Eğlence ve sosyal yaşam için balık lokantalarını tercih eden müşteriler değerlendirildiğinde Bursa ili müşterilerinin %16,23'ü (19 kişi) Giresun ili müşterilerinin %27,58'i (32 kişi) tercih etmektedir ve bilgiler karşılaştırıldığında aralarında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,036$).

Bursa ilinin büyükşehir olması, insanların dışarıda vakit geçirmelerine daha fazla imkân vermektedir. Bursa'daki müşteriler dışarıda vakit geçirip sosyalleşebileceği bir ortamların Giresun'dan daha fazla olmasından; büyükşehirde yaşamın zorlukları ve yoğunluğu göz önüne alındığında dışarıda yemek yeme ve restoranlara gitme eğilimi büyükşehirlerde bir zorunluluk olmaktadır.

Giresun ili müşterilerinin amacı sadece balık yemek olunca kültürlerinden kaynaklı evde pişirmenin zor olmayacağı, Bursa iline nazaran çeşit bakımından daha az sosyalleşme imkânlarına sahip olmasından kaynaklı sosyalleşmek eğlenmek ve dışarıda vakit geçirmek amaçlı balık lokantalarını daha fazla tercih etmiş olabilecekleri söylenebilir.

Çizelge 5.18. Müşterilerin Hamsi Tercihini Etkileyen Etmenlerin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)

ii														
Cinsiyet														
Bursa		Giresun		Toplam		Kadın				Erkek		Toplam		
n=117	%	n=116	%	n=233	%	p	n=98	%		n=135	%	n=233	%	p
Hamsi Tercihin Etkileyen Etmenler														
Tadı Güzel	116	99,14	115	99,13	231	99,14	1,000	97	98,97	133	98,51	230	98,71	1,000
Kokusu Güzel	73	62,39	85	73,27	150	64,37	0,075	66	67,34	91	68,40	97	41,63	0,928
Piştirilmesi Kolay	90	76,92	88	75,86	178	76,39	0,849	81	82,65	96	71,11	177	75,96	0,051
Besin Değeri Yüksek	112	95,72	108	93,10	220	94,44	0,388	92	93,87	127	94,07	219	93,99	0,769
Sağlık Açısından Yararlı	115	98,29	110	94,82	225	96,56	0,171	95	96,93	129	95,55	224	96,13	1,000
Fiyatı Uygun	90	76,92	88	75,86	178	76,39	0,849	68	69,38	110	81,48	178	76,39	0,024*
Yemesi Kolay	106	90,59	96	82,75	202	86,69	0,064	85	86,73	117	86,66	202	86,69	0,897
Eskiden Gelen Alışkanlık	77	65,81	99	85,34	176	75,53	0,001	64	65,30	112	82,96	176	75,53	0,001*
*														

p* < 0,05

Müşterilerin hamsi tercihinin etkileyen etmenleri saptayabilmek adına anketimizde 8 etmen ve bu etmenlerin hamsi tercihinde önemli mi önemsiz mi olduğunu anlamamız açısından ölçek geliştirilmiş ve her etmen için önemli ya da önemsiz şıklarından birini işaretlemeleri istenmiştir.

Çalışmaya katılan müşterilerin Hamsi tercihinin etkileyen etmenlere yaşadıkları şehre göre değerlendirildiğinde her iki ilde de yüksek oranda, müşteriler tadının güzel olması, besin değerinin yüksek olması, sağlık açısından yararlı olması ve yemesinin kolay olması nedeni ile tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

İki il nazarında Eskiden gelen alışkanlık etmeninin önemli önemsiz olduğu incelendiğinde Bursa ili müşterilerin %65'i (77 kişi) Giresun ili müşterilerin %85,34'ü (99 kişi) için tercih nedeni olarak önemli olduğunu belirtmişler ve anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p=0,001). Karadeniz bölgesinin, Giresun ilinde hamsinin bir kültür olmasından, Karadeniz halkının hamsi ile özdeşleşmesi bakımından, Karadeniz'de hamsi avlanması fazla olmasından ve Karadeniz mutfak kültürüne direk olarak etki etmesinden kaynaklı Giresun ilinde geleneksellik, eskiden gelen alışkanlık etmeninin fazla çıkmasına bu da iki il arasında anlamlı farklılık bulunmasının sebebi olabileceğini desteklemektedir.

Cinsiyete göre Hamsi tercih nedenlerinin farklı olup olmamasını saptayabilmek adına hamsi tercihin etkileyen etmenler, cinsiyete göre karşılaştırılmıştır. Katılımcıların yanıtlarına göre iki cinsiyet için de yüksek oranda tadının güzel olması, besin değerinin yüksek olması ve sağlık açısından yararlı olması nedenleri ile tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Fiyatı uygun olması ve eskiden gelen alışkanlık tercih nedenlerine bakıldığında kadın ve erkek müşterilerin tercih etme durumları arasında fark olduğu saptanmıştır. Kadın müşterilerin %69,38'i (68 kişi) Fiyatı uygun olmasından kaynaklı tercih ettiğini belirtirken erkek müşterilerin %86,66'sı (110 kişi) fiyat nedeni ile tercih ettiğini belirtmişler ve aradaki farkın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p=0,024$).

Kadın müşterilerin %65,30'u (64 kişi) eskiden gelen alışkanlık olduğunu belirtirken erkeklerin %82,96'sı (112 kişi) eskiden gelen alışkanlık olduğunu belirtmişler ve aradaki farkın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p=0,001$).

Erdal ve Esengün, 2008; Aydın ve Karadurmuş, 2013; Abdikoğlu, 2015; Uzundumlu ve ark., 2016; Erdoğan Sağlam ve Samsun, 2018 yıllarındaki çalışmalarda balık tüketim sebeplerinin sağlık, sağlıklı ve dengeli beslenme sonuçları olduğunu saptamışlardır. Ayrıca Beyazbayrak, 2014 yılındaki çalışmasında K. Maraş'ta balık etini tercih etme sebeplerinin faydalı olmasından kaynaklı olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 5.19. Müşterilerin En Çok Sevdikleri 4 Balık Çeşidinin İllere Göre Dağılımı (n:233)

	Bursa		Giresun		Toplam		p
	n=117	%	n=116	%	n=233	%	
Hamsi	93	79,48	100	100,00	193	82,83	0,007*
Mezgit	36	30,76	67	57,75	103	44,20	
Palamut	29	24,78	53	45,68	82	35,19	
Levrek	25	21,36	16	13,79	41	17,59	

$p^*<0,05$

Müşterilerin en fazla sevdikleri ilk 3 balık arasında hamsi balığı olup olmadığını saptayabilmek adına müşterilere en sevdiği 3 balık ismi sorulmuş tüm verilen yanıtlarının ortalaması alınmıştır. Sonuçlara göre müşterilerin ilk üç tercihleri arasında 4 balığın öne çıktığını gözlemlenmiştir. Buna göre müşterilerin en çok sevdiği 4 balık çeşidi; %82,83 oranında hamsi, %44,20 oranında mezgit, %35,19 oranında palamut ve %17,59 oranında levrek balığıdır.

Şehir bakımından değerlendirildiğinde Bursa ilinde 117 müşteriden 93'ü hamsi, 36'sı mezigit, 29'u palamut ve 25 i levrek balıklarını söylemiş toplamda ilk 3 balık tercihinde 183 kez bu balıklar söylenmişken; Giresun ilinde 116 müşteriden 100'ü hamsi, 67'si mezigit, 53'ü palamut ve 16'sı levrek balıklarını ilk 3 tercihleri arasında söylemişlerdir.

Buna göre bu 4 balık için Bursa ilindeki müşteriler 183; Giresun ilindeki müşteriler ise 236 kez bu balıkları söylemiştir. Bu bağlamda istatistiksel olarak iki il arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,007$). Bursa'da ilk 3 balık arasında daha fazla balık çeşidi söylenmişken; Giresun'da daha az balık çeşidi söylenmiştir. Bununla beraber Bursa'da balık çeşitliliği bakımından ilk 3 de Giresun'a nazaran daha fazla balık çeşidi tercih edilir sonucu da bu sonuçlardan çıkartmak mümkündür.

İki ilinde Hamsi tercihinde bakacak olursak yüksek oranlarda hamsi balığı tercih edilmiş, ilk üç tercihleri arasında en fazla orana sahip en fazla tercih edilen balık çeşidi olmayı başarmış bir balık çeşididir.

Çolakoğlu vd., 2016'nın Çanakkale'de gerçekleştirdiği çalışmaya göre en çok beğenilen balık lüfer, en çok tüketilen balık ise istavrit, hamsi, sardalya ve çipura olduğunu belirtmiştir. Erdal ve Esengün, 2008; Orhan ve Yüksel, 2010; Yüksel vd., 2011; Balık vd., 2013; Aydın ve Karadurmuş, 2013; Kızılaslan ve Nalinci, 2013; Çiçek vd., 2014; Olgunoğlu vd., 2014; Balçık Mısır vd., 2015; Terin vd., 2016; Odabaşı, 2016; Yücel vd., 2017; Gürel vd., 2017; Güngör ve Ceyhun, 2017; Basmihov, 2017; Erdoğan Sağlam ve Samsun, 2018; Bolat ve Cevher, 2018 yıllarında yapılan çalışmalarda çalışmaya katılanların en fazla tüketip tercih ettiği balık çeşidinin hamsi balığı olduğunu saptamışlardır.

Çizelge 5.20. Müşterilerin Ayda Ortalama Hamsi Tüketim Miktarlarının İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (kg) (n:233) (Mann Whitney U)

	n	Mean	Medyan	Min-Mak	Z	p
Şehir						
Bursa	117	1,14	1	1-5	-10,682	0,001*
Giresun	116	2,47	2,5	1-5		
Cinsiyet						
Kadın	98	1,56	2	1-5	-2,889	0,004*
Erkek	134	1,38	1	1-5		
Şehir*Cinsiyet						
Bursa Kadın	62	1,17	1	1-5	-6,120	0,001*
Giresun Kadın	36	2,22	2	1-4		
Bursa Erkek	54	1,03	1	1-2	-8,622	0,001*
Giresun Erkek	80	2,58	3	1-5		

p* < 0,05

Müşterilerin iki il nazarında hamsi tüketim miktarları arasında bir farklılık olup olmasını saptayabilmek adına müşterilere kilogram nazarında ayda ortalama hamsi tüketim miktarları sorulmuştur. Buna göre;

Müşterilerin hamsi tüketim miktarları; Bursa ilinde ayda ortalama 1 kg (1kg-5kg) Giresun ilinde ortalama 2,5kg (1kg-5kg) olarak belirlenmiş ve ortalama arasındaki farkın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p<0,001$). Giresun ilindeki bu fazlalık; Giresun ilindeki porsiyon hamsinin miktar bakımından fazla olmasından kaynaklanabileceği gibi; tüketim alışkanlıklarının, mutfak kültürlerinin, avlanma oranının ve hamsiye verilen değerin Giresun ilinde daha fazla olmasından kaynaklı olabileceğiyle de açıklanabilir.

Müşteri hamsi tüketim miktarları cinsiyete göre incelendiğinde kadınların ayda ortalama 2 kg (1kg-5kg) hamsi tükettiği ve erkeklerin ayda ortalama 1 kg (1kg-5kg) hamsi tükettiği sonucuna varılmıştır. Cinsiyet arası hamsi tüketim miktarları ortalamasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,004$). Bu farklılığın sebebi ise kadınların daha kolay yenilebilir, daha kılıksız daha pratik olması ile hamsi balığını erkeklere göre daha fazla oranda tercih etmektedir.

Bursa ve Giresun ilindeki Kadın erkeklerin ayda ortalama hamsi tüketim miktarları incelendiğinde, Bursa ilindeki kadınların ayda ortalama 1kg (1kg-5kg) hamsi tükettiği Giresun ilindeki kadınların ayda ortalama 2 kg (1kg-4kg) hamsi tükettiği sonucuna varılmıştır. Hamsi tüketim miktarları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,001$). Giresun ilindeki kadınlar Bursa'daki kadınlara göre daha fazla hamsiyi benimsemesinden kaynaklı bu farklılığın oluşabileceği gibi genel tüketim miktarlarındaki sebepleri de bu farklılığın oluşmasındaki nedenlerle açıklanabilir.

Bursa ilindeki erkeklerin ayda ortalama 1kg (1kg-2kg) hamsi tükettiğini ve Giresun ilindeki erkeklerin ayda ortalama 3kg (1-5) hamsi tükettiği sonucuna varılmıştır. Hamsi tüketim miktarları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,001$). Bu da Giresun ilindeki hamsinin genel durumu ile alakalı ve genel tüketim miktarlarındaki sebepler doğrultusunda olduğu söylenebilir.

Çolakoğlu ve ark., 2006 yılındaki Çanakkale'deki çalışmasında ailelerin ayda 1-6 kg arası balık tüketildiğini; Cevger vd., 2008 yılında Ankara'daki öğrencilere yönelik çalışmada

aylık %43 oranında 500g ve altı, %22,90 oranında 500g- 1 kg arası, %10,70 sinin ise 1-2 kg arası balık tükettiklerini; Yüksel vd., 2011 yılında Tunceli’de kişi başı yıllık 4,1 kg balıketi tüketildiğini; Aydın ve Karadurmuş, 2013 yılında Giresun ve Trabzon’da yaptığı çalışmalarda kişi başı yıllık 29,52kg balıketi tüketildiğini, Kızılaslan ve Nalinci, 2013 yılındaki çalışmada kişi başı yıllık 5,06kg balıketi tüketildiğini, Beyazbayrak, 2014 yılındaki çalışmada ayda kişi başı 2,12 kg balıketi tüketildiğini; Çiçek ve ark., 2014 yılında Elazığ’da yıllık kişi başı ortalama tüketimi 3,30 kg balıketi tüketildiğini; Abdikoğlu, 2015 yılında Tekirdağ’daki çalışmasında kişi başı yıllık 14,69 kg balıketi tüketildiğini; Balçık Mısır ve ark., 2015 yılında Trabzon’daki çalışmada yıllık kişi başı 23kg balıketi tüketildiğini; Karakaya ve Kırıcı, 2016 yılında Bingöl’deki çalışmasında ayda kişi başı 4,88kg, yıllık 12,2kg olduğunu, hamsinin ise aylık kişi başı 2,5 kg tüketildiğini; Terin ve ark., 2016 yılında Van’daki çalışmasında kişi başı aylık ortalama 1,4 kg balıketi tüketildiğini; Basmihov, 2017 yılında Niğde’deki çalışmada yıllık kişi başına 3,8 kg balıketi tüketildiğini; Güngör ve Ceyhun, 2017 yılında Erzurum’da 6,3, Van’da 6,8 kg yıllık kişi başı balıketi tüketimi olduğunu saptamışlardır.

Yapılan çalışmalar göz önüne alındığında genel olarak kıyı illerindeki balık tüketim miktarları iç Anadolu’da yaşayanlara göre daha fazladır. Fakat çalışmalarda çıkan diğer sonuçlara göre sevilen, tercih edilen, tüketilen balık çeşitleri arasında hamsi balığı tercihinin fazla olduğu görülmüştür. Çalışmamızın bu bulgusunda ülke genelinde balık çeşidi bakımından hamsi balığının öne çıkması aylık hamsi balığı tüketiminin saptanmasının genel balık tüketimine etkisini ortaya koymak adına faydası olacağı düşünülmektedir. Ayrıca ülkede tüketilen su ürünleri ve balık tüketiminin kişi başına yıllık ortalamasının 2017 yılında 5,5kg olduğu ortaya koyulmuştur. Buna göre Bursa (1kg) ve Giresun (2,5kg) illerinde aylık ortalama hamsi tüketiminin genel balık tüketimine büyük bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Çizelge 5.21. Müşterilerin Balık Tüketim Sıklıklarının ve Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıklarının İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)

İl					Cinsiyet							
Bursa		Giresun		p	Kadın		Erkek		Toplam		p	
n=117 %		n=116	%		n=98	%	n=135	%	n	%		
Müşterilerin Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları												
Haftada Birden Fazla	6	5,12	6	5,17	0,980	5	5,10	7	5,19	12	5,15	0,977
Haftada Bir	15	12,82	15	12,93	0,980	11	11,22	19	14,07	30	12,88	0,521
15 Günde BİR	21	17,94	15	12,93	0,289	13	13,27	23	17,04	36	15,45	0,432
Ayda BİR	54	46,15	34	29,31	0,008*	42	42,86	46	34,07	88	37,77	0,172
2 Ayda Bir	3	2,56	0	0,00	0,247	1	1,02	2	1,48	3	1,29	1,000
3-4 Ayda BİR	4	3,41	1	0,86	0,370	2	2,04	3	2,22	5	2,15	1,000
6 Ayda BİR	4	3,41	1	0,86	0,370	4	4,08	2	1,48	6	2,58	0,242
Yılda BİR	0	0	6	5,17	0,001*	56	57,14	14	10,37	70	30,04	0,147
Yılda 3-4 kez	4	3,41	17	14,66	0,003*	8	8,16	13	9,63	21	9,01	0,700
Çok Nadir	8	6,83	6	5,17	0,986	6	6,12	8	5,93	14	6,01	0,567
Müşterilerin Balık Tüketim Sıklıkları												
Her gün	0	0,00	3	2,59	0,122	0	0,00	3	2,22	3	1,29	0,266
Gün Aşırı	5	4,27	9	7,76	0,263	4	4,08	10	7,41	14	6,01	0,292
Haftada Bir	49	41,88	53	45,69	0,558	37	37,76	65	48,15	102	43,78	0,141
Ayda Bir	43	36,75	27	23,28	0,027*	31	31,63	40	29,63	71	30,47	0,743
Çok Nadir	15	12,82	3	2,59	0,006*	11	11,22	8	5,93	19	8,15	0,145
15 günde Bir	1	0,85	15	12,93	0,001*	11	11,22	6	4,44	17	7,30	0,049*
2-3 Ayda BİR	1	0,85	5	4,31	0,119	4	4,08	3	2,22	7	3,00	0,458

p* < 0,05

Müşterilerin balık lokantalarına gidiş sıklıkları incelendiğinde Bursa ilindeki müşterilerin %46,15'i (54 kişi) ayda bir balık lokantasına gittiğini söylerken Giresun ili müşterilerin %29,31'i (34 kişi) ayda bir balık lokantalarına gittiğini ifade etmiştir. Ayda bir balık lokantalarına gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p=0,008). Bursa ili müşterileri Giresun ilindeki müşterilere göre Ayda bir balık lokantasına gitme sıklıkları daha fazladır denilebilir.

Yılda 1 ve yılda 3-4 kez balık lokantalarına gitme sıklıkları değerlendirildiğinde Bursa ili müşterilerin yılda bir kez giden hiç yok ve %3,41'i (4) yılda 3-4 kez balık lokantasına giderken Giresun ili müşterilerinin %5,17 (6) Yılda 1 kez ve %14,66 (17) yılda 3-4 balık lokantalarına gittiklerini belirtmişlerdir. Balık lokantalarına yılda 1 ve yılda 3-4 kez gitme sıklıkları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (p<0,001, p=0,003).

Genel olarak iki ili değerlendirildiğinde müşterilerin çoğunluğu ayda bir balık lokantalarına gitmeyi tercih etmektedirler.

Müşterilerin balık tüketim sıklıkları incelendiğinde Bursa ilindeki müşterilerin %36,75 (43 kişi) ayda bir balık tükettiğini, Giresun ili müşterileri ise %23,28'i ayda bir Balık tükettiğini belirtmişlerdir. İki ilin ayda bir balık tüketim sıklıkları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,027$). Bu farklılığın sebebi Giresun ilinde bir aydan az daha sık balık tükettikleri ile alakalıdır. Bursa'daki müşterilerin ise daha uzun aralıklarla balık tüketmektedirler.

Ayrıca Bursa ilindeki müşterilerin %12,82'si (15 kişi) çok nadir ve %0,85'i (1 kişi) 15 günde bir balık tükettiğini belirtirlerken Giresun ili müşterilerinin ise %2,59'u çok nadir ve %12,93'ü 15 günde bir balık tükettiğini belirtmişler. İki ilin bu sıklıklarla balık tüketimleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,006$, $p<0,001$). Bu farklılık da Bursa ilindeki müşterilerin daha fazla aralıklarla balık tüketmektedirler.

Müşterilerin balık tüketim sıklıkları cinsiyete göre incelendiğinde kadın müşterilerin %11,22'si 15 günde bir balık tükettiğini ve erkeklerin %4,44'ü 15 günde bir balık tükettiğini belirtmişlerdir. Kadın ve erkeklerin 15 günde bir balık tüketim sıklıkları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,049$). Bu farklılık Erkeklerin daha sık balık tüketmesi 15 günde bir balık tüketiminden daha fazla sıklıkla her gün, günde bir ve haftada bir balık tüketim sıklığındaki fazlalıkla açıklanabilir.

Müşterilerin balık lokantalarına gidiş sıklıklarına cinsiyete göre baktığımızda anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Saygı ve ark., 2006 yılında İzmir'deki çalışmalarında bireylerin %72'si en az ayda 2 defa balık tükettiklerini; Arslan ve İzci, 2016 yılındaki Antalya'da yaptıkları çalışmada çalışmaya katılanların %43,67'sinin 2 haftada 1 su ürünleri tükettiğini; Uzundumlu ve ark., 2016 yılında Hakkari'de yapılan çalışmalarında çalışmaya katılanların %32'lik kısmı ayda 1 balık tükettiklerini; Balat ve Cevher, 2018 yılında Konya'da yapılan çalışmada çalışmaya katılanlardan %51'i ayda 1 balık tükettiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 5.22. Müşterilerin Hamsi Balığının Pişirme Yöntemi Tercihlerinin İllere ve Cinsiyete Göre Dağılımı (n:233)

Müşterilerin hamsi yemeği tercih çeşidi	İl							Cinsiyet						
	Bursa(117)		Giresun(116)		Toplam(233)		p	Kadın(98)		Erkek(135)		Toplam		
	n	%	n	%	n	%		n	%	n	%	n	%	p
Buğulama	48	41,03	47	40,52	95	40,77	0,611	33	33,67	30	22,22	63	27,04	0,102
Tavada	78	66,67	89	76,72	167	71,67	0,081	73	74,49	93	68,89	166	71,24	0,351
Derin Yağda	41	35,04	15	12,93	56	24,03	0,085	24	24,49	32	23,70	56	24,03	0,89
Izgarada	68	58,12	42	36,21	110	47,21	0,001*	48	48,98	62	45,93	110	47,21	0,645
Yumurtalı	15	12,82	3	2,59	18	7,73	0,003*	7	7,14	11	8,15	18	7,73	0,777
Hamsili salata	15	12,82	1	0,86	16	6,87	0,001*	5	5,10	11	8,15	16	6,87	0,364
Pilavlı	16	13,68	14	12,07	30	12,88	0,714	10	10,20	20	14,81	30	12,88	0,3
Sevmem	2	1,71	0	0,00	2	0,86	0,498	1	1,02	1	0,74	2	0,86	1

p* < 0,05

Müşterilerin hangi çeşit hamsi yemeğini tercih ettiklerini saptayabilmek adına hamsi pişirme çeşitlerinden kaynaklı hamsi yemek çeşitlerinin olduğu ölçek verilmiş ve en çok tercih ettikleri yemek çeşitlerini işaretlemeleri istenmiştir.

Müşterilerin hamsi yemek çeşit tercihleri incelendiğinde Bursa ve Giresun ilinde tavada ve ızgara da yoğunlaşsa da; tavada(%71,67) pişirme yöntemiyle yapılan hamsi yemeğinin daha çok tercih edildiği söylenebilir.

Bursa ilindeki müşterilerin %58,12 'si (68 kişi) ızgarada tercih ederken Giresun ili müşterilerinin %36,21'i Izgarada tercih etmişlerdir. Izgara tercih eden müşteri sayıları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (p=0,001). Bursa ili müşterilerinin ızgara tercihinde daha çok bulunduğu söylenebilir.

Bursa ili müşterilerinin %12,82 (15 kişi) yumurtalı tercihinde bulunurken Giresun ili müşterilerinin %0,86 (1 kişi) yumurtalı tercihinde bulunmuş ve iki ilindeki yumurtalı tercih eden müşteri sayıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır (p= 0,003). Bursa ili müşterilerinin %12,82'si (15 kişi) hamsili salata tercih ederken Giresun ili müşterilerinin %0,86 (1 kişi) hamsili salata tercihinde bulunmuştur. İki ilindeki hamsili salata tercih eden müşteri sayıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır (p<0,001). Bu sonuçlara göre de Bursa ilinde müşterilerin hamsiyi ürün geliştirerek daha farklı lezzetlerle buluşturup tüketmek istemeleriyle; Giresun'da hamsiyi daha orijinal haliyle tüketmek istemeleri ile ilgili olduğu söylenebilir.

Müşterilerin hamsi pişirme yöntemlerindeki tercihlerini cinsiyet bazında incelediğimizde tercihler arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Çolakoğlu ve ark., 2006 yılında Çanakkale’de yaptıkları çalışmada balık tüketim şekli olarak %45,73 kızartma, %39,08 ızgara yöntemini tercih ettiklerini; Erdal ve Esengün, 2008 yılında Tokatta yaptığı çalışmada %79 oranında ızgara yöntemini tercih ettiklerini; Balık ve ark., 2013 yılında Ordu’daki çalışmalarında balık pişirme yöntemlerinden Fatsa’da %34,6 buğulama, %34 kızartma, %31 ızgara pişirme yöntemlerini tercih ettiklerini, Ordu’nun diğer ilçesi olan Aybastı’da %35,30 oranında ızgara, %35,20 oranında kızartma, %29,50 oranında buğulama yöntemini tercih ettiklerini; Beyazbayrak, 2014 yılındaki Kahramanmaraş’taki çalışmasında balık pişirme yöntemlerinden %35,30 fırında, %31 oranında ızgarada, %21 oranında kızartma pişirme yöntemini tercih ettiklerini; Terin ve ark., 2016 yılında Van’daki çalışmada %40,20’si yağda kızartarak balıketi tükettiklerini; Odabaşı, 2016 yılında Diyarbakır’daki çalışmada balıketi pişirme yöntemlerinden %44,30 kızartma pişirme yöntemini seçtiğini; Güngör ve Ceyhun, 2017 yılında Erzurum’da %80,50; Van’da %78,40 oranında yağda kızartma yöntemi kullandıklarını; Basmihov, 2017 yılında Niğde’de yaptığı çalışmada balıketi tüketim şekli olarak %42 oranında kızartma tercih ettiğini; Bolat ve Cevher, 2018 yılında Konya’da yaptığı çalışmada balık tüketim şekli olarak %60 oranında kızartma pişirme yöntemini seçtiklerini belirtmiş ve saptamışlardır. Genel olarak en çok tercih edilen yöntem 1. Derece tavada kızartma 2. Derece ızgara tercih edilmiştir. Diğer çalışmalarla bu araştırmadan elde edilen veriler paralellik göstermektedir.

Çizelge 5.23. Müşterilere Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özelliklerin Karşılaştırılması (n:233)

Özellikler	ii											
	Bursa(117)					Cinsiyet						
	n	%	n	%	p	Kadın(98)	Erkek(135)	Toplam(233)	n	%	n	%
Lezzetli	34	29,06	41	35,34	0,328	37,00	37,75	38	28,15	75	32,19	0,056
Alışkanlık-Geleneksel	18	15,38	57	49,14	0,001*	23,00	23,46	52	38,52	75	32,19	0,038*
Sağlık	11	9,40	19	16,38	0,527	9,00	9,18	21	15,56	30	12,88	0,229
Çeşitli Pişirme Yöntemleri Var	10	8,55	0	0,00	0,001*	4,00	4,08	6	4,44	10	4,29	0,995
Pratik	11	9,40	8	6,90	0,138	6,00	6,12	13	9,63	19	8,15	0,436
Ekonomik	59	50,43	26	22,41	0,001*	35,00	35,71	50	37,04	85	36,48	0,75
Seviyorum	77	65,81	115	99,14	0,005*	75,00	76,53	117	86,67	192	82,40	0,219

p* < 0,05

Müşterilerin hamsiyi diğer balıklardan ayıran özelliğinin ne olduğunu saptayabilmek adına müşterilere hamsi diğer balıklara göre hangi açıdan farklıdır sorusu sorulmuştur. Katılımcıların yanıtlarına göre;

Hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özellikler incelendiğinde Bursa ilindeki müşterilerin %15,38 (18 kişi) geleneksel nedenler Giresun ili müşterilerin %49,14 geleneksel nedenler olduğunu belirtmişler ve iki il arasında anlamlı farklılık olduğunu görülmektedir ($p<0,001$). Giresun halkının hamsiye yüklediği anlam Giresun'daki sonuçların daha fazla oranda geleneksellik etmenini öne çıkartmıştır.

Hamsiyi çeşitli pişirme yöntemleri olduğu için tercih edenler değerlendirildiğinde Bursa ilindeki müşterilerin %8,55'i, Giresun ili müşterilerinden ise tercih eden olmamıştır. İki il arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<0,001$). Bursa'daki bu sonuçlar hamsiyi daha farklı türde pişirme ile farklı lezzetlerle tüketmeyi tercih ettiklerini, Giresun'daki müşteriler için ise hamsinin pişirme yönteminin önemli olmadığı belirtilmiştir.

Hamsinin ekonomik olmasının diğer balıklara göre ayıran özellik olduğunu düşünen müşteriler incelendiğinde Bursa ili müşterilerinin %50,43 (59 kişi) Giresun ili müşterilerine baktığımızda %22,41 (26 kişi) ekonomik olmasını diğer balık türlerinden ayıran özellik olarak düşünmektedir. İki ildeki müşteri sayıları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p<0,001$). Buradan da Bursa'daki müşteriler hamsiyi daha uygun bulup tüketilmesini diğer balıklardan ayırırken; Giresun'daki müşteriler ekonomikliğini daha az vurgulamıştır.

Hamsiyi sevmenin diğer balık türlerinden ayıran özellik olarak gören müşterilere baktığımızda Bursa ili müşterilerinin %65,81'i (77 kişi) sevilmesi olduğunu söylerken Giresun ili müşterilerin %99,14'ü (115 kişi) sevmek olduğunu söylemiştir. İki ildeki müşteri sayısı arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,005$). Giresun ilindeki müşterilerin büyük çoğunluğu Bursa'daki müşterilere nazaran daha fazla sevdiğini ifade etmişlerdir.

Hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özellikleri cinsiyete göre incelediğimizde Kadınların %38,52'i (52 kişi) alışkanlık-geleneksel lezzet derken erkeklerin %32,19 (75 kişi) aynı cevabı vermişlerdir. Aralarında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,038$). Bu sonuçlara göre hamsinin geleneksellik özelliği kadınlar için daha önemli olduğu saptanmıştır.

Erdal ve Esengün, 2008 yılında Tokattaki çalışmasında çalışmaya katılan ailelerin hamsinin kılıksız(%47,3) ve çok lezzetli(%24) olduğunu dile getirmişlerdir.

Çizelge 5.24. Müşterilerin Balık Lokantalarına Gidiş ve Tüketim Sıklıkları Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi

n=233	Spearman Korelasyon Katsayısı	p-Value
Müşterilerin Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları*Balık Tüketim Sıklıkları	0,415	P<0,001*

p* $<0,05$

Müşterilerin balık lokantalarında gidiş sıklıkları ile balık tüketim sıklıkları arasında bir ilişki aranmış ve orta düzeyde (0,415) bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Aralarındaki bu ilişki anlamlı bulunmuştur (p<0,001). Bu sonuca göre balık lokantalarına giden müşteriler daha sık balık tüketmektedirler.

Çizelge 5.25. Müşterilerin Mesleklerine Göre Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları ve Balık Tüketimleri (n:233)

	Serbest		Diğer		Öğrenci		Memur		Hizmet Sektörü		İşçi		p
	n=30	%	n=32	%	n=39	%	n=57	%	n= 40	%	n=35	%	
Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları													
Haftada Birden Fazla	4	13,33	2	6,25	0	0,00	2	3,51	2	5,00	2	5,71	0,139
Haftada Bir	4	13,33	1	3,13	3	7,69	6	10,53	10	25,00	6	17,14	
15 Günde bir	6	20,00	5	15,63	5	12,82	9	15,79	5	12,50	5	14,29	
Ayda Bir	12	40,00	10	31,25	18	46,15	27	47,37	12	30,00	9	25,71	
Diğer	4	13,33	14	43,75	13	33,33	13	22,81	11	27,50	13	37,14	
Balık Tüketim Sıklıkları													
Her gün	0	0,00	1	3,13	1	2,56	0	0,00	1	2,50	0	0,00	P<0,001*
Günaşırı	3	10,00	1	3,13	1	2,56	2	3,51	2	5,00	5	14,29	
Haftada Bir	14	46,67	12	37,50	13	33,33	22	38,60	24	60,00	17	48,57	
Ayda Bir	10	33,33	8	25,00	12	30,77	26	45,61	8	20,00	7	20,00	
Çok Nadir	1	3,33	5	15,63	5	12,82	3	5,26	2	5,00	3	8,57	
15 Günde bir	0	0,00	5	15,63	4	10,26	2	3,51	3	7,50	3	8,57	
2-3 Ayda Bir	2	6,67	0	0,00	3	7,69	2	3,51	0	0,00	0	0,00	

p* $<0,05$

Müşterilerin meslekleri ile balık lokantalarına gidiş sıklıkları arasında bir fark gözlenmezken Balık tüketim sıklıkları ile meslekler arasında anlamlı farklılık saptanmıştır (p<0,001). Bu farklılık çok nadir tüketen ve haftada bir balık tüketimi yapan müşteri sayılarından kaynaklanmaktadır.

Serbest meslekle uğraşan müşteriler, öğrenciler, memurlar, hizmet sektörü en fazla ayda bir balık lokantalarına giderken sırasıyla balık tüketim sıklıkları haftada bir, haftada bir, ayda bir ve haftada bir olarak balık tükettikleri saptanmıştır.

Çizelge 5.26. Müşterilerin Mesleklerine Göre Balık Lokantalarını Tercih Nedenleri (n:233)

	Serbest		Diğer		Öğrenci		Memur		Hizmet Sektörü		İşçi		P
	n=30	%	n=32	%	n=39	%	n=57	%	n=40	%	n= 35	%	
Tercih Nedenleri													
Evde Pişirmek Zor	10	33,33	8	25,00	5	12,82	11	19,30	10	25,0	4	11,43	0,212
Evde Pişirmek Zaman Alıyor	5	16,67	4	12,50	4	10,26	8	14,04	4	10,0	4	11,43	0,962
Balık kokusu Sevilmiyor	11	36,67	9	28,13	15	38,46	21	36,84	7	17,5	7	20,00	0,160
Piştirmeyi Sevmiyorum	7	23,33	5	15,63	6	15,38	11	19,30	5	12,5	1	2,86	0,243
Piştirmeyi Bilmiyorum	1	3,33	0	0,00	3	7,69	2	3,51	1	2,5	0	0,00	0,480
Dışarıda Vakit Geçirmek	3	10,00	4	12,50	7	17,95	8	14,04	10	25,0	15	42,86	0,006*
Ev Halkı Sevmiyor	1	3,33	0	0,00	2	5,13	0	0,00	2	5,0	0	0,00	0,197
Alkol ve Meze ile Zaman Tasarrufu	3	10,00	0	0,00	4	10,26	2	3,51	3	7,5	3	8,57	0,352
Lezzet Sağlık	1	3,33	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,0	0	0,00	0,129
Ekonomik	1	3,33	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,0	0	0,00	0,549
İş Yaşamına Bağlı	2	6,67	0	0,00	1	2,56	2	3,51	0	0,0	1	2,86	0,007*
Eğlence Sosyal	1	3,33	0	0,00	0	0,00	0	0,00	4	10,0	0	0,00	0,038*
	3	10,00	8	25,00	13	33,33	6	10,53	12	30,0	9	25,71	0,038*

p* < 0,05

Balık lokantalarını seçen müşterilerin geliri ve mesleği gereği balık lokantalarını seçmelerindeki tercih nedenleri arasında bir farklılık olup olmadığını saptayabilmek adına, müşterilerin meslekleri ile balık lokantalarını tercih nedenleri karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda meslek gruplarında dışarıda vakit geçirmek için balık lokantalarını tercih eden müşteri satıları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur (p=0,006). Bu farklılık öğrencilerin %17,95 (7 kişi) ve işçilerin %42,86'sının (15 kişi) tercih nedeni olarak seçmesinden kaynaklanmaktadır. Öğrenciler en fazla eğlence ve sosyal yaşantı için daha fazla balık lokantalarını seçerken; işçiler dışarıda vakit geçirmek için balık lokantalarını tercih ettiğini belirtmişlerdir. Bu sonuç da aralarında anlamlı farklılık bulunmasının sebebi olarak ortaya konulmuştur.

Ekonomik nedene bakıldığında serbest mesleğe sahip müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır (p=0,007). Balık lokantalarını daha ekonomik diye tercih eden meslek grupları serbest meslekle uğraşanlar ve memur grubu oluştururken, hizmet sektörü ekonomik neden için balık lokantalarını tercih etmediğini belirtmişlerdir.

İş yaşamına bağlı nedene bakıldığında Serbest mesleğe sahip ve hizmet sektörü ile uğraşan müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,038$). Memurlar, işçiler ve öğrenciler iş yaşantıları gerektirdiği için balık lokantalarını tercih etmediklerini belirtmişlerdir.

Eğlence ve sosyal nedene bakıldığında hizmet sektörü, öğrenci işçi ve diğer (ev hanımı-emekli) meslek grubundaki müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,038$). Bu meslek gruplarına nazaran serbest meslekle uğraşan meslek grubu daha az sosyal ve eğlence yaşamına uygun olduğu için balık lokantalarını tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 5.27. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Tüketim Sıklıkları (n:233)

	Her Gün	Gün Aşırı	Haftada 1	Ayda 1	Nadir	15 Gün	2-3 Ay	
Yaş Aralığı								
<35	2	9	66	46	12	13	4	0,736
36-45	0	3	22	15	5	2	2	
46-64	1	2	13	8	0	2	1	
65<	0	0	1	2	2	0	0	
Toplam	3	14	102	71	19	17	7	
%	1,3	6	43,8	30,5	8,2	7,3	3	

$p^*<0,05$

Müşterilerin yaşları ilerledikçe daha çok sağlıklı beslenme eğilimine girdiğini ve daha sık balıketi tükettiklerini varsayarak, müşterilerin balıketi tüketim sıklıkları ile yaşları karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilere göre 4 yaş grubu için anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,736$). Genel olarak her ay aralığı için haftada bir ve ayda bir balık tüketim sıklıklarının fazla olduğunu söylenebilir. Burada da tüm yaş gruplarının hemen hemen aynı sıklıkta balıketi tükettiği saptanmıştır.

Çizelge 5.28. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Lokantalarına Gidiş Sıklıkları (n:233).

	Haftada 1'den Fazla	Haftada 1	15 Günde 1	Ayda 1	Diğer	p
Yaş Aralığı						
<35	4	25	25	57	46	0,327
36-45	5	5	8	21	10	
46-64	3	5	1	8	10	
65<	0	0	1	2	2	
Toplam	12	30	35	88	68	
%	5,2	12,9	15	37,8	29,2	

p* $<0,05$

45 yaş üstü müşterilerin daha az balık lokantalarını tercih ettiğini varsayarak, müşterilerin yaşları ile balık lokantalarına gidiş sıklığı karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilere göre 4 yaş grubu için anlamlı farklılık bulunmamıştır (p=0,327). Veriler değerlendirildiğinde ayda bir ve 15 günde bir balık lokantalarına gidişin fazla olduğunu söylenebilir.

Çizelge 5.29. Müşterilerin Yaşlarına Göre Balık Lokantalarını Tercih Nedenleri (n:233).

Yaşlar	≤35	36-45	46-64	65≥	Toplam	p
Tercih Nedenleri						
Evde Pişirmek Zor	33	11	3	1	48	0,633
Evde Pişirmek Zaman Alıyor	22	5	1	1	29	0,340
Balık kokusu Sevilmiyor	46	14	8	2	70	0,942
Piştirmeyi Sevmiyorum	24	9	1	1	35	0,236
Piştirmeyi Bilmiyorum	7	0	0	0	7	0,378
Dışarıda Vakit Geçirmek	36	8	3	0	47	0,319
Ev Halkı Sevmiyor	5	0	0	0	5	0,547
Alkol ve Meze ile	11	2	2	0	15	0,840
Zaman Tasarrufu	1	0	0	0	1	1,000
Lezzet Sağlık	2	1	0	0	3	0,724
Ekonomik	6	0	0	0	6	0,425
İş Yaşamına Bağlı	4	0	1	0	5	0,432
Eğlence Sosyal	34	7	10	0	5	0,097

p* $<0,05$

Müşterilerin yaşlarına göre tercih nedeninin değişip değişmediğini saptayabilmek adına, müşterilerin balık lokantalarını tercih nedenleri ile yaşları karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilerin sonuçlarına göre yaşlara göre tercih nedenlerinin değişmediğini aralarında anlamlı farklılık olmadığı söylenebilir. Toplamda balık lokantalarının en çok tercih nedenleri balık kokusunun sevilmemesi, evde pişirmenin zorluğu ve dışarıda vakit geçirmek olduğunu saptanmıştır.

Çizelge 5.30. Müşterilerin Yaşlarına Göre Tercih Ettikleri Balık Pişirme Yöntemleri (n:233)

Yaşlar	≤35	36-45	46-64	65≥	Toplam	p
Hamsi Yemek Çeşidi						
Buğulama	60	20	9	4	93	0,497
Tavada	116	31	15	4	166	0,069
Derin Yağda	32	12	7	5	56	0,003*
Izgarada	70	22	15	3	110	0,757
Yumurtalı	8	3	4	3	18	0,002*
Hamsili Salata	8	3	2	3	16	0,005*
Pilavlı	16	5	6	3	30	0,013*
Sevmem	2	0	0	0	2	1,000

p* < 0,05

Müşterilerin yaşlarına göre hamsi yemek çeşidinin farklılık gösterip göstermediğini saptayabilmek adına, müşterilerin hamsi pişirme yöntemleri ile yaşları karşılaştırılmıştır. Sonuçlara göre derin yağda pişirme yöntemi ile yaşlar arasında anlamlı farklılık olduğunu söylenebilir (p=0,003). Bu fark 35 yaş ve altı müşterilerin diğer yaşlara göre daha çok derin yağda pişmiş hamsiyi daha çok tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır.

Aynı şekilde Yumurtalı, hamsili salata ve pilavlı hamsi çeşidi incelendiğinde 35 yaş ve altı müşterilerin bu çeşitleri daha çok tercih etmesinden kaynaklı bir fark olduğu söylenebilir (p=0,002, p=0,005, p=0,013). Buradan da 35 yaş altı müşterilerin hamsiyi diğer yaş gruplarına göre daha çok ürün geliştirme ya da farklı ürünlerle karşılaştırıp yeni lezzetler tatma isteği ile ilgili olabileceği düşünülmektedir. 35 yaş üstü müşteriler ise hamsiyi daha çok tavada ve ızgara tercih etmektedirler.

Çizelge 5.31. Müşterilerin Yaşlarına Göre Hamsi Tercihini Etkileyen Etmenler (n:233)

Yaşlar	≤35	36-45	46-64	65≥	Toplam	p
Tercih Etkileyen Etmenler						
Tadı Güzel	150	49	27	5	231	0,017*
Kokusu Güzel	112	28	15	3	158	0,258
Piştirilmesi Kolay	116	38	19	4	177	0,876
Besin Değeri Yüksek	141	8	25	5	219	0,747
Sağlık Açısından Yararlı	145	48	26	5	224	0,459
Fiyatı Uygun	114	35	24	4	177	0,724
Yemesi Kolay	132	42	23	5	232	0,932
Eskiden Gelen Alışkanlık	115	34	23	3	175	0,225

p* < 0,05

Müşterilerin yaşları ile hamsi tercihinin etkileyen etmenler arasında anlamlı farklılık olup olmadığını saptayabilmek adına, müşterilerin hamsi tercihinin etkileyen etmenlerle yaşları karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilere göre tadının güzel olması ile yaşlar arasında anlamlı farkın olduğu bulunmuştur ($p=0,017$). Bu fark 35 yaş altı 150 müşterinin tadının güzel olmasının hamsi tercihinin etkilediğini söylemesinden kaynaklanmaktadır. 35 yaş üstü müşteriler sağlık açısından, pişirilme kolaylığı ve tadının güzel olması seçeneği hamsi tercihlerini etkilediğini belirtmişlerdir.

Çizelge 5.32. Müşterilerin Yaşlarına Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özellikler (n:233)

Yaşlar	≤35	36-45	46-64	65≥	Toplam	p
Özellikler						
Lezzetli	47	17	10	1	75	0,336
Alışkanlık-Geleneksel	50	14	10	1	75	0,859
Sağlık	20	8	2	0	30	0,682
Çeşitli Pişirme Yöntemleri Var	5	4	1	0	10	0,435
Pratik	53	22	8	2	85	0,401
Ekonomik	11	4	4	0	19	0,539
Seviyorum	127	41	21	3	192	0,038*

$p^*<0,05$

Müşterilerin yaşları ile hamsiyi diğer balıklardan ayıran özellikleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını saptayabilmek için müşterilerin hamsiyi diğer balıklardan ayıran özellikleri ve yaşları karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan müşterilere göre müşterilerin yaşları ile hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özellikler hakkındaki düşüncelerinde hamsiyi sevmelerinden dolayı farklı olduğunu düşünen 35 yaş altı 127 müşteriden kaynaklı olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p=0,038$). Buna göre 35 yaş altı müşterilerin hamsiyi diğer balıklara göre daha çok sevdiği düşünülebilir.

Çizelge 5.33. Müşterilerin, Servis Personelinin ve Yöneticilerin Görüşlerine Göre En Çok Tercih Edilen 3 Balık Çeşidi (n:256)

Balık Çeşitleri	Müşteri		Servis Personeli		Yönetici	
	n=233	%	n=11	%	n=12	%
Hamsi	193	82,83	10	90,90	11	91,66
Mezgit	103	44,20	4	36,36	6	50,00
Levrek	41	17,59	5	45,45	5	41,66
Palamut	82	35,00	-	-	1	8,33

Müşterilerin ilk üç balık çeşidi arasında hamsi balığının olup olmadığını 3 farklı açıdan saptayabilmek adına müşterilere en sevdiğiniz ilk üç balık nedir, servis personeline en çok sipariş verilen 3 balık çeşidi nedir, yöneticiye en çok satılan 3 balık ismi nedir soruları sorulmuştur. Bu bağlamda hamsi balığını müşterilerin ilk üç sıradaki tercihleri arasında olup olmadığı 3 farklı açıdan desteklenerek ortaya koyulmak istenmiştir. Bu bağlamda ayrı ayrı uygulanan anketler neticesinde soruların sonuçlarının ortalamaları alınarak frekanslarına göre çizelge yapılmıştır. Çizelgeye göre müşteriler ilk üç tercihleri arasında en fazla hamsi balığını tekrar etmişken servis personeli (10 kişi) ve yönetici (11 kişi) de bu sonucu desteklemiştir. Bu sonuçlara göre müşterilerin büyük çoğunluğunun hamsiyi ilk üç tercihlerinde tercih ettiği 3 farklı açıdan desteklendiği saptanmıştır.

Çizelgeye göre diğer sonuçlar ise Servis personeli mezgit ile çupra tercih sayıları eşittir.

Müşteri tercihinde 3. Sırada palamut yer alırken servis personelinde tercihlerinde yer almamakta yönetici tercihlerinde son sırada yer almaktadır.

Çizelge 5.34. Müşterilerin, Servis Personelinin, Aşçıların ve Yöneticilerin Görüşüne Göre En Çok Tercih Edilen Hamsi Yemeği (n: 267)

	Müşteri		Servis Personeli		Aşçı		Yönetici	
Hamsi Yemek Çeşidi	n=233	%	n=11	%	n=11	%	n=12	%
Buğulama	95	40,77	11	100,00	4	36,36	6	50,00
Tavada	167	71,67	9	81,81	9	81,81	12	100,00
Derin Yağda	56	24,03	1	9,09	11	100,00	12	100,00
Izgarada	110	47,21	7	63,63	5	45,45	11	91,66
Yumurtalı	18	7,72	-	-	-	-	-	-
Hamsili Salata	16	6,86	-	-	-	-	-	-
Pilavlı	30	12,87	-	-	-	-	-	-
Sevmem	2	0,85	-	-	-	-	-	-
Bol yağ	-	-	-	-	-	-	1	8,33
Hamsi Kuşu	-	-	-	-	-	-	1	8,33
Hamsi Köftesi	-	-	-	-	-	-	2	16,66

Müşterilerin hangi hamsi yemeğini tercih ettiğini 4 farklı açıdan saptayabilmek adına, müşterilere hangi tip hamsi yemeğini tercih edersiniz, servis personeline müşteriler hangi hamsi yemeğini daha çok sipariş veriyor, aşçıya hamsi yemeklerinden hangisini daha çok pişiriyorsun, yöneticiye ise hamsi yemeklerinden en çok satılan hangileridir soruları sorulmuştur. Bu bağlamda müşterilerin hangi hamsi yemeğini tercih ettiğini 4 farklı açıdan desteklenerek saptanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda ayrı ayrı uygulanan anketler neticesinde soruların sonuçlarının ortalamaları alınarak frekanslarına göre çizelge yapılmıştır. Çizelgeye göre müşteriler tavada (167 kişi), ızgarada (110 kişi) ve buğulama (95

kişi) yapılmış hamsi balığı cevabını vermişlerdir. Servis personeli buğulama (11 kişi), tavada (9 kişi) ve ızgara (7 kişi); aşçı derin yağda (11 kişi), tavada (9 kişi), ızgarada (7 kişi); yönetici ise tavada (12 kişi), derin yağda (12 kişi), ızgarada (11 kişi) cevaplarını vererek müşteriyi tavada ve ızgarada ilk üç tercihleri arasında desteklediklerini belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre müşteriler ilk üç hamsi yemek çeşidi olarak tavada, ızgarada, derin yağda pişirilmiş ve buğulaması yapılmış hamsi balığını 4 farklı açıdan desteklediği saptanmıştır.

Hamsi balığının bahsedildiği üzere birçok şekilde yemeği yapılmaktadır. Yapılan yemek arasında hamsili ekmek, hamsi çorbası, hamsi tatlısı, hamsili pilav, hamsi köftesi, hamsi tava, hamsi buğulama, hamsili salata gibi hamsinin birçok yemek çeşidi yapılmaktadır. Fakat bu çeşitlere rağmen balık lokantalarında buğulama, tava, ızgara gibi kısıtlı yemekler yer almaktadır. Bu yemek çeşitliliğini balık lokantalarında yapıp tüketiciye sunulması hamsi tüketimi ve halkın bilinçlendirilmesi yönünde faydalı olacaktır.

Çizelge 5.35. Balık Lokantalarında Çalışanlara Göre Müşterilerin Hamsi Tercihi (n: 34)

	Servis personeli		Aşçı		Yönetici	
	n=11	%	n=11	%	n=12	%
Öğün						
Öğle	1	9,09	0		4	33,33
Akşam	10	90,90	11	100,00	12	100,00
Aylar						
Kış	9	81,81	10	90,90	12	100,00
İlkbahar	1	9,09	3	27,27	4	33,33
Yaz	0	-	1	9,09	3	25,00
Sonbahar	8	72,72	8	72,72	11	91,66

Müşterilerin hamsi balığını daha çok hangi öğünde ve aylarda yediklerini 3 farklı açıdan saptayabilmek adına, servis personeline hangi öğünde/aylarda daha çok hamsi siparişi veriliyor, aşçıya hangi öğünde/aylarda daha çok hamsi pişiriyorsun, yöneticiye hangi öğünde/aylarda hamsi satışı daha fazla oluyor soruları sorulmuştur. Çalışanlardan bazıları iki şık da işaretlemişlerdir. Bu cevapların ortalamaları alınarak frekansları ile çizelge oluşturulmuştur. Bu bağlamda müşterilerin hangi öğünde/aylarda daha çok hamsi yediklerini saptamak amaçlanmıştır. Çalışmaya katılan servis personeli (10 kişi), aşçı (11 kişi) ve yöneticinin (12 kişi) cevaplarına göre müşterilerin en çok akşam öğününde hamsi balığı

yediğini; servis personeli (9,8 kişi), aşçı (10,8 kişi) ve yönetici (12,11 kişi) ise sırasıyla kış ve sonbahar mevsimi aylarında müşterilerin hamsi balığı yediğini 3 farklı açıdan destekleyerek belirtmişlerdir.

Erdal ve Esengün, 2008 yılında Tokatta yaptıkları çalışmada en yoğun balık tüketim ayının kış ayları olduğunu; Terin vd., 2016 yılında Van'da yapılan çalışmada çalışmaya katılan hanelerin balık tüketimini %84,10 oranında kış aylarında tükettiklerini belirtmişlerdir.

Çizelge 5.36. Balık Lokantalarında Çalışanlara Göre Müşterilerin Hamsi Tercihi (n: 22)

	Servis personeli		Aşçı	
	n=11	%	n=11	%
Hafta İçi	2	18,18	2	18,18
Hafta Sonu	9	81,81	9	81,81

Müşterilerin hamsi balığını daha çok hangi günlerde yediğini 2 farklı açıdan saptayabilmek adına servis personeline hangi günlerde daha çok hamsi siparişi veriliyor, aşçıya hangi günlerde daha çok hamsi balığı pişiriyorsun sorusu sorulmuştur. Verilen cevapların ortalamaları alınarak frekansları ile çizelge oluşturulmuştur. Bu bağlamda müşterilerin hangi günlerde daha çok hamsi yediğini saptamak amaçlanmıştır. Çalışmaya katılan servis personeli (9 kişi) ve aşçı (9 kişi) cevaplarına göre müşterilerin en çok hafta sonu günlerinde hamsi balığı yediği 2 farklı açıdan desteklenerek saptanmıştır.

Çizelge 5.37. Müşterilerin ve İşletmelerdeki Personelin Görüşlerine Göre Hamsiyi Diğer Balıklardan Ayıran Özellikler (n: 267)

Özellikler	Müşteri		Servis personeli		Aşçı		Yönetici	
	n=233	%	n=11	%	n=11	%	n=12	%
Lezzetli	75	32,18	3	27,27	5	45,45	2	16,66
Alışkanlık-Geleneksel	75	32,18	6	54,54	4	36,36	11	91,66
Sağlık	30	12,87	1	9,09	2	18,18	2	16,66
Pratik	19	8,15	4	36,36	8	72,72	6	50,00
Ekonomik	85	36,48	4	36,36	2	18,18	2	16,66
Seviyorum	192	82,40	-	-	-	-	-	-
Çeşitli Pişirme Yöntemleri	10	4,29	-	-	-	-	-	-

Müşterilerin diğer balık çeşitlerinden hamsi balığını ayıran özelliğinin ne olduğunu 4 farklı açıdan saptayabilmek adına; müşterilere, servis personellerine, aşçılara ve yöneticilere

hamsi sizin için ne demektir, hamsiyi diğer balıklardan ayıran en önemli özelliği nedir sorusu sorulmuştur. Verilen cevapların ortalamaları alınarak frekansları ile çizelge oluşturulmuştur. Bu bağlamda tüm personeli de aynı zamanda potansiyel bir müşteri ve tüketici varsayarsak, tüketiciler için hamsi balığının diğer balık çeşitlerinden ayrılan en önemli özelliğinin saptanması amaçlanmıştır.

Müşterilerin yemesi kolay, aşçıların pişirmesi kolay, kılçıksız, servis personelinin satması kolay vb. gibi cevapları pratiklik olarak sınıflandırılmıştır. Verilen cevaplara göre müşteriler için hamsi balığı lezzetli, alışkanlık geleneksel bir lezzet, ekonomik ve sebepsizce seviyorum seçenekleriyle diğer balıklardan ayrılmaktadır. Servis personeli ve aşçı için lezzetli alışkanlık geleneksel lezzet, kolay satılabilir/kolay pişirilir yani pratiklik olarak yönetici için ise alışkanlık geleneksel lezzet ve pratik olması hamsiyi diğer balıklardan ayıran en büyük özelliği olarak ortaya koyulmuştur.

Bu çizelgeye göre hamsiyi diğer balıklardan ayıran en büyük özellikleri; lezzetli olması, alışkanlık geleneksel lezzet olması, ekonomiklik yani fiyatı uygun olması ve sebepsiz diğer balıklardan daha fazla seviyorum seçenekleri olduğu 4 farklı açıdan desteklenerek saptanmıştır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Artan nüfusla beraber insanların alması gereken hayvansal protein ihtiyaçlarının karşılanmasında günden güne önemi artan su ürünleri gelmektedir. Ülkeler arası su ürünleri tüketimi farklılık göstermektedir. Ülkemiz ise kişi başı su ürünleri tüketiminde dünya ortalamasının ve Avrupa'nın altındadır. Üç tarafı denizlerle çevrili bir ülke olmasına rağmen Türkiye, bu ortalama su ürünlerinden yeteri kadar faydalanmadığını göstermektedir.

Balık türleri avlanıldığı zamana göre farklı lezzetlerde olurlar. Balık çeşitlerinden olan hamsi ise Kasım, Aralık, Ocak ve Şubat aylarında en lezzetli olduğu aylardır. Aynı zamanda balıklar yapılarına göre ve pullu pulusuz olmalarına göre sınıflandırılırlar. Hamsi balığı bu sınıflandırmada pullu ve yağlarını kaslarında toplayan balık çeşididir.

Hamsi balığı insan sağlığı bakımından da çok faydalıdır. Elzem amino asitler ve elzem yağ asitleri bakımından oldukça zengindir. Hamsi balığının somut ve somut olmayan kültürel mirasımızda önemli bir yeri vardır. Fakat hamsi ile ilgili yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır.

Bu doğrultuda balık lokantalarına gelen müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmeleri saptamak birçok konuya ışık tutup yardımcı olacağı düşünülmüştür. Bu bağlamda Karadeniz bölgesinden temsilen Giresun ili ve Marmara ilini temsilen Bursa illerindeki balık lokantalarına gelen müşterilere ve bu tür işyerlerinde çalışanlara anket uygulanmıştır.

Çalışmaya katılan personelin %85,29'u erkektir, yarısından fazlası (%52,94) lise mezunu ve çoğunlukla 36-45 yaş aralığındadır. Ortalama 14,17 yıl turizm sektöründe tecrübesi olup 7,41 yıl bulunduğu restoranda çalışmaktadır.

Aşçılara göre müşteriler en fazla tavada, ızgarada ve derin yağda pişirme yöntemini tercih etmektedirler (%72,72, %45,45,%36,36). Aşçılara göre ise hamsi balığı tercihini etkileyen etmenler pratiklik, lezzet ve alışkanlıktan kaynaklanmaktadır.

Servis personelinin cevaplarına göre; en çok sipariş verilen 3 balık çeşidi, hamsi, mezgıt ve levrek balığıdır. Servis personeline göre hamsi kolaylık, ekonomiklik ve alışkanlık

özellikleri ile diğer balıklardan ayrıldığı, en fazla ise tavada kızarma ve buğulama yemeklerinin sipariş verilmektedir.

Aşçılar ve servis personelinin görüşlerine göre müşteriler, çoğunlukla kış mevsiminde, hafta sonları ve akşam öğününde hamsi balığını tüketmektedirler.

Müşteriler en fazla tavada ve derin yağda kızartılarak yapılan hamsi yemeğini tercih etmektedirler. Yöneticilere göre hamsiyi diğer balıklardan ayıran özelliği kolaylık ve alışkanlık olduğu saptanmıştır. En fazla tercih edilen 3 balık, hamsi, mezigit ve palamuttur.

Bursa'da günde ortalama 11,16 kg; Giresun ilinde ise günde ortalama 20,83 kg arasında restoranlarda hamsi satılmaktadır.

Bursa ve Giresun'da çalışmaya katılan müşterilerin (n:233) 98'i kadın, oluşmaktadır. Bu katılımcılardan %54,93'ü lisans mezunudur. Çalışmaya katılanların meslekleri değerlendirildiğinde; %20,17'si memur, %17,16'sı hizmet sektöründe, %65,23'ü 35 yaşın altındadır ve 33,41 yaş ortalamalarına sahiptirler.

İki ildeki katılımcıların çoğunlukla balık kokusunu istemediğinden, evde pişirmenin zorluğundan ve eğlence sosyal yaşam için balık lokantalarını tercih etmektedirler. Bursa ilinde müşteriler çoğunlukla evde balık, pişirmeyi sevmediğinden balık lokantalarını tercih etmektedirler ($p<0,001$).

Bursa ve Giresun ilinde müşteriler vakit geçirmek için balık lokantalarını tercih etmektedirler ($p<0,001$). Eğlence ve sosyal yaşam için balık lokantalarını tercih eden müşterileri baktığımızda Bursa ili ve Giresun ili müşterileri, arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,036$). Bu farklılığın sebebinin Bursa'nın büyükşehir olmasından kaynaklı balık lokantalarına alternatif daha fazla sosyalleşebilecekleri dışarıda vakit geçirebileceği yerler olmasından kaynaklanabilir.

Çalışmaya katılan müşterilerin Hamsi tercihini etkileyen etmenler, hamsinin tadının güzel olması, besin değerinin yüksek olması, sağlık açısından yararlı olması ve yemesinin kolay olması nedeni ile tercih ettiklerinin belirtmişler. İki il bazında Giresun ili müşterileri için tercih nedenin önemli olduğu saptanmıştır ($p=0,001$).

Çalışmaya katılan kadın ve erkek müşteriler yüksek oranda hamsinin tadının güzel olması, besin değerinin yüksek olması ve sağlık açısından yararlı olması nedenleri ile hamsiyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Kadın müşteriler çoğunlukla hamsinin fiyatının uygun olması nedeniyle erkek müşterilere göre hamsiyi daha fazla tercih etmektedirler ($p=0,024$). Müşterilerin en çok tercih ettiği balık çeşidi öncelikle hamsidir (%82,83 hamsi, %44,20 mezgıt, %35,19 palamut ve %17,59 levrek).

Bursa ve Giresun illerindeki kadın(1-2kg) ve erkek(1-3kg) müşterilere göre ortalama aylık hamsi tüketim miktarları anlamlı farklılık bulunmuştur($p<0,001$, $p<0,001$).

Bursa (%46,15) ve Giresun (%29,31) illerindeki müşterilerin balık lokantalarına gidiş sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır($p=0,008$). İller arasında balık lokantalarına yılda 1 ve yılda 3-4 kez gitme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p<0,001$, $p=0,003$).

Bursa ve Giresun illeri arasında balık tüketim sıklıkları arasında anlamlı farklılık vardır($p=0,027$, $p=0,006$, $p<0,001$).

Cinsiyete göre kadın (%11,22) ve erkek (%4,44) müşterilerin 15 günde bir balık tüketim sıklıkları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,049$).

Bursa ve Giresun ilinde tavada pişirme yöntemiyle yapılan hamsi yemeği daha çok tercih edilmektedir. Bursa ilindeki müşteriler ile Giresun ili müşterileri arasında hamsiyi Izgarada pişirme yöntemi tercihi anlamlı yönde farklı bulunmuştur (%58,12, %36,21, $p=0,001$).

Bursa ve Giresun illerindeki hamsi-salata tercih eden müşteriler arasında anlamlı farklılık vardır ($p<0,001$).

Bursa ve Giresun illeri arasında müşterilerin hamsi tercihini etkileyen etmenlerden olan geleneksellik hamsi tercihini etkileyen önemli bir etmendir($p<0,001$).

Hamsi balığını ekonomik olması nedeni ile diğer balıklardan ayrıldığını düşünen müşterilere göre Bursa (%50,43) ve Giresun (%22,41) illeri arasında anlamlı farklılık vardır ($p<0,001$).

Hamsiyi sevmenin, hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özellik olduğunu belirten Bursa ili müşterileri (%65,81) ile Giresun ili müşterileri (%99,14) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,005$).

Hamsiyi diğer balık türlerinden ayıran özelliklerinden alışkanlık-geleneksel lezzet tercihi cinsiyete göre kadınlar (%38,52) ve erkekler (%32,19) arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,038$).

Müşterilerin balık lokantalarında gidiş sıklıkları ile balık tüketim sıklıkları arasında bir ilişki aranmış ve orta düzeyde (0,415) bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Aralarındaki bu ilişki anlamlı bulunmuştur ($p<0,001$). Bu sonuca göre balık lokantalarına giden müşterilerin daha sık balık tüketmektedirler.

Müşterilerin meslekleri ile balık lokantalarına gidiş sıklıkları arasında bir fark gözlenmezken, balık tüketim sıklıkları ile meslekler arasında anlamlı farklılık saptanmıştır ($p<0,001$).

Müşterilerin meslekleri ile balık lokantalarını tercih nedenleri karşılaştırılmıştır. Bu bağlamda meslek gruplarında dışarıda vakit geçirmek için balık lokantalarını tercih eden Öğrencilerin %17,95 ve işçilerin %42,86'sının tercihinden kaynaklı anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,006$).

Ekonomik duruma baktığımızda serbest mesleğe sahip müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=0,007$). Balık lokantalarını daha ekonomik diye tercih eden meslek grupları serbest meslekle uğraşanlar ve memur grubu oluştururken, hizmet sektörü ekonomik neden için balık lokantalarını tercih etmediğini belirtmişlerdir.

Serbest meslek sahipleri ve hizmet sektörü ile uğraşan müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı farklılık bulunmaktadır ($p=0,038$). Memurlar, işçiler ve öğrenciler iş yaşantıları gerektirdiği için balık lokantalarını tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Eğlence ve sosyal

nedene bakıldığında hizmet sektörü, öğrenci işçi ve diğer (ev hanımı-emekli) meslek grubundaki müşterilerin tercihinden kaynaklı anlamlı farklılık bulunmuştur ($p=0,038$).

Çalışmaya katılan müşterilere göre tüm yaş grubu için anlamlı farklılık bulunmamıştır ($p=0,736$).

Müşterilerin yaş ortalamaları ile derin yağda pişirme yöntemi tercihi arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır ($p=0,003$). Bu fark 35 yaş ve altı müşterilerin daha çok derin yağda pişmiş hamsiyi daha çok tercih etmelerinden kaynaklanmaktadır.

Yumurtalı, hamsili salata ve pilavlı hamsi çeşidine baktığımızda da 35 yaş ve altı müşterilerin bu çeşitleri daha çok tercih etmesinden kaynaklı bir fark bulunmuştur ($p=0,002$, $p=0,005$, $p=0,013$).

Çalışmaya katılan müşterilere göre hamsinin tadının güzel olması ile yaşlar arasında anlamlı farkın olduğu bulunmuştur ($p=0,017$). Bu fark 35 yaş altı müşterilerin hamsinin tadının güzel olmasının hamsi tercihini etkilediğini söylemesinden kaynaklanmaktadır.

35 yaş altı müşterilerin hamsiyi diğer balıklara göre daha çok sevmektedir($p=0,038$).

Müşteriler ilk üç hamsi yemek çeşidi tavada, ızgarada ve derin yağda pişirilmiş ve buğulaması yapılmış hamsi balığını seçtikleri 4 farklı açıdan desteklendiği saptanmıştır.

Çalışmaya katılan işletme personellerine göre müşteriler en çok, kış ve sonbahar mevsim aylarında, akşam öğününde hamsi balığı yediği 3 farklı açıdan desteklenmiştir.

Çalışmaya katılan servis personelleri ve aşçılara göre, müşteriler en çok hafta sonu günlerinde hamsi balığı yediği 2 farklı açıdan desteklenmiştir.

Genel olarak; hamsiyi diğer balıklardan ayıran en büyük özellikleri; lezzetli olması, alışılan bir lezzet olması, ekonomiklik yani fiyatı uygun olması vb. diğer balıklardan daha fazla sevilmetedir.

Ülkemizde protein tüketimi oldukça azdır. Bunun yanında özellikle deniz ürünlerinin beslenme alışkanlıklarımız içindeki yeri de oldukça sınırlıdır. Hamsi vb. ucuz olarak

alınabilen balık çeşitlerinin insan sağlığına olumlu katkıları toplumlara anlatılması ile iyi kaliteli protein tüketimi artırılabilir. Bu durum toplum sağlığını da olumlu yönde etkileyebilir.

Farklı ülkeler çok çeşit ürünlerin festivallerini evrensel boyutta pazarlama aracı olarak kullandığı bilinmektedir. Hamsi de evrensel boyutta festivalleri ve turizm destinasyonu olacak bir potansiyele sahiptir. Bunun için de gerekli tüm alt yapı ve algıya sahip bir üründür. Bu özelliklerini gün yüzüne çıkarıp potansiyeli harekete geçirmek için bu ürünler ile ilgili daha fazla alan araştırması ve daha fazla literatür çalışması yapılması (farklı bilim dallarıyla ilişkisi göz önüne alındığında) birçok bilim dalına faydalı olacağı düşünülmektedir.

Buradaki veriler sadece Giresun ve Bursa'daki balık lokantasına giden müşteriler ile sınırlıdır. Aynı çalışma farklı bölgelerde, farklı illerde ve farklı yaş gruplarında da uygulanması faydalı olacaktır.

Bu çalışmada görüldüğü gibi hamsinin besin değeri birçok açıdan diğer balıklara göre daha iyi düzeydedir. Hamsi vb. balık çeşitleri ile ilgili eğitimler düzenlenip hamsi balığını günlük beslenmede daha fazla yer almalıdır. Aynı zamanda balık ve hamsi balığı vb. müzesi açılarak hamsinin bu müze ile faydalarından ve kullanım alanları ile ilgili halkın bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır.

Hamsi balığı çok yönlü kullanılabilecek bir balık çeşididir. Sanayiden ev mutfaklarına, insan beslenmesinden turizm pazarlamasına kadar çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Ayrıca üzerinde durulması gereken Türk mutfağında birçok yemeği yapılmaktadır. Araştırmalara göre balık lokantalarında hamsi balığının sınırlı yemek çeşidi yapıldığı gözlenmiştir. Bu yemek çeşitlerinin arttırılması müşterilerin ve halkın daha fazla balık tüketimini arttıracaktır düşünülmektedir.

Balık çeşitleri ve Hamsi balığı üzerine birçok ilde eğitimler ve konferanslar düzenlenmelidir. Hamsi yemeklerinden halka yönelik workshoplar düzenlenerek hamsi yemek çeşitlerini halka tanıtip hamsi talebini ve kullanım çeşitlerinin arttırılmasının, toplam su ürünleri tüketimine ve sağlıklı beslenmede faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdikoğlu, İ. D. (2015). *Tekirdağ İlinde Balık Tüketim Eğilimlerinin Belirlenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Acar, N. (2004). *Doymamış Yağ Asidi İçeren Sıvı Yağlarla Beslenen Ratlarda Vitamin E İlavesinin Lipid Peroksidasyonuna Etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Akbay C., Meral Y., Yılmaz, H. İ., Gözek S. (2013). Türkiye’de Ailelerin Su Ürünleri Tüketiminin Ekonomik Analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Doğa Bilimleri Dergisi*, 16(3), 1-7.
- Akkor, M.Ö.(2009). *Bursa Mutfağı*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 4-10.
- Anıl, N.(1985). Kokusu Giderilmiş Hamsi Kıymasının Derin Dondurucuda Saklanması, Dondurmanın Mikrobiyolojik ve Kimyasal Kalitesi Üzerinde Araştırmalar. *Selçuk Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 1, 26.
- Arıman Karabulut, H., Yandı, İ. (2006). Su Ürünlerindeki Omega-3 Yağ Asitlerinin Önemi ve Sağlık Üzerine Etkisi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(1/3), 339-342.
- Arslan, M., İzci, L. (2016). Antalya İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 12(1), 75-85.
- Aydın, M., Karadurmuş, U. (2013). Trabzon ve Giresun Bölgelerindeki Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları. *Ordu Üniversitesi Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 3(9), 57-71.
- Babür, E.T., Gürbüz, Ü. (2015). Geleneksel Pişirme Yöntemlerinin Et Kalitesine Etkileri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 58-64.
- Balçık Mısır, G., Kutlu, S., Ayyıldız, H. (2015). Fish Consumption Preferences of Consumers in Trabzon, Turkey. *Yunus Araştırma Bülteni*, 2, 45-57.
- Balık, I., Yardımcı, C., Turhan, O. (2013). Ordu İli Fatsa ve Aybastı İlçelerinde Balık Tüketim Alışkanlıklarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi. *Ordu Üniversitesi Bilim Teknik Dergisi*, 3(2), 18-28.
- Barlas, Ş.(1968). Dünya Balık İstihali 56.3 Milyon Tonu Bularak 1966 Yılı İçin Yeni Bir Rekora Ulaştı. *Balık ve Balıkçılık Dergisi*, 4, 21.
- Bashimov, G. (2017). Niğde İlinde Balık Eti Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 4(2), 196–204.
- Baysal, A., Keçeçioğlu, S., Arslan, P., Yücecan, S., Pekcan, G., Güneyli, U. ve diğerleri. (1991). *Besinlerin Bileşimleri* (3.Bası). Ankara: Yeniçağ Matbaa, Türkiye Diyetisyenler Yayını, 1-53.

- Beyazbayrak, Z. (2014). *Kahramanmaraş İli Merkez İlçede Balık Tüketim Alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Bolat, Y., Cevher, H. (2018). Konya İli (Türkiye) Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Anket Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 14(3), 241-252.
- Boran, G., Albayrak, N.(2004). *Karadeniz Bölgesinin Yöresel Hamsi Yemekleri ve Hamsinin Besin Miktarındaki Mevsimsel Değişim*. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, Van.
- Burger, J. Fleischer J., Gochfeld, M. (2003). Fish, Shellfish, and Meat Meals of The Public in Singapore. *Environmental Research*, 92 (3), 254-261.
- Cevger, Y., Aral, Y., Demir, P., Sariözkan, S. (2008). Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi İntern Öğrencilerinde Hayvansal Ürünlerin Tüketim Durumu Ve Tüketici Tercihleri. *Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 55, 189-194.
- Çakmakçı, S., Tahmas Kahyaoğlu, D. (2012). Yağ Asitlerinin Sağlık ve Beslenme Üzerine Etkileri. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 5 (2), 133-137.
- Çiçek, E., Akgün, H., İlhan, S. (2014). Elazığ İli Balık Eti Tüketim Alışkanlığı ve Tercihinin Belirlenmesi. *Yunus Araştırma Bülteni*. 1: 3-11.
- Çolakoğlu, F.A., İşmen, A., Özen, Ö., Çakır, F., Yığın, Ç. ve Ormancı, H.B. (2006). Çanakkale İlindeki Su Ürünleri Tüketim Davranışlarının Değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(3), 387-392.
- Demirel, H., Ayyıldız, S. (2017). Mutfak Kültürü ve Değişimi; Giresun İli Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 280-298.
- Demirel, H., Baydan, S. (2017). Bursa Yeme İçme Kültürü ve Değişimi Üzerine Bir Alan Araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 343-358.
- Dikel, S. (2009). Su Sıcaklığının Balık Yetiştiriciliğine Etkisi. *Alinteri Zirai Bilimler Dergisi*, 16, 44.
- Doğan, K., Gönülal, O. (2014). Gökçeada Balık Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi ve Sosyo-Ekonomik Analizi. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 29-1, 101-116.
- Duman, M., Dartay, M. (2018). Avcılık ve Kültür Yoluyla Elde Edilen Balıkların Tüketim Tercihleri: Elazığ İli Örneği. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 35(3), 305-310.
- Düzgüneş, E. (2010, 17-18 Haziran). Hamsinin Karadeniz Kültüründeki Yeri ve Hamsi Avcılığının Tarihsel Gelişimi. *I. Ulusal Hamsi Çalıştayı Sürdürülebilir Balıkçılık Bildiri Kitabı* içinde (ss.7-13). Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Trabzon.
- Elbek, A.G., Emiroğlu, D., Saygı, H. (1999). İzmir İlinde Su Ürünleri Tüketimi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi Yayınları*, No: 57, İzmir.

- Erdal, G., Esengün, K. (2008). Tokat İlinde Balık Tüketimini Etkileyen Faktörlerin Logit Model ile Analizi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 25(3): 203-209.
- Erdoğan Sağlam N., Özbek G., Düzgüneş E. (2016). Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Deniz Balıkçıların Sosyo-Ekonomik Yapısı. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*. Sayı, 33-3, 259-260
- Erdoğan Sağlam, N., Samsun, S. (2018). Yozgat İli Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 14(1), 9-16.
- Ertürk, N.(2015). *Türk Mutfak Sanatları*. 10.basım. İstanbul: Remzi Kitapevi, 104.
- Fidanbaş, Z.U.C., Bilgin, Ş., Ertan, Ö.O. (2015). Bazı Deniz Balıklarının Aminoasit - Yağ Asiti İçerikleri ve Beslenme Açısından Önemi. *Eğirdir Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 11(2), 45-59
- Genç, Y.(2007). Son 20 Yılda Türkiye'deki Hamsi Avcılığı. *Yunus Araştırma Bülteni*, 7:2.
- Goloğlu, S.(2009). *Fen Eğitiminde Sosyo-Bilimsel Aktivitelerle Karar Verme Becerilerinin Geliştirilmesi: Dengeli Beslenme*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gök, S. A., Ceyhun Sezgin, A., Yıldırım, F.(2017). Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Aydın Gastronomi Dergisi*, 1(62), 61-70.
- Gökçe, N.(2016). Türkiye'de Yöresel Mutfaklar., Zencir, E. (Editör). *Yöresel Mutfaklar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi. 5.
- Gökdemir, A. (2009). *Mutfak Hizmetleri Yönetimi*. Ed. A. Sökmen. Ankara: Detay Yayıncılık. 5-6.
- Güldemir, O., Haklı, G., Işık, N.(2018). Türk Mutfağı'nda Kahvaltıda Tüketilen Çorbalar ve İllere Göre Dağılımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 56-66.
- Gülyavuz, G., Yasan Ataseven, Z., Nihal Gülaç, Z. (2014). Su Ürünleri Tüketiminde Tüketici Tercihlerini Etkileyen Faktörler: Ankara İli Örneği. *Yavuz Araştırma Bülteni*, 1, 73-74.
- Güngör, E.S., Ceyhun, S.B. (2017). Erzurum ve Van İllerindeki Balık Tüketimi ve Tüketici Tercihleri Üzerine Bir Araştırma. *Alınları Ziraat Bilimler Dergisi*, 32(2), 1-10.
- Gürel, E., Doğan, H.G., Polat, S., Yeşilayer, N., Buhan, E. (2017). Ağrı İli Merkez İlçede Yaşayan Bireylerin Balık Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 6(3), 26-35.
- Gürsoy, D.(2011). *Kuzeyden Güneye...Doğudan Batıya Yöresel Mutfaklarımız*. 4.Baskı. İstanbul: Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık, 136-177.

- Hatırlı, S.A., Demircan, V., Aktaş, A.R. (2004). Isparta İlinde Ailelerin Balık Tüketiminin Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 9(1), 245-256.
- İnat, G., Pamuk, Ş., Sırken, B., Demirel Yağmur N.(2013). Tüketime Hazır Tuzlanmış Hamsi Balıklarının (Engraulis encrasicolus) Mikrobiyolojik Ve Kimyasal Kalitelerinin Belirlenmesi. *Veteriner Hekim Dergisi*, 84, 26.
- İnternet: Diyetasistan. Hamsi Çiğ Kaç Kalori. <https://www.diyetasistan.com/hamsi-cig-kac-kalori.html>. Erişim: 18.12.2018,
- İnternet: Giresun Kultur Turizm. Giresun Mutfağı. <http://www.giresunkulturturizm.gov.tr/TR-208450/giresun-mutfagi.html>. Erişim: 15.12.2018,
- İnternet: Salibahtiyar. Trol-Gırgır-Parakete Nedir. Erişim: 28.07.2018, https://salibahtiyar.tr.gg/Trol_G%26%23305%3Brg%26%23305%3Br_Parakete-Nedir.htm, Erişim: 28.07.2018,
- Kabacık, M.(2016). Karadeniz Bölgesi'nin Karadeniz Bölgesinin Yöresel Mutfağı., Zencir, E. (Editör). *Yöresel Mutfaklar*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 143-155.
- Karadere, Y.(2018). Kişilerarası İletişim Sürecinde İzafiyet Teorisi'nin Rolü, Soma Kömür Madeni Faciasının Farklı Gazete Haberlerinde İşleniş Farklılıkları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1, 332.
- Karakaya, E., Çelik, Ş., Taysi, M.R. (2018). CHAID Algoritması ile Balık Eti Tüketimini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 35(2), 85-93.
- Karakaya, E., Kırıcı, M. (2016). Bingöl İli Kent Merkezinde Balık Eti Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6(1), 74-85.
- Kaya, Y., Duyar, H. A., Erdem, M. E. (2004). Balık Yağ Asitlerinin İnsan Sağlığı İçin Önemi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 21(3-4), 365-370.
- Kızılaslan, H., Nalinci, S. (2013). Amasya İli Merkez İlçedeki Hane halkının Balık Eti Tüketim Alışkanlıkları ve Balık Eti Tüketimini Etkileyen Faktörler. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, 5, 61-75.
- Koçak, H. (2012). Yiyecek Hazırlama ve Pişirme Uygulamaları - Amasya Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 13-23.
- Kolsarıcı, N., Özkaya, Ö. (1998). Gökkusagı Alabalığı (Salmo gairdneri)'nın Raf Ömrü Üzerine Tütsüleme Yöntemleri ve Depolama Sıcaklığının Etkisi. *Turkish. Journal of Veterinary and Animal Sciences*, 22, 273-284.
- Konukoğlu, D.(2008). Omega-3 Ve Omega-6 Yağ Asitlerinin Özellikleri, Etkileri ve Kardiyovasküler Hastalıklar İle İlişkileri. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 3, 124.

- Kuru, M. (2004). Türkiye İçsu Balıklarının Son Sistematik Durumu. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(3), 1-21.
- Küçükkömürler, S., Yıldırım, F. (2018, 7-11 Kasım). Türk Mutfak Kültüründe Hamsinin Yeri ve Önemi. *II. Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (ss.196-206). *Türk Bilim Dergisi*, Aralık Özel Sayısı, Şanlıurfa.
- Leek, S., Maddock, S., Foxall, G. (2000). Situational Determinants of Fish Consumption. *British Food Journal*, 102: 18–39.
- Menteşe, C.M.(2016).*Tunceli İli Merkez İlçede Ailelerin Balık Tüketim Tercihlerinin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Tunceli Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tunceli.
- Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilme Projesi(MEÖSGP). (2006). *Et Yemekleri I*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 1-46.
- Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilme Projesi(MEÖSGP). (2015). *Denizcilik, Yemek Pişirme*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 1-65.
- Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi (MEÖSGP). (2006). *Balıklar*. Ankara: T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, 1-50.
- Nash, D.A., Bell, F.W. (1969). An Inventory of Demand Equations for Fishery Products, *Bureau of Commercial Fisheries, U.S. Department of Commerce*, working paper no: 10.
- Odabaşı, Y. (2016). *Su Ürünleri Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma: Diyarbakır İli Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi, Ordu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ordu.
- Oğuzhan, P., Angiş, S., Atamanalp, M. (2009). Erzurum İlindeki Tüketicilerin Su Ürünleri Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *XV. Ulusal Su Ürünleri Sempozyumu*, 01-04 Temmuz, Rize.
- Oğuzhan, P., Angiş, S. (2009). Karadeniz’deki Hamsi Balığı (*Engraulis encrasicolus* L.)’nın Bazı Populasyon Parametreleri Üzerine Bir Araştırma. *XV. Ulusal Su Ürünleri Sempozyumu*, 2.
- Olgunoğlu, İ. A., Bayhan, Y.K., Olgunoğlu, M.P., Artar, E., Ukav, İ. (2014). Adıyaman İlinde Balık Eti Tüketim Alışkanlıklarının Belirlenmesi. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 9(1), 21-25.
- Orhan, H., Yüksel, O. (2010). Burdur İli Su Ürünleri Tüketimi Anket Uygulaması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 1-7.
- Öksüz, A., Alkan, Ş. B., Taşkın, H., Ayrancı, M. (2017). Yaşam Boyu Sağlıklı ve Dengeli Beslenme İçin Balık Tüketiminin Önemi. *Food and Health*, 4(1): 43-62.
- Özer, E.A., Dede, S., Dursun, A., Avşar, Y.K.(2016). Gıda Piramitleri., Güzel-Seydim, Z.B.(Editör). *Fonksiyonel Beslenme*. 1. Baskı. Sidas yayınları, s.13-14.

- Özel, S., Kutlu, A., Yaşayan, S., Küçükaras, H., Özdemir, K. (2012). *Türkçe Sözlük*. 3.Basım. Ankara: Dil Derneği Yayınları, s.9-1939.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Perez-Cueto, F., Brunso, K., DeHenauw, S. (2008). Fish Consumption and Its Motives in Households with Versus Without Self-Reported Medical History of CVD: A Consumer Survey From Five European Countries. *BioMed Central Public Health*, 8(1), 306.
- Pieniak, Z., Verbeke, W., Scholderer, J. (2010). Health-Related Beliefs and Consumer Knowledge As Determinants of Fish Consumption. *Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 23(5), 480-488.
- Pippin, K., Morrison, W.R. (1975). Retail Market Potential for Farm-Cultured Catfish, *Arkansas Agricultural Experiment Station Bulletin* 799, Department of Agricultural Economics and Rural Sociology, University of Arkansas, Fayetteville.
- Polat, N., Zengin, M., Gümüş, A.(2011). İstilacı Balık Türleri ve Hayat Stratejileri. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 4, 70-71.
- Purcell, J.C., Raunika, R. (1968). Analysis of Demand, Fish and Shellfish. *Bureau of Commercial Fisheries, U.S. Department of Commerce, Research Bulletin* No. 51, Washington, D.C.
- Rodolfo, M., Nayga, J., Capps, O. (1995). Factors Affecting The Probability of Consuming Fish and Shellfish in The Away From Home and At Home Markets. *Journal Agriculture and Applied Ecology*, 27, 161-171.
- Sarı, M., Demirulus, H., Söğüt, B. (2000, 28-30 Haziran). Van İlinde Öğrencilerin Balıketi Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Doğu Anadolu Bölgesi IV. Su Ürünleri Sempozyumu*, Erzurum, 627-637.
- Satılmış, H. H., Bat, L.(2010). Planktondaki Hamsi. *Yunus Araştırma Bülteni*, 10, 2.
- Saygı, H., Saka, Ş., Fırat, K., Katağan, T.(2006). İzmir Merkez İlçelerinde Kamuoyunun Balık Tüketimi ve Balık Yetiştiriciliğine Yaklaşımı. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(1 2), 133-138.
- Sayılı, M., Esengün, K., Kayım, M., Akça. H. (1999). The Econometric Analysis of The Factors Affecting Fish Consumption in Tokat Center County. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi*, 16, 9-27.
- Süren, T.(2016). *Ev Dışı Et Tüketimi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Şahin, K., Bağcı, H.R., Özlü, T., Usta, S. (2017). Bulancak'da (Giresun) Coğrafi Özelliklerin Yemek Kültürüne Etkileri. *Studies Of The Ottoman Domain*, 7(13), 248-265.
- Şahin, O. (2018). *Bazı Balık Yağı Kapsüllerinin Yağ Asiti ve Ağır Metal Düzeylerinin Araştırılması*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.

- Şahinöz, E., Doğu, Z., Aral, F. (2017). Türkiye’de ve Dünya’da Su Ürünlerinin Mevcut Durumu. *Kent Kültürü ve Yönetimi Hakemli Elektronik Dergisi*, 10(4), 466- 476.
- Şanlıer, N., Bölükbaşı H.(2016). Krill Yağı ve Sağlık İlişkisi. *Omega Yağ Asitleri ve Sağlık Üzerine Etkileri*, Ankara Eczacı Odası, 12.
- Şanslı, Ş., Saygı, H. (2001). Su Ürünleri Tüketimi İçin Bir Ekonometrik Model. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 18, 383-390.
- Şen, B., Canpolat, Ö, Sevim, A. F., Sönmez, F. (2008). Elazığ İlinde Balık Eti Tüketimi. *Fırat Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 20(3), 433-437.
- Şengül, S., Türkay, O. (2017). *Türkiye’nin Yöresel Mutfaqları* (1.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık. s. 90-96.
- T.C. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı. (2019). *Su Ürünleri İstatistikleri*. Ankara: Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü, 1-21.
- Terin, M., Hamamcı, G., Gül, T., Terin, S. (2016). Van İli Kentsel Alanda Hanelerin Balık Tüketim Yapısı ve Satın Alma Davranışlarının Belirlenmesi. *Su Ürünleri Dergisi*, 33(3), 241-249.
- Timur, M., Doğan, K.(2000). Düünden Bugüne İstanbul Balık Hali ve Marmara Hamsisi. *İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletim Gazetesi*, 63, 1-2.
- Turan, H., Kaya, Y., Sönmez, G. (2006). Balık Etinin Besin Değeri ve İnsan Sağlığındaki Yeri. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(1/3), 505-508.
- Turhan, Ş., Vural, H., Erdal, B. (2013). Bursa Tarımının Sosyo-Ekonomik Yapısının Analizi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(1) , 27-38.
- Uran, H.(2006). *Farklı Pişirme Yöntemlerinin Hamsi Balığının Besinsel ve Kalite Özelliklerine Etkisinin İncelenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Uzundumlu, A. S., Sezgin, A., Tekin, M. H. (2016). Balık eti Tüketim Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Hakkari İli Örneği. *Alınları Ziraat Bilimler Dergisi*, 31, 9-17.
- Üner, S.(1960). Hamsi. *Et ve Balık Kurumu Balık ve Balıkçılık Dergisi*, 8(1-2), 8-10.
- Üstündağ, C.(2010).Hamsili Kitaplardan Hamsili Yemekler. *Yunus Araştırma Bülteni*, 10(2), 22-24.
- Üstündağ, E.(2010). İçinden Hamsi Çıkan Kitaplar. *Yunus Araştırma Bülteni*, 10(2), 18-21.
- Verbeke, W., Vanhonacker, F., Sioen, I., Camp, J.V., De Henauw, S. (2004). Perceived Fish Importance of Sustainability and Ethics Related To: A Consumer Behavior Perspective. *Ambio*, 36(7), 580-585.
- Verbeke, W., Vanhonacker, F., Sioen, I., Van Camp, J., DeHenauw, S. (2007). Perceived Importance of Sustainability and Ethics Related to Fish: A Consumer Behavior Perspective. *AMBIO: A Journal of the Human Environment*, 36(7), 580-585.

Yücel, Ş., Baki, B., Kasa, M., Demir, F. (2017). Sinop'ta 2012-2013 Avcılık Sezonunda Satışa Sunulan Balık Türlerinin Fiyat Yönünden İncelenmesi. *Türk Tarım - Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 5(11), 1290-1294.

Yüksel, F., Karaton Kuzgun, N., Özer, E. İ. (2011). Tunceli İli Balık Tüketim Alışkanlığının Belirlenmesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2(5), 28-36.





EK-1. Yöneticiye Yönelik Anket

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Balık Restoranlarında Tüketici Tercihinde Hamsinin Yeri ve Öneminin” belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Elde edilecek veriler, bu çalışmanın dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Vereceğiniz samimi yanıtlar sonuçların güvenilirliği bakımından önem taşımaktadır. İlgi ve katkınız için teşekkür ederim.

Demografik Özellikler

1.Cinsiyet () 1.1.Kadın () 1.2.Erkek

2. Yaş

3.Eğitim Durumu

() 3.1.Okuma-Yazma biliyor

() 3.2.İlkokul Mezunu

() 3.3.Ortaokul Mezunu

() 3.4. Lise Mezunu

() 3.5. Yüksekokul ve ya lisans Mezunu

() 3.6. Diğer

4.Turizm sektöründe çalışma süreniz

5.Bu restorandaki kaç yıldan beri çalışmaktasınız

6.En çok satılan üç balığın adı nedir 6.1..... 6.2..... 6.3.....

7.Diğer balık çeşitlerine göre müşterilerin hamsi balığı tercihi nasıldır(Gelen 100 müşteriden kaç tanesi hamsi balığı istemektedir?)

()%1-40 ()%41-70 ()%71-100

8.Hamsiyi nereden temin ediyorsunuz

()8.1. Hal/ Toptancı

()8.2.Pazardan

()8.3.Kendi imkânlarımla

()8.4. Diğer

9.Hangi sıklıkla hamsi satın alırsınız

()9.1.Günlük

()9.2.Haftalık

()9.3.Aylık

()9.4.Diğer

10.Hangi aylarda hamsi satın alırsınız() Ocak () Şubat () Mart () Nisan () Mayıs () Haziran () Temmuz () Ağustos () Eylül () Ekim

() Kasım () Aralık

11.Restoranda günlük hamsi satışı ne kadar.....

12.Hangi öğünlerde hamsi satışı daha fazla olur () öğle ()akşam

13.Hamsi yemeklerinden en çok satılanlar hangileridir(ilk 3)

()13.1.....

()13.2.....

()13.3.....

14.Hamsi balığını diğer balık çeşitlerinden ayıran özelliği nedir?

()Lezzetli () Alışkanlık-geleneksellik-kültür () Pratiklik- Yeme hazırlama pişirme kolaylığı () Seviyorum

() Kar payı yüksek

EK-2. Aşçıya Yönelik Anket

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Balık Restoranlarında Tüketici Tercihinde Hamsinin Yeri ve Öneminin’ belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Elde edilecek veriler, bu çalışmanın dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Vereceğiniz samimi yanıtlar sonuçların güvenilirliği bakımından önem taşımaktadır. İlgi ve katkınız için teşekkür ederim.

Demografik Özellikler

1.Cinsiyet ☐ 1.1.Kadın ☐ 1.2.Erkek

2. Yaş

3.Eğitim Durumu

☐ 3.1.Okuma-Yazma biliyor

☐ 3.2.İlkokul Mezunu

☐ 3.3.Ortaokul Mezunu

☐ 3.4. Lise Mezunu

☐ 3.5. Yüksekokul ve ya lisans Mezunu

☐ 3.6. Diğer

4.Turizm sektöründe çalışma süreniz

5.Bu restorandaki kaç yıldan beri çalışmaktasınız

6.Hamsi pişirme yöntemlerinden hangisini daha çok uyguluyorsunuz. Önem sırasına göre belirtiniz.

☐ 6.1.Tavada (az yağda)

☐ 6.2.Izgarada

☐ 6.3.Buğulama

☐ 6.4.Derin yağda Kızartma

☐ 6.5.Diğer

7.Hangi günlerde daha çok hamsi pişiriyorsunuz(Günleri işaretleyiniz)

☐ Pazartesi ☐ Salı ☐ Çarşamba ☐ perşembe ☐ Cuma ☐ C.ertesi ☐ Pazar

8.Hangi öğünde daha çok hamsi pişiriyorsunuz ☐ Öğle ☐ akşam

9.Hangi aylarda daha çok hamsi pişiriyorsunuz (Ayları işaretleyiniz)

☐ Ocak ☐ Şubat ☐ Mart ☐ Nisan ☐ Mayıs ☐ Haziran ☐ Temmuz ☐ Ağustos ☐ Eylül ☐ Ekim

☐ Kasım ☐ Aralık

11.Sizce diğer balıklara göre hamsi hangi açıdan farklıdır

☐ Lezzetli ☐ Alışkanlık-geleneksellik-kültür ☐ Pratiklik- Yeme hazırlama pişirme kolaylığı ☐ Seviyorum

12.Diğer balıklara göre müşterilerin hamsi balığını tercih durumu nasıldır

☐ %1-%40 kötü ☐ %41- %70 orta ☐ %71-%100 iyi

13.Bir porsiyon hamsi kaç gr.....

EK-3. Servis Personeline Yönelik Anket

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Balık Restoranlarında Tüketici Tercihinde Hamsinin Yeri Ve Öneminin” belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Elde edilecek veriler, bu çalışmanın dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Vereceğiniz samimi yanıtlar sonuçların güvenilirliği bakımından önem taşımaktadır. İlgi ve katkınız için teşekkür ederim.

Demografik Özellikler

1.Cinsiyet () 1.1.Kadın () 1.2.Erkek

2. Yaş

3.Eğitim Durumu

() 3.1.Okuma-Yazma biliyor

() 3.2.İlkokul Mezunu

() 3.3.Ortaokul Mezunu

() 3.4. Lise Mezunu

() 3.5. Yüksekokul ve ya lisans Mezunu

() 3.6. Diğer

4.Turizm sektöründe çalışma süreniz

5.Bu restorandaki kaç yıldan beri çalışmaktasınız

6.Müşterilerin gelir durumu nasıldır () kötü () orta () iyi

7.Müşterilerin hamsi yeme sıklığı nasıl() %1-%40 kötü () %41- %70 orta () %71-%100 iyi

8.En çok sipariş verilen 3 balık ismi nedir

()8.1.....()8.2.....()8.3.....

9.Müşteriler hamsi için pişirme yöntemlerinden hangisini daha çok sipariş veriyor. Önem sırasına göre belirtiniz.

()9.1.Tavada (az yağda)

()9.2.Izgarada

()9.3.Buğulama

()9.4.Derin yağda Kızartma

()9.5.Diğer

10.Hangi günlerde daha çok hamsi sipariş veriliyor(Günleri işaretleyiniz)

() Pazartesi () Salı () Çarşamba () perşembe () Cuma () C.ertesi () Pazar

11.Hangi öğünde daha çok hamsi sipariş veriliyor()Öğle () Akşam

12.Hangi aylarda daha çok hamsi sipariş veriliyor (Ayları işaretleyiniz)

() Ocak () Şubat () Mart () Nisan () Mayıs () Haziran () Temmuz () Ağustos () Eylül () Ekim

() Kasım () Aralık

13.Diğer balık türlerine göre hamsi tercih oranı nasıldır

()13.1.Nadiren tercih ediliyor

()13.2.Çok az tercih ediliyor

()13.3.Sık tercih ediliyor

()13.4.Çok fazla tercih ediliyor

14.Sizce diğer balıklara göre hamsi hangi açıdan farklıdır

()Lezzetli () Alışkanlık-geleneksellik-kültür () Pratiklik- Yeme hazırlama pişirme kolaylığı () Seviyorum () Satması kolay

15.Hangi tip müşteriler daha fazla hamsi siparişi vermektedir

() Kadın-iyi () Kadın -orta () Kadın -kötü () Bay-iyi () Bay-Orta () Bay-kötü

EK-4. Müşteriye Yönelik Anket

Sayın Katılımcı,

Bu çalışma “Balık Restoranlarında Tüketici Tercihinde Hamsinin Yeri ve Öneminin” belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Elde edilecek veriler, bu çalışmanın dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacaktır. Vereceğiniz samimi yanıtlar sonuçların güvenilirliği bakımından önem taşımaktadır. İlgî ve katkınız için teşekkür ederim.

Demografik Özellikler

1.Cinsiyet () 1.1.Kadın () 1.2.Erkek

2. Yaş

3.Eğitim Durumu

() 3.1.Okuma-Yazma biliyor

() 3.2.İlkokul Mezunu

() 3.3.Ortaokul Mezunu

() 3.4. Lise Mezunu

() 3.5. Yüksekokul ve ya lisans Mezunu

() 3.6. Diğer

4.Boyunuz.....

5.Kilonuz.....

6.Hangi sektörde çalışmaktasınız(mesleğiniz nedir)

() Serbest () Sağlık () Ev hanımı () Emekli () Öğrenci () Memur () Hizmet sektörü () İşçi

7.Bu restorana kaç yıldan beri gelmektesiniz?

8.Balık lokantalarına gidiş sıklığınız nedir

()8.1.Haftada birden fazla

()8.2.Haftada bir

()8.3.15 günde bir

()8.4.Ayda bir

()8.5.Diğer.....

9.Balık lokantalarını neden tercih ediyorsunuz?(Birden fazla sık işaretleyebilirsiniz)

()9.1.Evde pişirmek zor

()9.2.Evde pişirmek zaman alıyor.

()9.3.Balık kokusu evde sevilmiyor.

()9.4.Balık pişirmeyi sevmiyorum.

()9.5.Balık pişirmeyi bilmiyorum

()Aile bireyleri ile birlikte dışarıda vakit geçirmek

()Ev halkı balık sevmiyor

()Alkol meze birlikte

()Zaman tasarrufu

()Lezzet ve sağlık

()Ekonomik

()İş yaşamı ile alakalı

()Eğlence sosyal yaşam keyif sosyalleşmek

10.Balık tüketim sıklığınız nasıl

()10.1. Her gün balık tüketirim

()10.2. Günübir balık tüketirim

()10.3. Haftada bir balık tüketirim

()10.4. Ayda bir balık tüketirim

()10.5. Çok nadir balık tüketirim

()10.6. 15 günde 1 balık

()10.7. 2-3 ayda 1 balık tüketirim

11-En çok sevdiğiniz üç balık çeşidi nedir?1-.....2-.....3-.....

12- Hangi tip hamsi yemeğini tercih edersiniz. (En sevdiğiniz 2 tanesi işaretleyiniz)

()13.1. Buğulama ()13.2.Tavada (Az yağda)()13.3.Derin yağda kızartma()13.4. Izgara()13.5. Salatalı()13.6.Pilavlı()13.7.Sevmem

14.Ayda ortalama hamsi tüketim miktarınız.....

15. Hamsi tercihini etkileyen etmenler

HAMSİ'NİN	ÇOK ÖNEMLİ (3)	ÖNEMLİ (2)	ÖNEMSİZ (1)
Tadı güzel			
Kokusu güzel			
Piştirilmesi kolay			
Besin değeri yüksek			
Sağlık açısından çok yararlı			
Fiyatı uygun			
Yemesi kolay			
Eskiden gelen alışkanlık			

16.Hamsi sizin için ne demektir, hamsinin diğer balıklardan ayrılan en önemli özelliği nedir?

()Lezzetli () Alışkanlık-geleneksellik-kültür () Pratiklik- Yeme hazırlama pişirme kolaylığı () Seviyorum () Satması kolay

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı : YILDIRIM, Fatih
 Uyuğu : T.C.
 Doğum tarihi ve yeri : 20.04.1994 / OSMANGAZİ
 Medeni hali : Bekar
 Telefon : 0538 5147935
 e-mail : fatih.yildirim@faruksarac.edu.tr

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Yüksek lisans	GAZİ ÜNİVERSİTESİ	2019
Lisans	GAZİ ÜNİVERSİTESİ	2016
Lise	BAOTML	2012

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2017-Halen	Faruk Saraç Tasarım Myo	Öğretim Görevlisi
2016	Atatürk Mesleki Ve T.A.L.	Stajyer Öğretmen
2015	Kültür ve Turizm Bakanlığı	Stajyer
2013	Holiday Inn Otel Bursa	Aşçı
2012	Kayseri Mutfağı Bursa	Aşçı
2011	Holiday Inn Otel Bursa	Mutfak Komisi
2010	Kafkas Restoran Sönmez	Servis Komisi

Yabancı Dil

İngilizce

Yayınlar

- 2.Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi, Urfa. Türk Mutfak Kültüründe Hamsinin Yeri ve Önemi.

- İstanbul Aydın Gastronomy Dergisi Yıl 1 Sayı 1 Ocak 2017- Gastronomi Alanında Maraş Tarhanasının Değerlendirilmesi

Hobiler

Yemek yapmak, yemek yaptırmak, yemek yemek, Gastronomi gezileri yapmak.





GAZİLİ OLMAK AYRICALIKTIR...

