

Alakart Restoran Menülerinde Balık Yemeği Tercihlerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma: Mersin Örneği (A Comparative Study on Fish Dish Preferences in A la Carte Restaurant Menus: The Case of Mersin)

Ozan GÜLER^a, *Neslihan ŞİMŞEK^a, Gürkan AKDAĞ^a, Simge AKYEL ASLAN^b

^a Mersin University, Faculty of Tourism, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Mersin/Turkey

^b Mersin University, Institute of Social Sciences, Department of Gastronomy and Culinary Arts, Mersin/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 16.10.2021

Kabul Tarihi: 06.12.2021

Anahtar Kelimeler

Balık tüketimi

Restoran balık siparişi

Mersin

Öz

Bu araştırmanın amacı, tüketicilerin alakart restoranlardaki menüler içerisinde yer alan balık yemeklerine yönelik tercih önceliklerini belirlemektir. Bu amaca ulaşabilmek adına restoran müşterilerinden, balık, tavuk ve kırmızı et yemeklerinden oluşan dokuz yemek kartını, en çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru (1'den 9'a doğru) sıralamaları istenmiştir. Bu kapsamda, 01.12.2019 ile 25.12.2019 tarihleri arasında 218 restoran tüketicisinden elde edilen veriler doğrultusunda, betimleyici analizler ve fark testi analizleri gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Mersin'deki restoran tüketicilerinin öncelikli sipariş verme niyetinde oldukları yemeklerin kırmızı et yemekleri olduğu, balık ürünlerinden sadece Izgara Levrek Kase'nin dokuz yemek içerisinde beşinci sırada olduğu, buna karşın, Somon ve Dil Balığı Çökertme'nin tercih sıralamasında son sıralarda kaldığı bulgulanmıştır. Balık ürünlerinin diğer et ürünleri ile karşılaştırılmasına dayalı fark testleri sonucunda, tüketiciler nezdinde Izgara Levrek Kase'nin çeşitli kırmızı et ve tavuk eti yemeklerine ikame olabileceği görülmüştür. Sonuç olarak Mersin'de dünya mutfak lezzetlerini sunan alakart restoranlarda kırmızı etin ve tavuk etinden hazırlanan menülerin baskın tercih olduğu, balık tercihi konusunda levrek gibi aşına olunan balıkların tercih edilmeye daha yakın olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan hareketle denize kıyısı olma gibi coğrafi unsurların önemi olmakla birlikte tüketicilerin yemek tercihlerinde baskın olan unsurun hala alışıl gelmiş yöresel mutfak kültürü olduğu söylenebilir.

Keywords

Fish consumption

Restaurant fish ordering

Mersin

Abstract

This study seeks to determine the preference priorities of consumers for fish dishes in the menus of à la carte restaurants. To that end, restaurant customers are asked to sort 9 meal cards consisting of fish, chicken and red meat dishes from the most preferred to the least preferred (from 1 to 9). The data obtained from 218 restaurant consumers between 01/12/2019 and 25/12/2019, then descriptive and difference test analyses performed. The main findings show that the (i) restaurant consumers in Mersin prioritize red meat dishes in their orders; (ii) only Grilled Sea Bass Bowl entered the first five choice among the three fish dishes and (iii) Grilled Salmon and Sole Fish Çökertme are among the dishes least preferred by the consumers. Results of the One Way Anova analysis indicates that Grilled Sea Bass Bowl can qualify as a substitute for various meat and chicken dishes among the consumers. This study concludes that red meat and chicken dishes are predominantly favored in à la carte restaurants serving world cuisine in Mersin, and those consumers who prefer fish tend to prefer familiar fish such as sea bass. In this respect, it is notable that although geographical elements such as being on the coast are important for the cuisine culture, the traditional culinary culture is still the dominant element in consumers' food preferences.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: neslihansimsek@mersin.edu.tr (N. Şimşek)

DOI: 10.21325/jotags.2021.916

GİRİŞ

İnsanoğlunun uzun ve kaliteli yaşam bilinci arttıkça sağlıklı beslenmeye de ilgi giderek artmaktadır. Bu sağlıklı besinler içinde ilk sırada sağlıklı yağlardan zengin olan balık ve diğer su ürünleri bulunmaktadır (Kaya, Duyar & Erdem, 2004, s. 365). Diyet uzmanlarının yıllardır üzerinde durduğu ve sağlıklı diyetlerin temelinde hiç değişmeyen bakış açısının doymamış yağ asitlerinin varlığı olduğu görülmektedir. Balıklar genel olarak %40'a kadar yüksek oranda doymamış yağ içerirler (Demir, 2020, s. 2). Bu doymamış yağ içeriklerinin çoğu insan sağlığını olumlu etkileri kanıtlanmış olan HUFA'lardır (yüksek doymamış yağ asitleri) ve tek kaynağı balıklardır (Kaya vd., 2004, s. 366). Bu bağlamda bakıldığında balık ağırlıklı beslenmenin önemini korumaya devam edeceği su götürmez bir gerçek olarak karşımıza çıkar (Karabulut & Yandı, 2006, s. 342). Ayrıca su ürünleri hayvansal protein alımının en ucuz ve en iyi şekilde karşılanabileceği yollardandır (Abdikoğlu, 2015, s. 1). Şöyle ki 150 gramlık bir porsiyon balık bir yetişkinin günlük protein ihtiyacının %50-%60'ını karşılayabilmektedir (FAO, 2018). Örneğin tam yağlı kırmızı etin 100 gr'ında 20gr protein bulunurken aynı miktar alabalıkta 35 gr protein bulunmaktadır (Türkiye Beslenme Rehberi, 2015, s. 199). Ayrıca balık eti proteinlerinin kolay sindirilme ve çözünme şekilleri ile bireylerin fiziksel ve mental gelişimlerine de katkı sağlayarak kanser, yüksek kolesterol, depresyon gibi hastalıklardan koruduğu bildirilmiştir (Balık, Yardımcı & Turhan, 2013, s.19; Kaya vd., 2004, s. 370).

Dünya'da balık tüketimi 1961 yılında kişi başına 9 kilogram (kg) iken, 2016 yılında bu oran 19,7 kg'a yükselmiştir (FAO, 2018). En çok balık tüketilen ülkeler yılda kişi başına 50 kg ile Okyanusya'da bulunur iken, en düşük balık tüketimi ise kişi başına yılda 2 kg'ın biraz üzerindeki oranları ile Orta Asya'da ve Afrika'da bulunan kara ile çevrili ülkelerde görülmektedir (FAO, 2018). Dünya'da toplam balık tüketiminde ise, 2016 yılına kıyasla 2030 yılına kadar büyük bir artış beklenmektedir (FAO, 2018). Türkiye üç tarafı denizlerle çevrili ve birçok tatlı su kaynağına sahip bir ülke olmasına rağmen kişi başına tüketimi yıllık 5,5 kg iken (TÜİK, 2017) et tüketimi kişi başına 12,3 kg seviyeleri ile balık tüketiminin çok üstündedir (Gül & Yıldırım, 2018). Türkiye gibi Akdeniz ülkelerinden olan İspanya'da ise kişi başına 23,5 kg balık tüketimi, Yunanistan'da ise kişi başına 19,6 kg balık tüketiminin olması Türkiye'nin balık tüketim durumunu/sorununu görmemizde iyi birer örnek olacaktır (FAO, 2010). Elbette kişi başı yıllık balık tüketim miktarları şehirden şehre farklılık gösterebilmektedir. Akademik araştırmalara göre örneğin Tokat'ta 13 kg (Erdal ve Esengül, 2008), Tunceli'de 4,1kg (Yüksel, Karaton-Kuzgun & Özer, 2010), Trabzon ve Giresun'da 29,52 kg (Aydın ve Karadurmuş, 2013), Adıyaman'da 3,1 kg, (Olgunoğlu, Bayhan, Olgunoğlu, Artar ve Ukav, 2014), Tekirdağ'da 14,69 kg (Abdikoğlu, 2015) ve Rize'de 20,1 kg (Temel ve Uzundumlu, 2015) şeklinde kişi başı yıllık balık tüketilmektedir.

Bu araştırmanın örneklemini Mersin'de ikamet eden tüketicilerin balık tüketiminin %70'inin haftalık 0 ile 4 kg arasında balık tükettiğine ilişkin bulgular, Mersin ilinin balık tüketiminde tıpkı Türkiye geneli gibi düşük bir ortalamaya sahip olduğu görüşünü desteklemektedir (Şen, 2011, s. 60). Örneğin, Şen'in (2011) tez kapsamında gerçekleştirdiği araştırmasında Mersin ile Konya arasında balık tüketim miktarları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı bulgulanmıştır. Üretici açısından bir araştırma gerçekleştiren Karadal (2014) ise çalışmasında Hatay, Adana, Mersin, Antalya illerinde avcılık yapan balıkçılar ve tekne sahipleri ile görüşmüştür. Akdeniz Bölgesi'nin Türkiye içindeki potansiyelinin düşük kalmasının nedenlerini; doğal sebeplerden kaynaklı balık çeşitliliğinin fazla ancak balık popülasyonunun az olması ile birlikte kooperatifleşme ve alt yapı gibi sorunlar olduğunu ortaya koymuştur. Gerek Türkiye geneli için gerekse de 321 km'lik sahil uzunluğuyla Akdeniz'in incisi konumunda olan

bu şehirde balık tüketiminin az olmasının sebebinin elbette mutfak kültürü ile açıklanabilecek yanları mevcuttur. Kırmızı et yemekleri tarihten bugüne birçok yöresel Türk yemeğinde kullanılmaktadır (Karakuş-Şeren, Ceyhun-Sezgin & Şanlıer, 2015, s. 66). Benzer şekilde Doğu Akdeniz mutfak kültüründe de Türkiye'nin Doğu Anadolu, Güney Doğu Anadolu ve Arap mutfaklarının etkisiyle, kırmızı et ağırlıklı bir mutfak kültürü mevcuttur (Güler, Benli, Akdağ & Çakıcı, 2016, s. 40). Alan yazında tüketicilerin balık tüketim alışkanlıklarıyla ilgili birçok nicel ve nitel araştırma mevcuttur. Bu araştırmalar arasında balık tüketmeme ya da az tüketme sebepleri; balık etinin sevilmemesi, ekonomik durum (Kızılaslan ve Nalinci, 2013, s. 64), balık etinin kokusu, ekonomik sebepler (Şen, 2011, s. 66), yeme zorluğu, alışkanlık (Abdikoğlu, 2015, s. 43) şeklinde ortaya koyulmaktadır. Elbette deniz ürünleri bu sayılan sebeplerden dolayı daha az tüketilebilir. Bu oldukça anlaşılabilir bir durumdur. Ancak Dünya ve Avrupa ile karşılaştırıldığında istatistiklerin çok altında kalınmış olması Türkiye için bir sorun olarak göze çarpmaktadır.

Yerli ve yabancı alan yazında balık tüketimi noktasında yapılan araştırmalar üretici açısından balıkçılık sorunları ve balık tüketim azlığının nedenlerine odaklanmışken (Güngör, Özen ve Güngör, 2007; Bucak ve Taşpınar, 2014; Karadal, 2014; Köse vd., 2010), tüketici gözünden gerçekleştirilen araştırmalar çoğunlukla şehirler bağlamında balık tüketim alışkanlıklarını araştırmıştır (Çolakoğlu vd., 2006; Saygı, Saka, Fırat & Katağan, 2006; Orhan & Yüksel, 2010; Şen, 2011; Balık vd., 2013; Kızılaslan & Nalinci, 2013; Doğan & Gönülal, 2014; Saygı, Bayhan & Hekimoğlu, 2015; Yavuz, Ataseven, Gül & Gülaç, 2015; Balcı, Birici, Şeker, Demir & Arısoy, 2016). Tüketiciler örnekleminde gerçekleştirilen nicel araştırmalar tüketicilerin balık tüketim alışkanlıklarını genel olarak ele alırken, ev ya da restoran ayrımı yapılmamıştır. Bu araştırmada ise alan yazındaki birçok araştırmadan farklı olarak, dünya mutfaklarına ait lezzetleri sunan alakart restoranlarda, balık menüsü siparişi verme niyetinin diğer et ürünleri ile karşılaştırılarak ortaya koyulması amaçlanmıştır.

Günümüzde uzun çalışma saatleri, kadınların iş gücünün artması, sosyalleşme ihtiyacı gibi birçok nedenden ötürü dışarıda yemek yemenin yaygın olduğu bilinen bir gerçektir. Oysaki ev ortamında balık tüketiminin kontrolü çoğunlukla kişinin kendisinde değildir. Aile bireylerinden bazılarının balık yemeyi sevmemesi ya da annelerin balık kokusundan rahatsız olması gibi nedenler tüm bireylerin tüketimlerini etkileyebilmektedir (Şen, 2011, s. 66; Abdikoğlu, 2015; Can, Günlü & Can, 2015). Bu nedenle bireylerin seçme şanslarının olduğu durumda balık etini, kırmızı et ve tavuk etine göre tercih etme durumunun araştırılması balık tüketim alışkanlıklarının araştırılmasına daha farklı bir bakış açısı sunabilecektir.

Önceki Araştırmalar

Yerli ve yabancı alanyazında tüketicilerin balık tüketim tercihlerini açıklayan ve balık tüketim davranışlarını etkileyen unsurlar noktasında çalışmalar mevcuttur. Bu araştırma kapsamında alanyazın taraması tüketicilerin sadece balık tüketim tercihlerini ele alan araştırmalar ve tüketicilerin balık tüketim alışkanlık ve niyetlerini diğer et türleri ile karşılaştırmalı olarak ele alan araştırmalar şeklinde ele alınmıştır.

Balık Tüketimine Yönelik Araştırmalar

Balık tüketimine ilişkin araştırmalar ele alındığında, tüketimin cinsiyet, medeni durum, eğitim seviyesi, gelir seviyesi ve yaşanan coğrafyaya göre değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Can, Günlü ve Can (2015) erkeklerin kadınlara göre, orta yaşlıların genç ve yaşlılara göre ve evli bireylerin bekâr bireylere göre daha fazla balık tükettiklerini bulgulamıştır. Verbeke ve Vackier, (2005) kadınların erkeklere ve yaşlıların gençlere kıyasla daha fazla

balık yeme niyetinde olduklarını, buna ek olarak evde 18 yaş altında çocuğun bulunmasının balık tüketim sıklığını azaltıcı bir etkiye sahip olduğunu açıklamıştır (Verbeke & Vackier, 2005). Terin'in, (2019) araştırma bulguları ise Verbeke ve Vackier'in (2005) aksine evdeki çocuk sayısının balık tüketim sıklığını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ek olarak araştırmacı, evdeki çalışan kişi sayısı ve balık dışındaki diğer su ürünleri tüketiminin artmasının, balık tüketim sıklığını da arttıran bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Bir başka sosyo-demografik değişken olan eğitim ve gelir durumu incelendiğinde eğitim ve gelir seviyesi yükseldikçe, balık tüketiminin arttığı (Çolakoğlu vd., 2006; Yüksel, Karaton-Kuzgun ve Özer, 2011; Şen, 2011; Yılmaz, Şen, Kara ve Üresin, 2014; Can, Günlü ve Can, 2015; Terin, 2019; Saka ve Bulut, 2020) bulgulanmıştır.

Balığa ilişkin duysal özelliklerin balık tüketimini etkilediği pek çok araştırmada bulgulanmıştır. Balığın lezzetli olması ve sağlıklı olması araştırmalarda balığın tercih nedenini açıklayan değişkenler olarak görülmektedir (Çolakoğlu vd., 2006; Yüksel, Karaton-Kuzgun & Özer, 2011; Aydın & Karadurmuş, 2013; Doğan & Gönülal, 2014; Yılmaz, Şen, Kara & Üresin, 2014; Abdikoğlu, 2015; Can, Günlü & Can, 2015). Balığı satın alırken taze olup olmadığını anlama konusunda zorluk yaşayan bireylerin taze balık tüketmeye daha az niyetli oldukları başka bir araştırmada bulgulanmıştır (Tomic, Matulic & Jelic, 2016). Tomic, Matulic ve Jelic (2016), Hırvatistan'da yapmış oldukları araştırmada, taze balığın daha lezzetli ve daha sağlıklı olduğunu düşünen katılımcıların, taze balık tüketmeye yönelik tutumlarının daha olumlu olduğunu bulgulamışlardır. Bu bulgunun aksine Mitterer-Daltoé, Carrillo, Queiroz, Fiszman ve Varela'nın (2013) Brezilya'da yapmış oldukları araştırmada, balığın sağlıklı olmasının tüketim niyetini etkilemediği, ancak kilo kontrolü sağlama ve balık tüketim niyeti arasında kuvvetli bir ilişki bulunduğu görülmüştür.

Balığın tercih edilmeme nedenleri incelendiğinde balığın tadı, kokusu (Abdikoğlu, 2015; Can, Günlü ve Can, 2015), kılçıkları (Verbeke ve Vackier, 2005; Can, Günlü ve Can, 2015), balığı yeme zorluğu (Abdikoğlu, 2015) gibi balığa ilişkin duysal özelliklerin balık tüketimini olumsuz yönde etkilediği bulgulanmıştır. Balık tüketimi noktasında bir diğer kriter de ekonomiklik olmuştur. Yapılan araştırmalar sonucunda balığın pahalı oluşu (Verbeke ve Vackier, 2005; Verbeke, Vanhonacker, Frewer, Sioen, Henauw ve Van Camp, 2008; Yılmaz vd., 2014), pişirmesinin zahmetli olması, kırmızı et ve tavuk eti gibi diğer yemekler içinde rahatlıkla kullanılamayışı, balık yeme kültürü ve alışkanlığının olmayışı (Yılmaz vd., 2014) balık tüketimini olumsuz etkileyen unsurlar olarak görülmüştür. Belirli gıdalara sağlıklı yeme gibi çeşitli nedenlerden ötürü ilgi duyan bireylerin ise balığın kılçığı ve pahalı oluşu gibi olumsuz özelliklerinden etkilenmediğini göstermektedir (Verbeke & Vackier, 2005). Doğan ve Gönülal'ın (2014) Gökçeada'da yapmış oldukları araştırma ise diğer araştırmaların aksine, balığın ekonomik olmasının sık tüketim nedenlerinden birisi olduğu bulgulanmıştır.

Thorsdottir, Sveinsdottir, Jonsson, Einarsdottir, Thorsdottir ve Martinsdottir'in (2012) İzlanda'da yapmış olduğu bir araştırmaya göre, genç bireylerin aileden balık tüketimine yönelik baskı görmesi, bireylerin balık hazırlama ve tüketmeye yönelik bilgi ve becerilerinin olması, balık pişirmeyi zahmetsiz bulmaları ve balık tüketimine yönelik olumlu tutumlarının balık tüketimini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Thorsdottir vd.'nin (2012) araştırmasında balık tüketimini etkilediği bulgularan sosyal baskı kavramı, Verbeke ve Vackier (2005), Aydın ve Karadurmuş (2013), Doğan ve Gönülal (2014), Abdikoğlu, (2015) ve Doğan'ın (2019) yapmış oldukları araştırmada alışkanlık kavramıyla açıklanmıştır ve evde balık tüketiminin alışkanlık olmasının, balık tüketimine yönelik niyeti olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Olsen, Scholderer, Brunso ve Verbeke (2007), beş Avrupa ülkesinde

yaptıkları araştırmada, bireylerin yemek hazırlama konusunda kolaylığa yönelimi arttıkça, balık hazırlamaya yönelik algıladıkları zahmetin de arttığı sonucunu bulgulamışlardır. Balık tüketimini etkileyen unsurlardan bir diğeri de tüketimi teşvik etmeye yönelik yapılan reklam ve kampanya gibi tüketimi destekleyici olumlu mesajlardır. Balığa ilişkin olumlu mesajlar yayınlanmasının (Verbeke vd., 2008) ve balık tüketimine ilişkin çeşitli kampanyalar yapılmasının (Pérez-Cueto, Pieniak ve Verbeke, 2011) balık tüketim niyetini önemli düzeyde artırdığına ilişkin araştırmalar mevcuttur. Yukarıda ifade edilen değişkenlerin dışında, balığın çeşidi, satın alınan yer, balığın üretim metodu gibi etkenlerin, tüketim tercihini etkilediği çeşitli araştırmalar sonucunda bulgulanmıştır.

Balık Tüketim Tercihlerini Karşılaştırmalı Ele Alan Araştırmalar

Tüketicilerin yaşamış oldukları coğrafya tükettikleri et ürünleri açısından fark yaratan bir unsurdur. Verbeke ve Vackier (2005), kıyı kesimde yaşayan bireylerin, iç kesimde yaşayan bireylere göre daha fazla balık tükettikleri sonucuna ulaşmışlardır. Doğan (2019), Erzurum, Erzincan ve Bayburt'ta yapmış olduğu araştırmada, en çok tüketilen et çeşidinin Erzurum'da tavuk, Bayburt ve Erzincan'da ise kırmızı et olduğunu bulgulanmıştır. Mersin ve Konya'da balık tüketimine ilişkin kıyaslama yapılan bir araştırmada (Şen, 2011), Konya'da sırasıyla tavuk-hindi, sığır-koyun ve balık eti olarak, Mersin'de ise sırasıyla tavuk-hindi eti, balık eti ve sığır-koyun eti tüketildiği bulgulanmıştır. Balığın tüketilmeme sebepleri incelendiğinde ise, Konya'da kokusu, pahalı oluşu ve ulaşmada güçlük yaşanması nedenleri ile Mersin'de, pahalı oluşu, ulaşmada güçlük ve balık sevmeme nedenleri ile tüketilmediği bulgulanmıştır. Bu araştırmada dikkat çeken nokta, coğrafi imkânlar nedeniyle balığa erişimin kolay olması gereken Mersin'de balığın pahalı ve ulaşımının zor olduğu sonucunun elde edilmiş olmasıdır. Ayrıca, balığın olumsuz duyuşal özelliklerinin Konya'daki katılımcılara göre ilk sıralarda tüketilmeme sebebi olarak görülmemesidir.

Bir başka iklim ve coğrafya şartları olan Trabzon ve Giresun'da yapılan araştırmada (Aydın ve Karadurmuş, 2013), katılımcıların sırasıyla, su ürünleri, kanatlı eti ve kırmızı eti tercih ettiği bulgulanmıştır. Yıllık kişi başı balık tüketiminin 28 kg olduğu bulgulanmıştır. Tüketicilerin su ürünleri konusundaki yaklaşımları ele alındığında, gıda güvenliği denetim ve kontrollerinin yetersiz olduğu, satış yerlerinin daha sağlıklı olması gerektiği, denetimin artırılması gerektiği sonucuna erişilmiştir. Tunceli'de yapılan bir araştırmada (Yüksel, Karaton-Kuzgun ve Özer, 2011) sırasıyla en çok balık eti, kırmızı et ve tavuk eti beğenilmesine rağmen; en fazla tercih edilen tavuk eti, kırmızı et ve balık eti olduğu bulgulanmıştır. Adıyaman'da yapılan bir araştırmada ise (Olgunoğlu, Bayhan, Olgunoğlu, Artar ve Ukav, 2014), yıllık kişi başı balık tüketiminin 3.01 kg olduğu, tüketicilerin tükettikleri et çeşitleri incelendiğinde, sırasıyla tavuk, balık eti ve kırmızı et tükettikleri bulgulanmıştır. Çanakkale'de yapılan bir araştırmada (Çolakoğlu vd., 2006), katılımcıların kanatlı etlerini birinci sırada, balık etini ikinci sırada ve kırmızı eti üçüncü sırada tükettikleri bulgulanmıştır. Tekirdağ'da yapılan bir araştırmada ise (Abdikoğlu, 2015), katılımcıların yıllık balık tüketim miktarı 14,69 kg olarak bulgulanmıştır. Katılımcıların sırasıyla en çok kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tükettiği bulgulanmıştır.

Mercedes, Rosa, Ramon, Gloria ve Laura (2000), tüketicilerin et tüketimlerine yönelik tutumlarını odak grup görüşmesi ile et çeşitlerini kıyaslayarak incelemiş, kırmızı etin daha kolay bulunabilen ve hazırlanabilen, daha lezzetli, kullanışlı ve tüketim açısından doyurucu olduğunu bulgulanmıştır. Tavuk etine ilişkin tutumlar incelendiğinde ise, marketlerde çeşitli şekillerde paketlenmiş ve hazırlanmış tavuk bulmanın kolay olduğu katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Sağlıklı olma açısından balık eti yemenin bireylerde sorumluluk olarak görüldüğü bulgulanmıştır. Balık etini herkesin sevmediği, bulunabilirliğinin zor olduğu ve tüketim açısından doyurucu olmadığı belirtilmiştir. Brunso,

Verbeke, Olsen, ve Jeppesen'in İspanya ve Belçika'da yapmış oldukları araştırmada, (2009) balık etinin doyurucu olmadığı, çabuk sindirildiği, kırmızı etin balık etine göre daha fazla doyurucu olduğu, bu nedenle balık eti yedikten sonra çabuk acıkıldığı, balığın kırmızı et gibi ucuz muadillerinin olmamasının balık tüketimini kısıtladığını bulgulamışlardır. Ayrıca, katılımcıların vermiş oldukları ifadeler dolğırultusunda balığın pahalı olduğu, doymak için ne kadar çok balık tüketilirse, verilen fiyatın o kadar artacağı ve dolayısıyla pahalı olacağı, ödenen ücret ve doyumun doğru orantılı olmadığı bulgulanmıştır. Balık hazırlama aşamasında, balığın bütün olarak ölü ve donuk gözlerle bakıyor olmasının balığı hazırlayan kişilere korkunç gelebileceği, bu nedenle balık hazırlama ve pişirmeyle ilgili isteksiz olunabileceği Leek, Maddock ve Foxall'ın (2000) yapmış oldukları araştırmada belirtilmiştir. Bütün olarak servis edilen balıkların da tüketicilerde aynı şekilde olumsuz bir duygu durumu uyandırabileceğine değinilmiştir.

Araştırma Yöntemi

Araştırmanın amacı, modeli ve soruları

Bu araştırmanın temel amacı tüketicilerin alakart restoranlardaki menüler içerisinde yer alan balık yemeklerine yönelik tercih önceliklerini anlayabilmektedir. Bu ana amaç ulaşabilmek için ayda en az bir kez alakart restorana giden tüketicilerden balık, tavuk ve kırmızı et yemeklerinden oluşan dokuz yemek kartını, beğenilerinden hareketle 1'den 9'a doğru en tercih edilebilir olandan en tercih edilemez olana doğru sıralamaları istenmiştir. Böylelikle (1) hem dokuz yemek içerisinde balık yemeklerinin tercih edilme ve beğeni durumunu görmek (2) hem de balık yemeklerinin, tavuk ve kırmızı et yemekleri ile kıyaslandığında tercih ve beğeni durumuna göre nasıl değişim gösterdiğini anlamak mümkün olabilecektir. Amacı bakımından betimleyici nitelikte olan bu araştırmada, araştırma sorularına nicel araştırma yöntemi ile cevap bulunması amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemi altında tekil ve ilişkisel tarama (Karasar 2014, s. 79-81) modelinden faydalanılarak yukarıda belirtilen 1 ve 2 numaralı alt amaçlara ulaşılması hedeflenmiştir. Araştırmanın amacı bağlamında cevap aranan sorular ise şu şekildedir;

- 1-Tüketicilerin alakart restoranlarda farklı türdeki balık menülerine yönelik tercih ve beğeni durumları nasıldır?
- 2-Tüketicilerden alakart restoranlardaki menülerde yer alan kırmızı et, tavuk eti ve balık etinden oluşan yemekler arasından beğeniye dayalı tercih yapmaları istenseydi, balık yemeklerinin tercihi nasıl olurdu?
- 3-Tüketicilerin alakart restoranlardaki balık yemeklerine yönelik tercihleri, kırmızı et ve tavuk eti yemekleri ile istatistiksel olarak anlamlı olarak farklılaşır mı? Eğer farklılaşırsa hangi yemekler arasında anlamlı fark ortaya çıkar?

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Mersin'de yaşayan 18 yaş üstündeki tüm tüketicilerdir. Böylesi bir evrene ulaşmanın mümkün olmayacağından hareketle örneklem belirlemeye gidilmiştir. Araştırmanın örneklemini ayda en az bir defa, Mersin Marina'da bulunan, alakart servis yapan ve dünya mutfak lezzetlerini sunan restoranlara giden 18 yaş üzerindeki tüketiciler olarak belirlenmiştir. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemine başvurulmuştur. Örneklem hacmi olarak 200 ve üzerinde katılımcıdan veri toplanmasının örneklem temsiliyeti açısından uygun olabileceği düşünülmüştür. Bu sayının dayanağı pazar araştırmalarında sıklıkla başvurulmuş bir analiz tekniği olan ve 15-18 arasındaki beğeni kartının sıralanmasına dayanan Konjoint analizi için Hair, Black, Babin ve Anderson'un (2010, s. 436) 200 ve üzerinde bir katılımcı sayısının uygun olacağı görüşünden kaynaklanmaktadır.

Tüketici tercihleri hakkında çıkarımlar yapmak ve talep fonksiyonlarını ortaya çıkarmak için yaygın olarak kullanılan konjoint analizi (Douglas-Carroll ve Green, 1995, s. 386) aynı zamanda yeni ürün geliştirme, fiyatlandırma, pazar bölümlendirme ve ürün konumlandırma gibi pazarlama alanının önemli uygulamalarında kullanılmaktadır (Ding, Grewal & Liechty, 2005, s. 67). Konjoint analizi, tüketiciye sunulacak ürünleri önceden belirlenen özellik kombinasyonları dahilinde değerlendirerek, tüketicilerin en çok tercih ettiği ürün özelliklerinin kombinasyonlarını belirlemektedir. Böylelikle tüketici davranışları da analiz edilebilmektedir (Behdioğlu & Çilesiz, 2017, s. 25). Konjoint analizi tüketicilerin beğenilerine göre sıraladıkları kombinasyonların, önceden belirlenen üç ve üzerindeki simülasyon kombinasyonları ile karşılaştırılması neticesinde tüketici beğeni endeksi ve pazar payı büyüme tahmini yapılmasına imkan sağlar. Bu çalışmada herhangi bir simülasyon kombinasyonu bulunmadığı için istatistik paket programları aracılığıyla Konjoint Analizi uygulanmamıştır. Buna karşın araştırmanın veri toplama süreci ve menü kartlarının sıralanması mantığındaki değiş tokuş (trade-off) yaklaşımı Konjoint Analizine benzer bir sürecin işletilmesini sağlamıştır.

Veri Toplama Aracı ve Süreci

Araştırmada verilerin toplanması için araştırma amacına yönelik iki farklı soru formu oluşturulmuştur. İlk soru formunda katılımcıların demografik bilgilerini öğrenmeye yönelik altı soru bulunmaktadır. İkinci soru formunda ise toplam dokuz adet yemekten oluşan menüler bulunmaktadır. Bu menü kartları, Mersin'in Yenişehir ilçesinde bulunan Marina tesisinin içerisinde hizmet gösteren beş tane alakart restoranın menüleri yardımıyla hazırlanmıştır. İşletme yöneticilerinden balık, et ve tavuk yemekleri açısından en fazla sipariş edilen yemeklerin neler olduğu hakkında bilgiler alınarak dokuz adet menü kartının (her bir yemeğe yönelik 3 menü) hangileri olacağına karar verilmiştir. Belirlenen menü kartları ardından Mersin Üniversitesi Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı'nda 2019-2020 kayıtlı 10 öğrenci ve Mersin Üniversitesi Turizm Fakültesinde görev yapan 10 akademisyene yüzey ve içerik geçerliliğinin sağlanması açısından kontrol ettirilmiştir. Elde edilen yanıtlar içerisinde yalnızca Dil Balığı Çökertme yemeği farklı bir yemek olarak algılanmış olup, katılımcıların Dil Balığını yemeyi sevdikleri ancak menü kartındaki bir tarzda daha önce tüketmedikleri anlaşılmıştır. Menü kartları içerisinde yer almalı mı cevabına evet cevabı veren katılımcı sayısının hayır cevabını verenlerden fazla olması üzerine bu yemeğin de dokuz menü kartı içerisinde kalmasına karar verilmiştir. İlgili menü kartlarına yönelik özet için Tablo 1.'e göz atılabilir. Tablo 1.'deki yemeklere yönelik detaylı bilgiler ise Ek 1.'dedir. Dokuz adet menü kartının belirlenmesinin ardından veri toplanılmasına müsaade eden Mersin Marina'da bulunan beş alakart restorana yemek yemek için gelen tüketicilerden 01.12.2019 ile 25.12.2019 tarihleri arasında veri toplanmıştır. Henüz yemek siparişi vermemiş müşteriler örnekleminde kişi başı ortalama beş dakika süren veri toplama işlemi ile 25 günün sonunda toplam 218 veri toplanmıştır.

Tablo 1. Üretilen Menü Kartlarının Düzeyleri ve Nitelikleri

Menü No.	Et Çeşidi	Yemek Adı	Fiyatı
1	Tavuk eti	Tavuk Sote Noodle	38 TL
2	Tavuk eti	Sebzeli Tavuk Izgara	38 TL
3	Tavuk eti	Izgara Tavuk Külbastı	38 TL
4	Kırmızı et	Sebzeli Bonfile Fajita	55 TL
5	Kırmızı et	Tereyağında Lokum Bonfile	62 TL
6	Kırmızı et	Izgara Hellim Köfte	50 TL
7	Balık eti	Izgara Levrek Kase	48 TL
8	Balık eti	Izgara Somon	48 TL
9	Balık eti	Dil Balığı Çökertme	42 TL

Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın kapsamı birkaç açıdan ele alınabilir. Öncelikle araştırmada araştırma konusu olan balık tüketim davranışı evde tüketim alışkanlığını değil, dışarıda yemek yeme; yani restoranlarda balık menüsü sipariş etme niyeti bağlamında gerçekleştirilmiştir. Restoranlar noktasında kapsam ise dünya mutfaklarına yönelik lezzetleri sunan alakart restoranlar ile sınırlandırılmıştır. Restoranların et ya da balık ağırlıklı olmasından kaynaklı herhangi bir manipülasyon yaşanmaması için dünya mutfaklarını sunan restoranlar tercih edilmiştir. Araştırma değişken kapsamı noktasında balık, tavuk ve kırmızı et ile sınırlandırılmış olup, tüketicilerin ilgili et ürünlerine yönelik tercih ve beğenileri Ek 1'deki menüler ile sınırlandırılmıştır. Tüketiciler kendilerine sunulan menü kartlarındaki fotoğraf, malzeme bilgisi, pişirilme bilgisi ve fiyat bilgisi kapsamında menü kartlarını sıralamışlardır. Ek olarak menülerde yer alan fiyatlar, araştırma örneklemine dâhil edilen Mersin Marina içerisindeki beş alakart restoranın 2019 yılı Aralık ayı içerisindeki ortalama fiyatlarıdır. Fiyatların 2021 yılını tam olarak temsil etmiyor olması araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş olması veri toplama süreci açısından hız ve kolaylık sağlamış olmasına karşın araştırmanın genellenebilirliği açısından bir diğer sınırlılıktır.

Bulgular

Örnekleme Yönelik Tanımlayıcı Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ait bilgiler Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre araştırmaya 150 kadın (%68,8) ve 68 erkek (31,2) katılmıştır. Katılımcıların büyük kısmı özel sektör çalışanı (%40,8) ve kamu çalışanı (%38,1) olup, yine büyük bir kısmının alakart restorana gitme sıklıklarının aylık 1 ile 4 defa (%75) olduğu görülmektedir. Örnekleme ilişkin diğer bilgiler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde %	Meslek	Frekans	Yüzde %
Kadın	150	68,8	Çalışmayan	14	6,4
Erkek	68	31,2	Ev Hanımı	23	10,6
Toplam	218	100,0	Kamu Personeli	83	38,1
Yaş	Frekans	Yüzde %	Özel Sektör Çalışanı	Frekans	Yüzde %
20 – 29	81	37,2	Emekli	9	4,1
30 – 39	50	22,9	Toplam	218	100,0
40 – 49	51	23,4	Eğitim seviyesi	Frekans	Yüzde %
50 ve üzeri	36	16,5	İlköğretim	9	4,1
Toplam	218	100,0	Lise	30	13,8
Gelir	Frekans	Yüzde %	Ön lisans	27	12,4
2999 ve altı	28	12,8	Lisans	120	55,0
3000 – 3999	41	18,8	Lisansüstü	32	14,7
4000 – 4999	25	11,5	Toplam	218	100,0
5000 – 5999	52	23,9	Alakart Restorana Aylık Gitme Sıklığı	Frekans	Yüzde %
6000 ve üzeri	72	33,0	1 - 4	165	75,7
Toplam	218	100,0	5 – 8	42	19,3
			9 ve üzeri	11	5,0
			Toplam	218	100,0

Yemeklerin Tercihine Yönelik Betimleyici Bulgular

Katılımcılara araştırmanın kapsamı bağlamında ele alınan üç farklı et çeşidinden oluşan dokuz adet yemeğe ilişkin tercih sıralamaları sorulmuştur. Tablo 3.'deki bulgulara görüleceği üzere, en fazla ilk sırada tercih edilen yemekler 53 kez ile Tereyağında Lokum Bonfile ve 41 kez ile Sebzeli Bonfile Fajita olmuştur. İlk sırada tercih edilme sıklığı

açısından üçüncülüğü ise 23 kez ile Izgara Hellim Köfte, Izgara Tavuk Külbastı ve Izgara Levrek Kase (23) paylaşmaktadır. Katılımcıların tercih sıralamalarına yönelik frekanslar ilk üç tercih bağlamında ele alındığında, ortalama 40 katılımcı Tereyağında Lokum Bonfile'yi, 34 katılımcı Sebzeli Bonfile Fajita'yı, 27 katılımcı Izgara Tavuk Külbastı'yı, 25 katılımcı Izgara Hellim Köfte'yi, 24 katılımcı ise Izgara Levrek Kase'yi ilk üç tercih arasında tercih etmişlerdir. Katılımcıların en yüksek sayıda son sırada tercih ettiği yemekler ise sırasıyla Tavuk Sote Noodle (75) ve Dil Balığı Çökertme (61) olmuştur.

Tablo 3. Yemeklerin Tercih Sıralamasına İlişkin Betimleyici Bulgular

Tercih Sırası \ Yemekler	Tercih 1	Tercih 2	Tercih 3	Tercih 4	Tercih 5	Tercih 6	Tercih 7	Tercih 8	Tercih 9
Tavuk Sote Noodle	8	15	12	15	24	22	19	28	75
Sebzeli Tavuk Izgara	16	23	25	34	33	20	28	32	7
Izgara Tavuk Külbastı	23	25	34	25	19	29	35	24	4
Sebzeli Bonfile Fajita	41	40	22	30	26	19	12	15	13
Tereyağında Lokum Bonfile	53	34	32	18	28	20	12	13	8
Izgara Hellim Köfte	23	30	23	31	33	35	8	14	21
Izgara Levrek Kase	23	24	26	29	19	28	38	19	12
Izgara Somon	16	20	25	14	23	28	39	36	17
Dil Balığı Çökertme	15	7	19	22	13	17	27	37	61

Not: Tablo içindeki rakamlar ilgili yemeğin kaç kez belirtilen tercih sıralamasında tekrarlandığını göstermektedir.

Katılımcılardan 9 adet yemeği tercih durumlarına göre 1'den 9'a kadar (1=tercih ihtimalim aşırı yüksek, 9=tercih ihtimalim aşırı düşük) sıralamaları istenmiştir. 9'lu sıralama ölçeği, merkezi eğilim ölçülerinin, betimleyici analizlerin ve fark testi analizlerinin gerçekleştirilebilmesi için 9'lu Likert tipi derecelemeye dönüştürülmüştür. Katılımcıların ilk sırada tercih ettiği yemeğe en yüksek puan olacak şekilde 9'dan en son sırada tercih edilen yemeğe 1 puan verilerek yeni bir veri seti oluşturulmuştur. Tablo 4'te paylaşılan bulgulardan hareketle, ortalama puanı en yüksek olan ve dolayısıyla en çok tercih edilme eğiliminde olunan yemeğin "Tereyağında Lokum Bonfile" ($\bar{x}=6.27$) olduğu görülmektedir. Bu yemeği takiben sırasıyla en yüksek ortalamaya sahip ve ortalama puanı 5 üzerinde olan yemeklerin "Sebzeli Bonfile Fajita" ($\bar{x}=5.99$), "Izgara Hellim Köfte" ($\bar{x}=5.36$), "Izgara Tavuk Külbastı" ($\bar{x}=5.33$), "Izgara Levrek Kase" ($\bar{x}=5.19$) ve "Sebzeli Tavuk Izgara" ($\bar{x}=5.07$) olduğu görülmektedir. Ortalaması en düşük, dolayısıyla son sıralarda tercih edilme eğiliminde olunan yemekler ise "Tavuk Sote Noodle" ($\bar{x}=3.49$), "Dil Balığı Çökertme" ($\bar{x}=3.68$) ve Izgara Somon ($\bar{x}=4.56$) olmuştur.

Tablo 4. Yemeklerin Beğenilirliğine Yönelik Betimleyici Bulgular

Yemekler	Ortalama	Medyan	Mod	Standart Sapma	Basıklık	Çarpıklık
Tereyağında Lokum Bonfile	6,27	7,00	9,00	2,40	-,794	-,559
Sebzeli Bonfile Fajita	5,99	6,00	9,00	2,46	-,850	-,498
Izgara Hellim Köfte	5,36	5,00	4,00	2,39	-,858	-,258
Izgara Tavuk Külbastı	5,33	5,00	3,00	2,32	-1,246	,028
Izgara Levrek Kase	5,19	5,00	3,00	2,41	-1,182	,026
Sebzeli Tavuk Izgara	5,07	5,00	6,00	2,27	-1,080	,023
Izgara Somon	4,56	4,00	3,00	2,43	-1,098	,341
Dil Balığı Çökertme	3,68	3,00	1,00	2,60	-,884	,638
Tavuk Sote Noodle	3,49	3,00	1,00	2,52	-,817	,659

Fark Testi Bulguları

Katılımcıların yemeklere ilişkin tercih ortalamalarının menüde yer alan dokuz yemek çeşidine göre birbirinden anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek üzere Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. ANOVA testi bulguları dokuz yemek çeşidine yönelik beğeniler açısından anlamlı farklar ortaya çıktığını göstermektedir ($F=32,789$; $p<0,05$). Bunun üzerine anlamlı farkların hangi gruplar arasında olduğunu test etmek için Tukey HSD Post-Hoc testi uygulanmıştır.

Balık Yemeklerine Yönelik Beğenilerin ve Diğer Yemeklere Yönelik Beğeniler İle Karşılaştırılması

Dokuz menü arasından yer alan üç balık menüsüne yönelik tüketici beğenileri diğer üç et ve üç tavuk menüsüyle karşılaştırılmıştır. İlgili fark testi istatistikleri Tablo 5'te paylaşılmıştır. İlk analiz balık menüleri arasında en fazla beğenilen Izgara Levrek Kase ve diğer sekiz yemek arasında gerçekleştirilmiştir. Tukey HSD Post-Hoc testi sonuçlarına göre tüketicilerin Izgara Levrek Kase tercihlerinin Izgara Hellim Köfte, Izgara Tavuk Külbastı, Sebzeli Tavuk Izgara ve Izgara Somon tercihlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı ($p>0,05$) görülmektedir. Buradan hareketle tüketicilerin Izgara Levrek Kase yemeğine yönelik beğenileriyle; ifade edilen bu iki tavuk yemeği, Hellim Köfte ve Izgara Somon beğenilerinin birbirine yakın olduğu söylenebilir. Buna karşın, Izgara Levrek Kase yemeğine yönelik beğeni ortalamasının menüde yer alan Tereyağında Lokum Bonfile, Sebzeli Bonfile Fajita, Dil Balığı Çökertme ve Tavuk Sote Noodle ile anlamlı bir şekilde farklılaştığı ($p<0,05$) anlaşılmaktadır. Analize ilişkin bulgular incelendiğinde Izgara Levrek Kase ile en büyük anlamlı farkın lokum bonfile ve sebzeli bonfile arasında olduğu ve bu iki et ürününün çok daha fazla beğenildiği anlaşılmaktadır. Diğer yandan ise Izgara Levrek Kase yemeğinin dil Balığı Çökertme ve Tavuk Sote Noodle'dan belirgin şekilde daha fazla beğenildiği görülmektedir.

Balık menüleri içerisinde yer alan ve en beğenilen ikinci balık menüsü olan Izgara Somon beğenisinden hareketle gerçekleştirilen Tukey HSD Post-Hoc testi sonuçlarına göre tüketicilerin Izgara Somon tercihlerinin Izgara Levrek Kase ve Sebzeli Tavuk Izgara tercihlerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı ($p>0,05$) anlaşılmaktadır. Buradan hareketle tüketicilerin Izgara Somon yemeği ile Izgara Levrek Kase ve Sebzeli Tavuk Izgara yemeklerine yönelik beğenilerin yakın olduğu söylenebilir. Buna karşın Izgara Somon yemeğine yönelik beğeni ortalamasının menüde yer alan diğer altı yemekle anlamlı bir şekilde farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Analize ilişkin bulgular incelendiğinde en büyük anlamlı farkın Tereyağında Lokum Bonfile, Sebzeli Bonfile Fajita, Izgara Hellim Köfte ve Izgara Tavuk Külbastı ile oluştuğu ve bu menülerin daha fazla beğenildiği anlaşılmaktadır. Diğer taraftan ise tıpkı Izgara Levrek Kase yemeğinde olduğu gibi Izgara Somon'un da Dil Balığı Çökertme ve Tavuk Sote Noodle'dan belirgin şekilde daha fazla beğenildiği görülmektedir.

Balık menüleri içerisinde tüketici beğenisi açısından son sırada yer alan Dil Balığı Çökertme yemeğinden hareketle gerçekleştirilen Tukey HSD Post-Hoc testi sonuçlarına göre tüketicilerin Dil Balığı Çökertme yemeğinin yalnızca Tavuk Sote Noodle ile anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı ($p>0,05$) buna karşın, menüde yer alan diğer yedi yemeğin tamamıyla anlamlı bir şekilde farklılaştığı ($p<0,05$) görülmektedir. Analize ilişkin bulgular incelendiğinde ortalama puanlardan hareketle en büyük anlamlı farkın kırmızı etlerin baskın olduğu yemekler ile oluştuğu görülmekle beraber diğer iki tavuk ve balık menüsü ile aradaki farkın da yüksek olduğu söylenebilir. Sonuç olarak balık menüleri arasında en beğenilen yemeğin Izgara Levrek Kase olduğu, bununla birlikte her ne kadar Izgara Somon'un beğenisi daha düşük olsa da Izgara Levrek Kase ile arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmaması bu iki yemeğin birbirine ikame olabileceği algısını düşündürmektedir. Ek olarak Izgara Levrek Kase yemeğine yönelik

tüketici beğenilerinin Izgara Hellim Köfte, Izgara Tavuk Külbastı ve Sebzeli Tavuk Izgara gibi kırmızı ve tavuk eti yemekleri ile de anlamlı olarak farklılaşmaması da yemeğin ikame gücünü gösteren bir diğer unsurdur. Söz konusu Dil Balığı Çökertme olduğunda ise hem balık ürünleri arasında son sırada yer aldığı hem de bir tavuk yemeği hariç diğer tüm yemeklerin tamamıyla anlamlı ve olumsuz yönde beğeni farklarına sahip olduğu ortadadır.

Tablo 5. Balık Yemekleri Tercihine Göre Post-Hoc Testi Bulguları (n=218)

Yemek Türü (I)	Yemek Türleri (J)	Ortalamalar Farkı (I-J)	Standart Sapma	p- değeri
Izgara Levrek Kâse ($\bar{x}=5,19\pm,163$)	Izgara Hellim Köfte	-,17431	,23279	,998
	Izgara Tavuk Külbastı	-,13761	,23279	1,000
	Sebzeli Tavuk Izgara	,11468	,23279	1,000
	Izgara Somon	,62844	,23279	,148
	Tereyağında Lokum Bonfile	-1,08716*	0,23279	,000
	Sebzeli Bonfile Fajita	-,79817*	0,23279	,018
	Dil Balığı Çökertme	1,50917*	0,23279	,000
	Tavuk Sote Noodle	1,70183*	0,23279	,000
Izgara Somon ($\bar{x}=4,56\pm,164$)	Izgara Levrek Kase	-,62844	,23279	,148
	Sebzeli Tavuk Izgara	-,51376	,23279	,401
	Tereyağında Lokum Bonfile	-1,71560*	0,23279	,000
	Sebzeli Bonfile Fajita	-1,42661*	0,23279	,000
	Izgara Hellim Köfte	-,80275*	0,23279	,017
	Izgara Tavuk Külbastı	-,76606*	0,23279	,028
	Dil Balığı Çökertme	,88073*	0,23279	,005
	Tavuk Sote Noodle	1,07339*	0,23279	,000
Dil Balığı Çökertme ($\bar{x}3,68\pm,176$)	Tavuk Sote Noodle	,19266	,23279	,996
	Tereyağında Lokum Bonfile	-2,59633*	0,23279	,000
	Sebzeli Bonfile Fajita	-2,30734*	0,23279	,000
	Izgara Hellim Köfte	-1,68349*	0,23279	,000
	Izgara Tavuk Külbastı	-1,64679*	0,23279	,000
	Izgara Levrek Kase	-1,50917*	0,23279	,000
	Sebzeli Tavuk Izgara	-1,39450*	0,23279	,000
	Izgara Somon	-,88073*	0,23279	,005

*Ortalamalar arasındaki farklar 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırma, Mersin'deki tüketicilerin alakart restoranlardaki menüler içerisinde balık yemeklerine duydukları ilgiyi, kırmızı et ve tavuk eti yemekleriyle karşılaştırmaları neticesinde balık yemeklerini seçme niyetlerini ve beğenilerini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Bu amaca ayda en az bir kez alakart restorana giden tüketicilerden balık, tavuk ve kırmızı et yemeklerinden oluşan dokuz yemek kartını en beğenilenden en beğenilmeyene doğru sıralatmaları ile ulaşılmıştır. Yerli ve yabancı alanyazın incelendiğinde, balık tüketimine yönelik pek çok çalışma mevcuttur. Ancak bu araştırmaların büyük bir kısmı evde balık tüketimini ya da dışarda balık tüketimini genel bağlamda ele alarak ürünler kapsamında araştırmayan ya da karşılaştırma yapmayan araştırmalardır. Bu çalışma ise balık tüketim alışkanlıklarını restoranlarda balık menüsü sipariş etme niyeti bağlamında ve diğer et yemekleriyle karşılaştırmalı olarak öğrenmeye odaklanmıştır.

Analizler sonucunda elde edilen bulgular, örnekleme dâhil edilen restoranlar içerisindeki katılımcıların en beğendikleri ve tercih önceliğine sahip ilk üç sıradaki yemeklerin kırmızı et ağırlıklı yemekler olduğuna işaret etmektedir. Verilerin analizinden elde edilen bulgular ışığında, Mersin'de balıktan ziyade ağırlıklı kırmızı etin tercih edilmesinin nedenlerinin başında, Mersin'de hakim olan Doğu Akdeniz mutfak kültürünün Türkiye'nin Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgeleri ile Mersin'e komşu olan Arap mutfaklarının etkisi altında olması ileri

sürülebilir (Öktem, 2014, s. 26-27; Güler, vd., 2016, s. 40). Bu mutfak kültüründe yetişen bireylerin balık tüketimini öncelikli bir beslenme alışkanlığı olarak edinmemeleri de tıpkı daha önceki araştırmaların ortaya koyduğu gibi (Verbeke ve Vackier, 2005; Aydın ve Karadurmuş, 2013; Doğan ve Gönülal, 2014; Abdikoğlu, 2015; Doğan, 2019), restoranlarda balık sipariş etme niyetini etkilemiş olabilir.

Izgara Levrek Kâse yemeğinin tüm yemekler arasında en çok beğenilen ilk beş yemek arasına girdiği ayrıca balık menüleri içerisinde de en çok beğenilen yemek olduğu görülmektedir. Izgara Levrek Kâse yemeğinin içerisindeki ikincil öğeler incelendiğinde zeytinyağı, siyez bulgur pilavı ve patates gibi tüketiciler tarafından daha çok aşına olunan yöresel öğeler bulunduğu, bu nedenle zaten aşına olunan bir balık olan Levrek balığını bu ek unsurların daha cazip hale getirmiş olabileceği düşünülmektedir. Balık menüleri içerisinde yer alan Izgara Somon ve Dil Balığı Çökertme'nin tüketici tercihi açısından son sıralarda yer aldığı görülmüştür. Ek 1'deki menüler incelendiğinde, Izgara Somon yemeğinin içerisinde yer alan buğday risotto ve tartar sos gibi öğelerin tüketiciler tarafından aşına olunmamış olabileceği ve Somon balığının dondurulmuş ve ithal bir balık olması gibi nedenlerin beğeni olarak altta kalmasına neden olmuş olabileceği söylenebilir. Söz konusu Dilbalığı Çökertme olduğu zaman ise beğeni puanının düşüklüğü aslında veri toplama sürecinde de karşılaşılan, “bu bir derin deniz balığı, bu nedenle bana sağlıklı gelmiyor...” gibi algılar ve dilbalığı yemeğinin menü kartındaki içeriğinde yoğurt bulunmasının da bir zehirlenme korkusunu akla getirmesi gibi durumlar nedeniyle beklenen bir durumdu.

Alanyazın incelendiğinde, tüketicilerin yaşamış oldukları coğrafyanın tükettikleri et ürünleri açısından fark yaratan bir unsur olduğu bilinmektedir. Mersin, uzun kıyı şeridinde sahip olan bir ildir ve coğrafi imkânları nedeniyle balığa erişimin kolay olması dolayısıyla balık tüketiminin alışkanlık haline gelmesi beklenmektedir. Ancak bu araştırmadan elde edilen bulgular, Verbeke ve Vackier (2005)'in kıyı kesiminde yaşayan bireylerin, iç kesimde yaşayan bireylere göre daha fazla balık tükettiğine ilişkin bulgusu nedeniyle örtüşmemektedir. Bunun sebebi, Verbeke ve Vackier'in, Belçika'nın kuzeybatısında sahil şeridinde yer alan ve dışarıdan çok fazla göç almadığı düşünülen bir destinasyondan örneklem almasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca, iklim ve coğrafi açıdan bakıldığında Karadeniz Bölgesi'nde, kıyı şeridinde yapılan bir araştırma da (Aydın ve Karadurmuş, 2013), bu araştırmanın bulguları ile farklılık göstermektedir. Dolayısıyla bir şehrin denize kıyısının olması, toplumun kültürel özelliklerinden ayrı tutulmaması gereken bir özelliktir. Şehirlerin denize kıyısı olması balık eti tüketiminin öncelikli olmasının tek başına garantisi değildir. Daha önce de söylendiği gibi ekonomik, ailevi ve psikolojik unsurlara ek olarak baskın mutfak kültürü ve göçlerle şekillenen coğrafi entegrasyon da tüketilen et ürünü açısından önemli bir kriterdir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, bir başka kıyı şeridi olan Çanakkale ve Tekirdağ'dan toplanan verilerden elde edilen bulgular ile benzeşmektedir. Tekirdağ'da yapılan araştırmada (Abdikoğlu, 2015), sırasıyla en çok kırmızı et, tavuk eti ve balık etinin tüketildiği bulgulanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda, yazar, bireylerin balık yemeyi zor bulmaları nedeniyle balık tüketme niyetlerinin düşük olduğunu bulgulamışlardır. Çanakkale'de yapılan bir araştırmada ise (Çolakoğlu vd., 2006), gelir durumu ile balık tüketiminin ilişkili olduğu, gelir durumu arttıkça, balık tüketiminin de arttığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu kapsamda, et ve tavuk tercihinin balık tercihine kıyasla fazla olması gelir ve yeme zorluğu ile açıklanabilir. Ayrıca alanyazında belirtildiği üzere balık etinin kırmızı et ve tavuk eti gibi daha ucuz muadillerinin olmaması, doyuruculuğunun düşük olması (Brunso vd., 2009), kırmızı et ve tavuk etinin daha kolay bulunması ve hazırlanabilmesi (Mercedes vd., 2000) ve balık etinin et ve tavuk gibi diğer yemekler içinde

kolaylıkla kullanılamayışı (Yılmaz vd., 2014) nedenlerinden ötürü et ve tavuğa kıyasla daha az tercih edildiğini açıklayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte baharat kullanımının yoğun olduğu Mersin mutfağında, et ve tavuk gibi çok lifli ve çok fazla bağ dokusuna sahip olmayan balık yemeklerinde baharat kullanılamayışının da balık tüketimini etkileyebileceği düşünülmektedir. Alanyazındaki önceki çalışmalar ile kıyaslanan bu araştırma bulguları belli açılardan benzeşirken bazı açılardan ise farklılaşmaktadır. Bunun da en önemli nedenlerinden birisi alanyazında balık tüketiminin restoran ya da menü tercihi odaklıdan ziyade genel tüketim eğilimleri açısından araştırılmasıdır. Evde balık pişirme ya da yeme odaklı araştırma bulguları elbette dışarıda balık yeme niyeti açısından bir gösterge olabilir. Ancak diğer et türlerinden oluşan menüler ile karşılaştırılarak, içerik, pişirme yöntemi ve fiyat gibi değişkenleri hesaba katarak gerçekleştirilen bu araştırmanın bulguları gelecekte farklı örneklerde yapılabilecek benzer çalışmalar ile kıyaslanarak daha genellenebilir sonuçlar ortaya koyulabilir.

Araştırmanın bulguları, yiyecek içecek işletmeleri için de çeşitli öneri ve sonuçlar ortaya koymaktadır. Et tüketimi hala daha günümüzde ilk sıradadır. Bilinen lezzetlerin daha çok tercih edildiği görülmektedir. Bu nedenle dünya mutfakları açısından hizmet veren restoranlarda daha aşına olunan balık ve yöresel ürünlerin aynı tabakta sunulması yerinde olabilir. Balık yemekleri arasında, Izgara Somon ve Dil Balığı Çöktürme'nin daha az tercih edildiği görülmektedir. Bu balıkların yerine daha iyi bilinen deniz ya da çiftlik balıklarının kullanılması önerilebilir. Örneğin dil balığı yerine mezzit gibi bir balık ya da Mersin'in dünyaca ünlü Lagos balığı kullanılabilir. Şen'in (2011) yapmış olduğu çalışmada, Mersin'de en fazla sırasıyla hamsi, çipura ve levrek tüketildiği bulgulanmıştır. Buradan yola çıkarak da bu balıkların dünya mutfağı teması altında hizmet veren restoran menülerinde yer verilmesine dikkat edilmesi önerilmektedir. Araştırma bulguları balıkla birlikte yoğurt servisinin tüketiciler tarafından olumlu karşılanmadığı yönündedir, bu nedenle balık ve yoğurdun aynı tabakta servis edilmemesi önerisinde de bulunulabilir.

Gelecekte araştırmacılar, bu çalışmada kullanılan benzer yöntemi farklı örneklerde deneyerek alanyazına restoranlarda balık tüketme eğilimi açısından katkı sağlayabilir. Tüketicilerin balık menülerine bakış açıları, bu araştırmanın örneklemini olan dünya mutfağı temalı alakart restoranlar yerine daha farklı restoranlarda nicel ya da nitel yöntemler ile araştırılabilir. Sadece balık yemeklerinin olduğu daha fazla sayıda balık menüleri üzerinden kartlar hazırlanarak bunların içerisinde hangisinin daha fazla tüketilme eğiliminde olduğu bulgulanabilir. Ayrıca, duyu analizler vasıtasıyla modernize edilmiş balık tabakları ve geleneksel pişirme teknikleri ile sunulan balık tabaklarına yönelik tüketici değerlendirmeleri ölçülebilir. Son olarak deniz ürünlerinden sadece üç adet balık yemeğini kapsama alan bu araştırmanın aksine daha fazla sayıda deniz ürününü ele alan çalışmalar aracılığıyla deniz ürünlerine yönelik daha kapsamlı bir algı ve niyet öğrenilebilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

Abdikoğlu, D. İ. (2015). *Tekirdağ ilinde balık tüketim eğilimlerinin belirlenmesi*. (Yüksek Lisans Tezi). Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.

- Aydın, M., & Karadurmuş, U. (2013). Trabzon ve Giresun bölgelerindeki su ürünleri tüketim alışkanlıkları. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi / The Black Sea Journal of Sciences*, 3(9), 57-71.
- Balcı, M., Birici, N., Şeker, T., Demir, T., & Arısoy, G. (2016). Malatya il merkezinde yaşayan kişilerin su ürünleri tüketim davranışlarının değerlendirilmesi. *Adıyaman University Journal of Science*, 6(2), 132-155.
- Balık, İ., Yardımcı, C., & Turhan, O. (2013). Ordu ili Fatsa ve Aybastı ilçelerinde balık tüketim alışkanlıklarının karşılaştırmalı olarak incelenmesi. *Ordu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 3(2), 18-28.
- Behdioğlu, S., & Çilesiz, N. (2017). Akademisyenlerin kongre tercih kriterlerinin konjoint analizi ile belirlenmesi . *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 23-37.
- Bucak, T., & Taşpınar, O. (2014). Türk mutfağında deniz kültürünün yeri ve önemi. *Journal of Human Sciences*, 11(1), 551-568.
- Brunso, K., Verbeke, W., Olsen, S. O., & Jeppesen, L. F. (2009). Motives, barriers and quality evaluation in fish consumption situations. *British Food Journal*, 111(7), 699-716. doi:10.1108/00070700910972387.
- Can, F., Günlü, A., & Can, H. Y. (2015). Fish consumption preferences and factors influencing it. *Food Science and Technology*, 35(2), 339-346. doi:10.1590/1678-457X.6624.
- Çolakoğlu, F. A., İşmen, A., Özen, Ö., Çakır, F., Yığın, Ç., & Ormancı, H. B. (2006). Çanakkale ilindeki su ürünleri tüketim davranışlarının değerlendirilmesi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 1(3), 387-392.
- Demir, E. (2020). *Avrupa balık yetiştiriciliği el kitabı*. Google E-Kitap: Tudás Alapítvány Yayıncılık.
- Ding, M., Grewal, R., & Liechty, J. (2005). Incentive – aligned mechanism for conjoint analysis. *Journal of Marketing Research*, 44, 67-82.
- Doğan, K., & Gönülal, O. (2014). Gökçeada balık tüketim alışkanlığının belirlenmesi ve sosyo-ekonomik analizi. *İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 29(1), 101-116.
- Doğan, N. (2019). TRA1 Bölgesinde (Erzurum, Erzincan, Bayburt) hanelerin kırmızı et, tavuk eti ve balık eti tüketimine yönelik mevcut durum üzerine bir araştırma. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 6(2), 285-295. doi:10.30910/turkjans.557121.
- Douglas-Carroll, J., & Green, P. E. (1995). Psychometric methods in marketing research: Part I, conjoint analysis. *Journal of Marketing Research*, 32(4), 385-391.
- Erdal G., & Esengül K. (2008). Tokat ilinde balık tüketimini etkileyen faktörlerin logit model ile analizi, *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 25(3): 203-209.
- FAO. (2010). *Joint FAO/WHO expert consultation on the risks and benefits of fish consumption Rome, 25–29 January 2010*. 11.09.2021 tarihinde https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44666/9789241564311_eng.pdf adresinden erişildi.
- FAO. (2018). *The State Of World Fishers And Aquaculture*. Rome.
- Gül, U., & Yıldırım, İ. (2018). *Kırmızı et durum ve tahmini*. Tarımsal Ekonomi Ve Politika Geliştirme Enstitüsü.

- Güler, O., Benli, S., Akdağ, G., & Çakıcı, A. C. (2016). What is your favorite local food menu? Application of conjoint analysis on The Eastern Mediterranean cuisine of Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(3), 38-52.
- Güngör, G., Özen, Ş., & Güngör, H. (2007). Marmara Denizi balıkçılığının sosyo-ekonomik yapısı ve deniz ürünleri pazarlaması: Tekirdağ ili sahil şeridi örneği. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 4(3), 311-325.
- Hair, J. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). NJ: Prentice Hall.
- Karabulut, H., A., & Yandı, İ. (2006). Su ürünlerindeki Omega-3 yağ asitlerinin önemi ve sağlık üzerine etkisi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(1-3), 339-342.
- Karadal, E. (2014). *Akdeniz Bölgesi sahil şeridi deniz balıkçılığının sosyo-ekonomik durumu*. (Yüksek Lisans Tezi). Ordu Üniversitesi, Ordu.
- Karakuş-Şeren, S., Ceyhun Sezgin, A. E., & Şanlıer, N. (2015). Türk mutfağında kullanılan et ve etli yemek çeşitlerinin yapımı ve sağlık açısından değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(3), 62-68.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi* (26.baskı). Ankara: Ankara Nobel Yayınevi.
- Kaya, Y., Duyar, H. A., & Erdem, M. E. (2004). Balık yağ asitlerinin insan sağlığı için önemi. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 21(3-4), 365-370.
- Kızılaslan, H., & Nalinci, S. (2013). Amasya İli merkez ilçedeki hanehalkının kanatlı eti tüketim alışkanlıkları ve kanatlı eti tüketimini etkileyen faktörler. *Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi*, (6), 1-18.
- Köse, S., Gökoğlu, N., Mol-Tokay, S., Baygar, T., Özer, N., P., Arık-Çolakoğlu, F., Meriç, İ., & Alçiçek, Z. (2010, Eylül). *Türkiye'deki su ürünleri işleme sektörünün durumu, sorunları ve çözüm önerileri*. Sözlü sunum, Türkiye Ziraat Mühendisleri VII. Teknik Kongresi, Ankara.
- Leek, S., Maddock, S., & Foxall, G. (2000). Situational determinants of fish consumption. *British Food Journal*, 102(1), 18-39.
- Mercedes, M. C., Rosa, M. M., Ramon, G., Gloria, L., & Laura, L. M. (2000, August). *Consumption preferences for different kinds of meat: Lamb's Place*. International Congress of Meat Science and Technology (46nd ICoMST), Argentina.
- Mitterer-Daltoé, M. L., Carrillo, E., Queiroz, M. I., Fiszman, S., & Varela, P. (2013). Structural equation modelling and word association as tools for a better understanding of low fish consumption. *Food Research International*, 52(1), 56-63. doi:10.1016/j.foodres.2013.02.048.
- Olgunoğlu, A., Bayhan, Y. K., Olgunoğlu, M. P., Artar, E., & Ukav, İ. (2014). Adıyaman İlinde balık eti tüketim alışkanlıklarının belirlenmesi. *Electronic Journal of Food Technologies*, 9(1), 21-25.
- Olsen, S. O., Scholderer, J., Brunso, K., & Verbeke, W. (2007). Exploring the relationship between convenience and fish consumption: A cross-cultural study. *Appetite*, 49(1), 84-91. doi:10.1016/j.appet.2006.12.002.

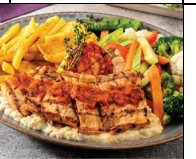
- Orhan, H., & Yüksel, O. (2010). Burdur ili su ürünleri tüketimi anket uygulaması. *Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1-7.
- Öktem, Ş. (2014). Standart reçetelerin turizm sektöründe sürdürülebilirliğe katkısı: Mersin yöresi kahvaltı örnekleri*. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(2), 24-33.
- Pérez-Cueto, F., Pieniak, Z., & Verbeke, W. (2011). Attitudinal determinants of fish consumption in Spain and Poland. *Nutricion Hospitalaria*, 26(6), 1412-1419. doi:10.3305/nh.2011.26.6.5368.
- Saka, F., & Bulut, M. (2020). Determination of fish consumption in Çanakkale. *Marine Science and Technology Bulletin*, 9(1), 7-17.
- Saygı, H., Bayhan, B., & Hekimoğlu, M. A. (2015). Türkiye'nin İzmir ve Ankara illerinde su ürünleri tüketimi. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 3(5), 248-254.
- Saygı, H., Saka, Ş., Fırat, K., & Katağan, T. (2006). The consumption of fish and approach to fish culture of public opinion in Izmir Central Districts. *Ege Journal of Fisheries and Aquatic Sciences*, 23(1).
- Sevinç, İ., A., & Ercoşkun, H. (2020). Kırmızı et tüketimi, kolesterol ve beslenme. *Gıda ve Yem Bilimi - Teknolojisi Dergisi*, 24(1-7), 1-7.
- Şen, A. (2011). *Konya ve Mersin il merkezlerinde yaşayan bireylerin balık tüketimi konusundaki alışkanlık ve bilgi düzeylerinin karşılaştırılması*. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Temel, T., & Uzundumlu, A., S. (2015). Rize ilinde hanelerin balık tüketimi üzerine etkili olan faktörlerin belirlenmesi. *Menba Kastamonu Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi Dergisi*, 2(1), 14-22.
- Terin, M. (2019). Household characteristics influencing fish consumption in Van province, Turkey. *Italian Journal of Food Science*, 31(3), 416-426.
- Thorsdottir, F., Sveinsdottir, K., Jonsson, F. H., Einarsdottir, G., Thorsdottir, I., & Martinsdottir, E. (2012). A model of fish consumption among young consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 29(1), 4-12. doi:10.1108/07363761211193000.
- Tomic, M., Matulic, D., & Jelic, M. (2016). What determines fresh fish consumption in Croatia? *Appetite*, 106(1), 13-22. doi:10.1016/j.appet.2015.12.019.
- Türkiye Beslenme Rehberi 2015. (2016). *TÜBER*. Ankara: T.C. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2017). *Su ürünleri istatistikleri*. (Yayın no. 27669). Ankara. 11.09.2021 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Su-Urunleri-2017-27669> adresinden erişilmiştir.
- Verbeke, W., & Vackier, I. (2005). Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behaviour. *Appetite*, 44(1), 67-82. doi:10.1016/j.appet.2004.08.006.
- Verbeke, W., Vanhonacker, F., Frewer, L. J., Sioen, I., Henauw, S., & Van Camp, J. (2008). Communicating risks and benefits from fish consumption: impact on Belgian Consumers' perception and intention to eat fish. *Risk Analysis*, 28(4), 951-967. doi:10.1111/j.1539-6924.2008.01075.

Yavuz, G. G., Ataseven, Z. Y., Gül, U., & Gülaç, Z. N. (2015). Factors affecting consumer preferences on seafood consumption: The case of Ankara. *Yunus Research Bulletin*.

Yılmaz, S., Şen, E. B., Kara, Ö., & Üresin, A. (2014). Determining consumers preferences for fish consumption: A study in Antalya province of Turkey. *Journal of Academic Documents for Fisheries and Aquaculture*, 1(2), 49-54.

Yüksel, F., Karaton-Kuzgun, N., & Özer, E. İ. (2011). Tunceli ili balık tüketim alışkanlığının belirlenmesi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi / The Black Sea Journal of Science*, 2(5), 28-36.

EK-1

1	YEMEĞİN ADI Tavuk Sote Noodle	FİYATI 38tl
	Özel sos ile sotelenmiş tavuk dilimleri, noodle makarna, soya sos, napoliten sos, havuç, kabak, renkli biberler, ızgara ananas, susam, brokoli ve patates püresi ile	
2	YEMEĞİN ADI Sebzeli Tavuk Izgara	FİYATI 38tl
	Marine edilmiş tavuk göğsü, zeytinyağı, karabiber, pul biber, sarımsak, köy biberi, al biber, ızgara sebze yatağında roka salatası ile	
3	YEMEĞİN ADI Izgara Tavuk Külbastı	FİYATI 38tl
	Izgara tavuk parçaları, beğendi ve napolitan sos, sote sebzeler, patates tava, ızgara domates ve biber ile	
4	YEMEĞİN ADI Sebzeli Bonfile Fajita	FİYATI 55tl
	Baharatla sotelenen bonfile ve sebzeler yanında bezelye püresi ve tortilla ekmeği ile	

5	YEMEĞİN ADI Tereyağında Lokum Bonfile	FİYATI 62tl
	Süt danası bonfile, kurutulmuş domates, kurutulmuş süs biberi, sarımsak, tereyağı, fırık soğan, cevizli elma, kırmızı pancar ve enginar sirkeli sebzeler ile	
6	YEMEĞİN ADI Izgara Hellim Köfte	FİYATI 50tl
	Ev yapımı Hellim peynirli köfte, basmati pilavı, çörek otlu cacık, elma dilim patates, ızgara domates ve biber ile	
7	YEMEĞİN ADI Izgara Levrek Kâse	FİYATI 48tl
	Brokoli, Zeytinyağlı karnabahar, zeytinyağlı siyez bulgur pilavı, haşlanmış taze soya fasulyesi ve susamlı patates ile	
8	YEMEĞİN ADI Izgara Somon	FİYATI 48tl
	Somon ızgara, tartar sos, mor soğan yanında buğday risotto ve yeşillik ile	
9	YEMEĞİN ADI Dil Balığı Çöktürme	FİYATI 42tl
	Jülyen dil balığı fileto, al biber, köy biberi, sarımsak, domates sos, süzme yoğurt, kibrit patates, şerit sebze demet ve kırmızı pancar ile	

A Comparative Study on Fish Dish Preferences in A la Carte Restaurant Menus: The Case of Mersin

Ozan GÜLER

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin /Turkey

Neslihan ŞİMŞEK

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin /Turkey

Gürkan AKDAĞ

Mersin University, Faculty of Tourism, Mersin /Turkey

Simge AKYEL ASLAN

Mersin University, Institute of Social Sciences, Mersin /Turkey

Extensive Summary

Purpose: This study primarily aims to understand the preference priorities of consumers for fish dishes in the menus of à la carte restaurants. To that end, consumers who go to the à la carte restaurant at least once a month were asked to sort nine meal cards consisting of fish, chicken and red meat dishes from 1 to 9, from the most preferred to the least preferred one. Accordingly, this study allows for (1) understanding the preference and liking of fish meals among these nine dishes and (2) exploring the preference and liking of fish meals in comparison to chicken and red meat dishes.

Method: In this study, which is classified as descriptive research in terms of its purpose; it is aimed to find answers to the research questions with the quantitative research method. Under the quantitative research method, it is aimed to seek answers to the research questions by making use of the singular and relational screening model. The questions to be answered in the context of the purpose of the research are as follows;

- 1- What are the preferences and tastes of consumers for different types of fish menus in à la carte restaurants?
- 2- If the consumers are asked to choose among the dishes consisting of red meat, chicken meat and fish in the menus of the à la carte restaurants, what will be the choice rank of fish dishes?
- 3-Does consumers' preferences for fish dishes in à la carte restaurants differ statistically from red meat and chicken dishes?

The population of this study consists of all consumers live in Mersin over the age of 18 and eats out; its' sample includes consumers in Mersin who eat out at restaurants serving à la carte international cuisine at least once a month in Mersin Marina. Data from 218 restaurant customers was collected. The premise of this study is that Hair et al. (2010, p. 436) reports that a sample with 200 or more participants is appropriate for conjoint analysis, which is often used in market research. To collect the data, this study first gathered the demographic and psychographic information of the participants and then asked them to sort the menus consisting of a total of nine dishes from the most liked to the least liked (from 1 to 9).

Findings: The frequencies of the participants for their preference rankings for the top three dishes preferred, demonstrate that an average of 40 participants preferred Sirloin Steak with butter, that 34 participants opted for Steak Fajitas with Vegetables and that 27 of them preferred Grilled Chicken Cutlets and 25, Grilled Halloumi Meatballs and 24, Grilled Sea Bass Bowl. Chicken Sautéed Noodles (75) and Sole Fish (61) were the dishes that the highest number of participants ranked last. The dish with the highest average score and therefore the most preferred one was “Sirloin Steak with Butter” ($\bar{x}=6.27$). The dishes that had the highest average score after Sirloin Steak with Butter and had an average score above 5 were “Steak Fajitas with Vegetables” ($\bar{x}=5.99$), “Grilled Halloumi Meatballs” ($\bar{x}=5.36$), “Grilled Chicken Cutlet” ($\bar{x}=5.33$), “Grilled Sea Bass Bowl” ($\bar{x}=5.19$) and “Grilled Chicken with Vegetables” ($\bar{x}=5.07$). The dishes with the lowest average and thus least preferred were “Chicken Sautéed Noodles” ($\bar{x}=3.49$), “Sole Fish” ($\bar{x}=3.68$). The results of the ANOVA test show that the liking of the consumers significantly varied between these nine types of food ($F=32,789$; $p<0,05$). Based on the average scores, the highest significant difference was in the dishes that mostly include red meat dishes but that the difference between the other two menus of chicken and fish dishes was high as well. In conclusion, Grilled Sea Bass Bowl is the most popular dish in the fish menus; however, although Grilled Salmon is less favored than Grilled Sea Bass Bowl, there is no statistically significant difference between them, which implies that these two may be a substitute for each other. Furthermore, there is no significant difference between Grilled Sea Bass Bowl and other chicken and red meat dishes such as Grilled Halloumi Meatballs, Grilled Chicken Cutlet and Grilled Chicken with Vegetables, which also means that these dishes can substitute each other. On the other hand, Sole Fish ranks last among fish dishes and has significant and negative differences with all other dishes, except for a chicken dish, in terms of liking.

Authenticity: There are numerous studies on fish consumption in the Turkish and international literature. However, a major part of these studies do not investigate or compare products by addressing fish consumption at home or fish consumption outside from a broader perspective. This study focuses on understanding the fish consumption habits in relation to the intention to order a fish dish in restaurants and in comparison with other meat dishes.

Suggestions: Based on the results of these analyses, this study presents the following suggestions:

- Among the fish dishes, Grilled Salmon and Sole Fish dishes are less preferred. This study thus suggests the use of more widely consumed fish rather than these fish.
- The findings of this study imply that consumers do not favor serving yogurt with fish, so it suggests avoiding serving fish and yogurt on the same plate.
- Future research may contribute to the literature by investigating the tendency to consume fish in restaurants through a similar method used in this study and with different samples.
- Sensory analyses may help evaluating consumer reviews of fish dishes presented with modernized fish dishes and traditional cooking techniques.
- Lastly, more studies that address a larger number of seafood products can allow for understanding the perception and intention towards seafood more comprehensively.

Limitations: The variables of this study are restricted with fish, chicken and red meat, and consumers' preferences for and liking of meat-related products are limited to the menus in Appendix 1. In addition, the prices in the menus are the average prices of 5 à la carte restaurants in Mersin Marina, which are included in the research sample, in

December, 2019. Another limitation of this study is the fact that prices do not fully represent those for the year 2021. Although the use of a convenient sampling method in this study has led to a quick and easy data collection process, it constitutes a limitation for the generalizability of the results of this study.