



Social Sciences Indexed

**International**  
**SOCIAL MENTALITY AND**  
**RESEARCHER THINKERS JOURNAL**  
Open Access Refereed E-Journal & Refereed & Indexed  
SMARTjournal (ISSN:2630-631X)



Architecture, Culture, Economics and Administration, Educational Sciences, Engineering, Fine Arts, History, Language, Literature, Pedagogy, Psychology, Religion, Sociology, Tourism and Tourism Management & Other Disciplines in Social Sciences

2019

Vol:5, Issue:26

pp.1774-1784

www.smartofjournal.com

editorsmartjournal@gmail.com

**TÜKETİCİLERİN ARI ÜRÜNLERİ SATIN ALMA TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER (BİR YAZIN TARAMASI)**

FACTORS AFFECTING CONSUMERS' BUYING PREFERENCES FOR BEE PRODUCTS (A LITERATURE REVIEW)

**Dr. Öğr. Üyesi Kurtuluş Merdan**

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe Bölümü, Gümüşhane/Türkiye

ORCID: 0000-0002-4513-0920



Article Arrival Date : 09.11.2019

Article Published Date : 10.12.2019

Article Type : Research Article

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.385>

Reference : Karahüseyinoğlu, M.F.; Çoban, B. & Karataş, B. (2019). "Tüketicilerin Arı Ürünleri Satın Alma Tercihlerini Etkileyen Faktörler (Bir Yazın Taraması)", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 5(26): 1774-1784

**ÖZET**

Son zamanlarda işitsel ve görsel basında arı ürünlerine yönelik kampanyalar sürekli artmakta tüketicileri etkilemeye yönelik çalışmalar birer iletişim ve reklam aracı olarak kullanılmaktadır. Günümüzde teknolojiye yaşanan hızlı değişim ve artan yaşam standartları paralelinde değişen istek ve beklentiler tüketici tercihlerinde önemli değişikliklere neden olmaktadır. Bu kapsamda tüketicilerin satın alma tercihlerini sosyo-ekonomik, demografik ve psikolojik vb. faktörler etkilemektedir

Bu çalışmada tüketicilerin arı ve arı ürünleri satın alma tercihlerini etkileyen faktörler yazın taraması aracılığıyla incelenmektedir. Bu amaç doğrultusunda tüketicilerin arı ve arı ürünlerine yönelik algılarını; ürünün niteliği, ürünün marka değeri, ürünün temin yeri, reklam, ambalaj türü, tüketici memnuniyeti ve tercih edilen ürün çeşidi etkilemektedir. Tüketicilerin satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerin tespitine yönelik gerçekleştirilen çalışmada elde edilen bulgular tüketicilerin büyük çoğunluğunun öncelikle bal tüketiminde bulunduğunu ve daha sonra diğer arı ürünlerine yöneldiklerini ortaya koymaktadır. Bu çalışmada tüketicilerin bal dışındaki arı ürünleri hakkında yeterli bilgilerinin bulunmadığı ve bu ürünlerden yeterince faydalanmadıkları tespit edilmiştir. Bu noktada bal dışındaki arı ürünlerine yönelik tanıtımın ve bilgilendirmenin artırılması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketici, Ambalaj, Reklam, Bal

**ABSTRACT**

Recently, the number of campaigns for bee products has been continuously increasing in the auditory and visual media, and efforts to influence consumers have been used as communication and advertising tools. The rapid change in technology today, and the demands and expectations changing in parallel with the increasing living standards lead to significant changes in consumer preferences. In this case, socio-economic, demographic, and psychological factors affect consumers' buying preferences.

In this study, the factors that affect consumers' preferences in buying bees and bee products are examined through a literature review. In line with this purpose, the quality of the product, the brand value of the product, the place from where the product is obtained, advertising, packaging type, consumer satisfaction, and the preferred product type affect consumers' perceptions of bee and bee products. The findings of the study, which was conducted to determine the factors affecting consumers' buying preferences, reveal that the vast majority of consumers primarily consume honey and then

turn to other bee products. In this study, it was found that consumers do not have sufficient information about bee products other than honey, and they do not benefit enough from these products. At this point, it is necessary to increase promotion and informative activities for bee products other than honey.

**Keywords:** Consumer, Packaging, Advertising, Honey

## 1. GİRİŞ

İnsanoğlu yaşamı boyunca hastalıklarla mücadele edebilmek adına tüketim tercihlerini besin değeri yüksek gıda ürünlerine yönelik gerçekleştirmektedir. Dünyada yaşanan hızlı gelişim, tüketicilere dünyanın farklı yörelerindeki ürünlere kolayca erişebilme ve ürünlerden haberdar olabilme imkanı sunmaktadır. Bu durum tüketici kalıplarında sürekli değişikliklere neden olmaktadır.

Son dönemlerde görsel ve işitsel basında bal ürünlerine yönelik sürekli kampanyalar düzenlenmekte, bu durum bireylerin tüketim tercihlerini ve alışveriş eğilimlerini de etkilemektedir. Benzer şekilde firmalar internette yoğun takipçisi bulunan sosyal ağ sitelerini, birer iletişim ya da reklam aracı olarak kullanmakta görselliği yüksek ve daha çok tüketicileri etkileyici temalara ağırlık vermektedirler.

Tüketicilerin satın alma ve kullanım alışkanlıkları son yıllarda tüketici profiline bağlı olarak sürekli değişiklik göstermektedir. Tüketici tercihlerindeki değişimler arı ürünleri başta olmak üzere gıda ürünlerinden kozmetik ürünlere kadar kullanım alanını genişletmiştir. Günümüzde arı ürünleri tüketim tercihleri daha çok bal ürünlerine yönelik olarak gerçekleşmektedir.

Bal ve bal ürünleri sindirim ve solunum sistemi rahatsızlıklarında, bebek ve çocukların beslenmesinde, pasta ve tatlı çeşitlerinde yoğun kullanım alanı bulmaktadır. Aroması, kokusu, tadı, besin değeri gibi özellikleri dikkate alındığında insanlar için enerji kaynağı olarak görülmektedir.

Bu çalışmada tüketicilerin arı ve arı ürünlerine yönelik algıları ürün niteliği, marka değeri, ürünün temin edildiği yer, reklam, ambalaj, tüketici memnuniyeti, tüketilen ürünün türü ve diğer etkenler aracılığıyla incelenmektedir.

## 2. ARI ÜRÜNLERİ VE FAYDALARI

Arı ürünleri arasında en fazla bilineni sırasıyla bal, polen, bal mumu ve arı sütü olmakla birlikte en az bilineni ise arı zehri ve propolistir (Niyaz ve Demirbaş, 2017: 255).

### 2.1. Bal

Bal, meyve tomurcuklarından ya da bitki özlerinden alınan nektarın arıların bal midesi denilen organlarında depolanarak kimyasal değişime uğraması sonucu oluşan ve bal arıları tarafından kovandaki petek gözlerine aktarılması sonucunda üretilen doğal bir besindir. Bal elde edilen bilgi kaynağına göre farklılık göstermekle birlikte karbonhidrat (%82), su (%17), mineral madde (%0.7), protein ve vitamin (%0.3) gibi makro ve mikro bileşenler içermektedir (Mutlu vd., 2015: 75).

Balın yararlarına yönelik çok fazla çalışma bulunmaktadır. Ortaya konulan çalışmalarda balın antimikrobiyal ( Aksoy ve Dığrak, 2006; Karadal ve Yıldırım, 2012) ve antioksidan ( Alzahrani vd., 2012; Karadal ve Yıldırım, 2012; Marshall vd., 2015; Islam vd., 2012), özellikleri bulunmakta olup, sindirim sistemine ( Ajibola vd., 2012; Zanini vd., 2014), yara bakımına ( Al-Waili vd., 2011), kanser ve tümör hücrelerinin yok edilmesi üzerine (Othman vd., 2012; Erejuwa vd., 2014; Abdel-Latif, 2015) de olumlu katkıları olduğu tespit edilmiştir.

### 2.2. Balmumu

Bal mumu, bal arılarının karın bölgesi içerisinde salgıladıkları kompleks maddelerden elde edilmektedir. Bal mumu içeriğinde çeşitli monoesterler (%35), diesterler (%14), hidroksi esterler (%12), uzun zincirli serbest yağ asitleri (%12) ve triesterler (%3) barındırmaktadır. Bal mumu kolonilerde bulunan yavrular için bal, polen ve kuluçka yeri depolanması gibi çeşitli amaçlar için de kullanılmaktadır (Mutlu vd., 2017: 81).

Balmumu, Avrupa, Orta ve Güney Amerika'da baldan daha önemli bir ürün çeşidi olarak görülmektedir. Özellikle temel petek yapımında ilaç sanayinde boya ve cila yapımında ve kozmetik sanayinde, eczacılık, dişçilik ve kalıpcılık alanında yoğun olarak kullanılmaktadır (Schmidt, 1997; Mutlu vd., 2017: 81). Aynı zamanda Katolik kiliselerinde de yakılan mumlarda %32 oranında bal mumu bulunması gerektiğinden bal mumu sanayisinde ciddi miktarlarda kullanım alanı bulmaktadır (www.aricilikgazetesi.com.tr).

### 2.3. Polen

Polen, arıların büyümesi ve gelişimini tamamlayabilmesi için günlük alınması gereken tüm besinleri uygun denge içerisinde bulunduran doğal madde olarak tanımlanabilir. Polenin yapısında protein, karbonhidrat, vitamin enzim, lipit, adrenalin, noradrenalin ve aminoasit gibi bileşenler bulunmakla birlikte bu oranlar, polenin kaynağına göre farklılık göstermektedir (Sammataro ve Avitabile, 2004; Karataş ve Şerbetçi, 2008).

Vücut direncinin korunmasında, insan sağlığı ve beslenmesinde önemli katkıları bulunmaktadır (Erdoğan ve Dodoloğlu, 2005; Bakoğlu vd., 2014). Bunların dışında polen bedensel ve zihinsel yorgunluğun giderilmesinde, damar tıkanıklığının önlenmesinde, kansızlığın giderilmesinde, sporcuların performanslarının artırılmasında, çocukların bedensel gelişiminde, çalışanların performansının artırılmasında, prostat, karaciğer ve kanser hastalarının tedavisinde kullanılmaktadır (www.aricilikgazetesi.com.tr).

### 2.4. Arı Sütü

Arı sütü; kraliçe ya da işçi arıların beslenmesinde kullanılan ve arı sütü bezlerinden salgılanan koyu kıvamda, beyaz renkte ve asit karakterli özel bir besin maddesidir (Karlıdağ ve Genç, 2009: 127; Merdan ve Durmuş, 2018: 1104). Arı sütünün yapısında; vitaminler, proteinler, lipitler, şekerler, dekanokasit ve serbest aminoasitler gibi biyoaktif bileşenler bulunmaktadır (Orsolice, 2012).Tüketiminin aç karnına, kahvaltıdan yarım saat öncesinde, dil altından emilmesi yoluyla ya da balla birlikte yapılması gerekmektedir.

Arı sütünün faydaları bilimsel olarak klinik test ve deneylerle ispatlanmamış olsa da bazı tecrübe ve gözlemler ışığında arı sütünün faydalarını ve kullanım alanlarını kısaca özetleyecek olursak; çocukların dengeli beslenmesinde, vücut direncinin artırılmasında, yaşlanmanın geciktirilmesinde, bedensel ve zihinsel yorgunluğun atılmasında, kan dolaşımının hızlandırılmasında, cinsel gücün artırılmasında, saç dökülmesinin önlenmesinde, cildin güzelleştirilmesinde, yaşlılıkla oluşan damar sertliğinin giderilmesinde, kansızlık, sarılık ve yüksek tansiyonun düzenlenmesinde olumlu etkileri olduğu belirtilmiştir (www.aricilikgazetesi.com.tr; Ramadan vd., 2012; Tunca vd; 2015, Uçar 2018: 193).

### 2.5. Arı Zehri

Apitoksin olarak da bilinen arı zehri; arının karın boşluğunda yer alan, zehir kesesinde depo edilen ve biyolojik olarak birçok etkisi bulunan bir maddedir (Şahinler, 2000; Kokuludağ, 2015; Altıntaş ve Bektaş, 2019: 84). Arı zehrinin toplanması eskiden elektrik şokuyla, günümüzde ise bu yöntem modernize edilerek tel altına cam levhalı düzeneğin yerleştirilmesi şeklinde yapılmaktadır. Arı zehri içerdiği maddeler sebebiyle günümüzde tedavi amacıyla kullanılmaktadır.

Arı zehri insanlarda yüz kızışıklığının azaltılmasında (Han vd., 2015), kronik bel ağrısı tedavisinde (Saber vd., 2015; Pavel, 2015a), akciğer kanserinin tedavisinde (Jang ve Jong, 2013), diyabet hastalarında kan şekerinin düşürülmesinde (Krylov vd., 2015), parkinson, Alzheimer (Sığ vd., 2019: 414) ve osteoartritli hastaların tedavisinde (Akyüz, 2015), idrar hassasiyetinde ve bacak kaslarının güçlendirilmesinde (Pavel, 2015b), romatizma, egzema, epilepsi ve migren tedavisinde (Onbaşlı vd, 2019: 55) önemli etkisi bulunmaktadır.

Hayvanlara yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda ise arı zehri; diyabetik tavşanlarda kan şekerinin düşürülmesinde (Ganbold vd., 2015), farelerin sırt bölgelerinde açılan yaraların iyileştirilmesinde

(Han vd., 2011), süt ineklerinde görülen mastitis enfeksiyonunun azaltılmasında (Han vd., 2009) ve korneo zedelenmesi olan köpeklerin iyileştirilmesinde (Krylov ve Bardahcieva, 1997) kullanılmaktadır.

## 2.6. Propolis

Kullanıcıları tarafından doğal antibiyotik olarak bilinen propolisin; mantar, bakteri, protozoa ve çok sayıda virüs çeşidi üzerinde inhibitör etkisi bulunmaktadır. Propolis elde edilen bilgi kaynağına göre farklılık göstermekle birlikte reçineli bileşik ve balsam (% 50), balmumu(%30), aromatik yağlar (%10) ve arı poleni (%5) bileşenlerinden oluşmaktadır (Yücel vd., 2014: 42).

Son zamanlarda propolisin faydalarını tespit etmeye yönelik birçok bilimsel çalışma yapılmaktadır. Propolisin kanser hücrelerine (Daidone vd., 1990; Aso vd., 2004; Güney vd., 2007; Kurt vd., 2010; Barlak vd., 2011; Camargo vd., 2013; Lisicic vd., 2014), sindirim sistemlerine (Boyonava vd., 2003; Vaz Coelho vd., 2007; Kakino vd., 2012), dermatoloji alanına (Hartwich vd., 2000; Muscat, 2013; Balata vd., 2014), üroloji alanına (Black, 2005; Lavigne vd., 2011), diş hekimliğine (Özcan vd.,2003; Erdem ve Ölmez, 2004; Sauza vd., 2014), nöroloji alanına (Wei vd.,2004; Aksoy vd., 2011), dolaşım sistemi ve kalp hastalıklarına (Barak vd., 2002; Fuliang vd., 2005) olumlu etkileri olduğu tespit edilmiştir.

## 3. ARI ÜRÜNLERİ TÜKETİM TERCİHLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Arı ürünleri tüketim tercihleri arasında en fazla ilgiyi bal görmektedir. Baldan sonra ilgiyi polen ve arı sütü almaktadır. Kahramanmaraş il merkezinde yaşayan tüketicilere yönelik gerçekleştirilen çalışmada tüketicilerin %84,4'ünün arı ürünleri tüketim tercihlerini baldan yana kullandıkları tespit edilmiştir (Aytıp vd., 2019: 449). Adana ve İçel illerinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada da tüketicilerin ilgisi bala yöneliktir. Tüketiciler balı beslenme ve tedavi amacıyla kullandıklarını dile getirmektedirler (Kumova ve Korkmaz, 1999).

### 3.1. Ürünün Niteliği

Tüketici algısını şekillendiren deneyimler ürünün niteliği açısından farklılık göstermektedir. Tüketicilerin satın alma eğilimini ürünün rengi, kokusu, tadı, akışkanlığı, görüntüsü ve kalitesi etkilemektedir. Bu durum ürünün fiyatı kadar kalitesiyle de ilgilidir. Ürünün niteliğiyle ilgili imajın oluşumunda ise tüketicilerin ürüne yükledikleri anlam ile hangi ürün ile özdeşleştirildiği etkili olmaktadır.

Türkiye genelinde arı ürünlerinin niteliğine yönelik birçok çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Antakya kent merkezinde gerçekleştirilen bir çalışmada tüketiciler arı ürünleri tercihinde bulunurken ürünün tadına, rengine, kokusuna ve akışkanlığına dikkat ettikleri görülmüştür (Şahinler vd., 2004). Ordu ili kent merkezinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise tüketicilerin arı ürünleri satın alma tercihlerini doğallık, fiyat, tat, koku, sağlığa yararı ve ambalaj gibi faktörlerin etkilediği tespit edilmiştir (Sıralı ve Çelik, 2007).

Paydaş ve Semerci (2001) tarafından İstanbul'da gerçekleştirilen çalışmada tüketicilerin arı ürünleri tercihlerinde yöreye, doğallığa, kaliteye, renge ve kristalleşmeye; Şahinler vd., (2005) tarafından Antakya kent merkezinde gerçekleştirilen çalışmada ise tüketicilerin satın alma tercihlerinde kaliteye, fiyata ve balın ambalajına dikkat ettiği bildirilmiştir (Şahinler vd., 2004).

Tokat ilinde arı ürünleri tercihinde bulunan tüketiciler; ürünün kokusunu, rengini, görünüşünü, fiyatını, ambalajını, balın üretildiği yeri ve nektar durumunu önemli olarak; ürünün tadını, kalitesini, üründeki katkı maddelerini, ürünü üreten firmanın adını ve ürüne sağlık açısından güvenebilmeyi ise çok önemli olarak görmektedirler (Sayılı, 2013: 19).

Aytıp vd., (2014) çalışmalarında arı ürünleri satın alma tercihlerinde en çok kaliteye önem verdiklerini bildirmektedir. Tüketiciler bal alırken kaliteye önem vermekte, balın kokusu, rengi, tadı ve üretildiği kaynak önemli görülmektedir (Kabakçı ve Dodoloğlu, 2014).

### 3.2. Ürünün Marka Değeri

Marka, tüketici gözünde ürün algısı olarak ortaya çıkmaktadır. Arı ürünlerine yönelik marka değeri marka isminin hatırlanabilirliğine bağlıdır. Gümüşhane ve Bayburt illerine yönelik gerçekleştirilen bir çalışmada arı ürünleri tüketicilerinin % 65,5'inin bal ve bal markasına önem verdikleri, bal firmaları içerisinde %44,5'inin Bal Parmak firmasını tercih ettikleri bulgusuna ulaşılmıştır (Merdan, 2018: 57). Kırşehir ilinde gerçekleştirilen bir çalışma da ise benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu kapsamda tüketicilerin %62'sinin marka tercihinde bulunduğu tespit edilmiştir (Karadavut ve Diğ., 2014).

Türkiye'de marka değeriyle ilgili gerçekleştirilen bir çalışmada tüketicilerin %49,6'sının sadece markalı balı, hem markalı hem markasız balı %42,9'unun ve yalnızca markasız balları ise %7,5'inin tercih ettikleri belirlenmiştir (Bölüktepe ve Yılmaz, 2006). İzmir kent merkezine yönelik gerçekleştirilen diğer bir çalışmada ise farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmada ise tüketicilerin sadece %21'i balda markayı önemli bulmakta, markaya verilen önem derecesinin gelir düştükçe azaldığı vurgulanmaktadır (Paydaş ve Semerci, 2001). Türkiye'de gerçekleştirilen çalışmalardan hareketle bal tüketiminde markalı ballara bağlılık oranlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir.

### 3.3. Ürünün Temin Yeri

Türkiye'de bu alanda gerçekleştirilen birçok çalışmada ürün temin yerinin daha çok marketlere (Adana, Ordu, Tokat ve İçel illerinde) ve üreticilere (Çanakkale, Kahramanmaraş, Antakya, İzmir ve Mersin illerinde) yönelik olduğu tespit edilmiştir. Adana, Ordu, Tokat ve İçel illerinde bal tüketiminin araçlar eliyle gerçekleştirildiği Çanakkale, Kahramanmaraş, Antakya, İzmir ve Mersin illerinde direkt üreticiye ulaşıldığı söylenebilir.

Türkiye genelinde gerçekleştirilen bir çalışmada tüketicilerin %70'i markalı balı süpermarketlerden %66'sının da markasız balı üreticiden (Bölüktepe ve Yılmaz, 2006) satın aldıkları tespit edilmiştir. Türkiye geneli dışında Antakya ilinde gerçekleştirilen bir çalışmada tüketicilerin %31,1'i balı marketten (Şahinler vd., 2004), İzmir ili kent merkezinde gerçekleştirilen bir çalışmada ise tüketicilerin % 68.42'sinin bal ve diğer arı ürünlerini büyük süpermarketlerden (Saner ve ark., 2012), Mersin kent merkezinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise tüketicilerin balı en çok marketlerden (Aytop vd., 2014) satın aldıkları belirlenmiştir.

Ordu ilinde gerçekleştirilen bir çalışmada tüketicilerin %72'sinin balı üreticiden (Sıralı ve Çelik, 2007), Adana ve İçel illerini kapsayan başka bir çalışmada ise tüketicilerin %49'unun bal ihtiyacını üreticiden ve %45'ininde marketlerden (Kumoza ve Korkmaz, 1999), Tokat, Kahramanmaraş ve Çanakkale illerinde ise balın en fazla satın alma yerinin yine üreticiler olduğu (Sayılı, 2013; Aytop vd., 2019: 449; Niyaz ve Demirbaş, 2017: 255) tespit edilmiştir.

### 3.4. Reklamın Etkisi

Arı ürünlerinin tercih edilmesi ürünün kalitesine, kalite ile fiyat arasında uyumun sağlanmasına, temininin kolay olmasına ve ürünün özelliklerini yansıtmasına bağlıdır. Bu bağlamda tüketiciye, üretilen arı ürünleri hakkında yeterli ve doğru bilgiyi çeşitli iletişim araçları yardımı ile iletmek reklam ve pazarlamanın temel görevleri arasında yer almaktadır.

Tunca vd., (2014) tarafından Bursa, Erzincan, Muğla, Kayseri, Kırşehir, Mersin, Batman, Diyarbakır, Muş, Ordu ve Samsun illerini kapsayan bir çalışmada reklamın bal satın alma sürecince inandırıcı olmadığı belirlenmiştir. Sıralı ve Çelik (2007) tarafından Ordu ilinde gerçekleştirilen çalışmada, reklamın bal satın alma sürecinde etkili olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Sayılı (2013) tarafından tokat ilinde, Niyaz ve Demirbaş (2017) tarafından Çanakkale ilinde gerçekleştirilen çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle arıcılık faaliyetinin yoğun olarak gerçekleştirildiği Bursa, Kayseri, Batman, Kırşehir, Mersin, Çanakkale, Diyarbakır, Erzincan, Muğla, Muş, Ordu, Samsun ve Tokat illerinde bal tüketimine ilişkin reklamların etkisinin olmadığı söylenebilir. Saner vd., (2012)'nin İzmir ilinde gerçekleştirdiği başka bir çalışmada ise farklı

sonuçlar elde edilmiştir. Bu çalışmada bal reklamlarının tüketicilerin satın alma sürecinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçtan hareketle İzmir gibi büyük kentlerde yaşayan insanların reklamların etkisinde kaldığı söylenebilir.

### 3.5. Ambalaj Türü

İstanbul ilinde gerçekleştirilen bir çalışmada bal tüketicileri ambalaj türü olarak cam kavanozu (%85) tercih ettiklerini (Paydaş ve Semerci, 2001), yine benzer şekilde Antalya (Şahinler vd., 2004), Ordu (Sıralı ve Çelik, 2007) ve İzmir (Saner vd., 2012) illerinde gerçekleştirilen anket çalışmalarında, tüketicilerin satın alma tercihlerini cam kavanozdan yana kullandıkları dile getirilmektedir.

Tokat ilinde gerçekleştirilen bir çalışmada tüketicilerin arı ürünleri tüketim tercihinde bulunurken en fazla ambalaja önem verdiklerini (%77,94) ve ambalaj olarak da en fazla cam kavanozu (%75,74) tercih ettikleri belirlenmiştir (Sayılı, 2013: 19). Benzer şekilde Çanakkale il merkezinde gerçekleştirilen başka bir çalışmada ise tüketiciler ambalaj tercihini büyük çoğunlukla cam kavanozdan yana kullandıklarını dile getirmektedirler (Niyaz ve Demirbaş, 2017: 255).

Türkiye ekseninde gerçekleştirilen çalışmalardan elde edilen bulgular, tüketicilerin arı ürünleri satın alma tercihlerini cam ambalajlı ürünlerin olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır.

### 3.6. Tüketici Memnuniyeti

Tüketicilerin satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerden biri de tüketici memnuniyetidir. Tüketici memnuniyeti ya da memnuniyetsizliği, üründen elde edilen fayda düzeyine ve ürünün beklentileri karşılayabilme özelliğine bağlıdır.

Arı ürünleri tüketici memnuniyetine yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda daha çok güven sorunu yaşanmaktadır. Bu kapsamda Ordu ili kent merkezinde tüketicilerin süzme bal satın alma tercihlerini belirlemeye yönelik gerçekleştirilen çalışmada; piyasada satışı sunulan balların saf ve doğallığı konusunda tüketicilerin ciddi şüphelerinin olduğu dile getirilmektedir (Sıralı ve Çelik, 2007). Yine İzmir ilinin farklı ilçelerinde gerçekleştirilen bir çalışmada ise arı ürünleri satın alınırken ürünün güvenilirliğine yönelik ciddi endişelerin olduğu tespit edilmiştir (Baki vd., 2017).

### 3.7. Tercih Edilen Ürün Çeşidi

Tüketicilerin bir mala olan talebini tercih edilen ürünün çeşidi de etkilemektedir. Türkiye'nin birçok ilinde arı ürünleri tüketim tercihleri bal ve bal ürünlerine yönelik gerçekleşmekte, bal ürünleri arasında da en fazla ilgiyi süzme bal görmektedir (Paydaş ve Semerci, 2001; Şahinler vd., 2004; Sıralı ve Çelik, 2007; Saner vd., 2012; Sayılı, 2013: 18; Kabakçı ve Dodoloğlu, 2014).

Arı ürün çeşitleri arasında yer alan çiçek ve çam balına olan ilgi de sürekli artmaktadır. Bu kapsamda Mersin il merkezinde arı ürünlerine yönelik gerçekleştirilen bir çalışmada, tüketicilerin % 15.9'unun çam balını, yine İzmir ilinin 11 merkez ilçesinde yaşayan tüketicilerden elde edilen verilere göre; tüketicilerin % 27'sinin çam balını, % 26'sının çiçek balını ve % 24'ünün de petekli balı tercih ettikleri görülmüştür (Aytop vd., 2014; Baki vd., 2014).

Türkiye'nin farklı yörelerinde gerçekleştirilen çalışmalardan elde edilen bulgulara göre tüketicilerin çoğunluğunun süzme balı tercihinde buldukları, süzme bal içerisinde de çam ve çiçek balına önem verdikleri tespit edilmiştir.

## 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tüketicilerin satın alma tercihlerini etkileyen faktörlerin tespitine yönelik gerçekleştirilen bu alan yazınında elde edilen bulgular tüketicilerin büyük çoğunluğunun öncelikle bal tüketiminde bulunduğunu ve daha sonra diğer arı ürünlerine yöneldiklerini ortaya koymaktadır. Arı ürünleri tüketim tercihlerini süzme ve petekli bal oluşturmaktadır. Süzme bal içerisinde de çam ve çiçek balı tercih edilmektedir.

Çalışmada elde edilen bulgulardan yola çıkılacak olursa, tüketicilerin bal dışındaki arı ürünleri hakkında yeterli bilgilerinin bulunmadığı ve bu ürünlerden yeterince faydalanmadıkları tespit edilmiştir. Bu noktada bal dışındaki arı ürünlerine yönelik tanıtımın ve bilgilendirmenin artırılması gerekmektedir.

Arı ürünleri tüketim tercihlerini; ürünün niteliği, ürünün marka değeri, ürünün temin yeri, reklam, ambalaj türü, tüketici memnuniyeti ve tercih edilen ürün çeşidi etkilemektedir. Tüketiciler ürünün niteliği açısından satın alma tercihlerinde en çok kaliteye önem vermekte, balın kokusu, rengi, tadı ve üretildiği kaynak da önemli görülmektedir. Bal tüketiminde markalı ballara bağlılık oranlarının yüksek olduğu, ürünün temin yerinde ise daha çok marketlere ve üreticilere yönelme olduğu tespit edilmiştir.

Elde edilen bulgular ekseninde arıcılık faaliyetinin yoğun olarak yapıldığı illerde reklamların etkisiz kaldığı, İzmir gibi büyük kentlerde yaşayan insanların ise reklamların etkisinde kaldığı söylenebilir. Ambalaj türü açısından ise tüketicilerin arı ürünleri satın alma tercihlerini cam kavanozlu ürünlerin etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuçlara ek olarak tüketicilerin arı ürünlerinin saflığı ve doğallığı konusunda ciddi şüphelerinin olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak; arı ürünleri tüketim tercihlerini malın niteliği, kalitesi, markası, reklamı, ambalajı ve fiyatı belirlemektedir. Bu kapsamda piyasada farklı nitelikte, kalitede, markada ve fiyatta arı ürünü satın almak mümkün olmakla birlikte arı ürünlerinin güvenilirliğine yönelik ciddi endişeler yaşanmaktadır. Özellikle sahte bal haberleri ve bu konuda yapılan tespitler bal tüketimini olumsuz etkilemektedir. Bu noktada arı ürünlerine yönelik denetimin artırılması hem sağlık hem de güven açısından önem arz etmektedir. Arı ürünleri piyasasında yaşanan aksaklıkların giderilmesi ve arı ürünleri piyasasının tüketicilerin isteklerine uygun hale getirilmesiyle birlikte bal ürünlerine olan ilgi daha da artacaktır.

#### KAYNAKÇA

Abdel-Latif, M.M., (2015). "Chemoprevention of gastrointestinal cancers by natural honey". World Journal Pharmacology 4(1): 160-167

Ajibola, A., Chamunorwa, J.P., Erlwanger, K. H. (2012). "Nutraceutical values of natural honey and its contribution to human health and wealth". Nutrition and Metabolism, 9(61), 1-13

Aksoy, S., F. Armutçu, & Yiğitoğlu, M. R. (2011). Using of caffeic acid phenetil ester (CAPE) the active substance of propolis in some neurologic disease and emergency. Spatula DD. 1 (1), 37-42.

Aksoy, Z., Dığrak, M., (2006). "Bingöl yöresinde toplanan bal ve propolisin antimikrobiyal etkisi üzerinde in vitro araştırmalar", Fırat Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi, 18(4), 471-478.

Altıntaş, L., ve Bektaş, N. (2019). "Apiterapi: 1. Arı Zehri", Uludağ Arıcılık Dergisi, 19(1), 82-95.

Al-Waili NS, Al-Ghamdi A, Ansari MJ, et al. (2013). Differences in composition of honey samples and their impact on the antimicrobial activities against drug multiresistant bacteria and pathogenic fungi. Arch Med Res, 44, 307-316.

Alzahrani, H.A., Alsabehi, R., Boukraâ, L., Abdellah, F., Bellik, Y., & Bakhotmah, B.A. (2012). "Antibacterial and antioxidant potency of floral honeys from different botanical and geographical origins". Molecules, 17(9), 10540-10549.

Aytop, Y., Akbay, C., & Meral, H., (2019). "Consumers Behavior Towards Bee Products Consumption in The Centre District of Kahramanmaras Province", KSÜ Tarım ve Doğa Derg 22(Ek Sayı 2), 449-455

Aso, K., Kanno, S., Tadano, T., Satoh, S., & Ishikawa, M. (2004). Inhibitory effect of propolis on the growth of human leukemia U937. Biol Pharm Bull. 27, 727-730

- Aytop, Y., Çakırlı, C., & Şahin, A., (2014). Bal Tüketiminde Etkili Olan Faktörlerin Belirlenmesi: Mersin Kent Merkezi Örneği. 4. Uluslar arası Muğla Arıcılık ve Çam Balı Kongresi (5-9 Kasım 2014) Bildirileri, 226-229. Ölüdeniz, Muğla.
- Baki, F., Saner, G., Adanacıoğlu, F., & Güler, D., (2017). “Türkiye’de Süzme Çam Balına Yönelik Tüketici Tercihlerinin Konjoint Analizi: İzmir İli Örneği, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 03 (02), 50-57.
- Bakoğlu, A., Kutlu, M.A., Bengü, A.Ş., (2014). “Bingöl ilinde arıların yoğun olarak konakladıkları alanlarda üretilen ballarda bulunan polenlerin tespiti”, Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi 1(3), 348-353.
- Balata, G., H. Nahas, M. E., & Radwan, S. (2014). Propolis organogel as a novel topical delivery system for treating wounds. *Drug Delivery* 21 (1), 55-61
- Barak, V., Birkenfeld, S., & Halperin, T. (2002). The effect of herbal remedies on the production of human inflammatory and anti-inflammatory cytokines. *Isr Med Assoc. J.* 4 (11 Suppl), 919-922.
- Barlak, Y., Değer, O., Çolak, M., Karataylı, S. C., Bozdayı, A. M., & Yücesan F. (2011). Effect of Turkish propolis extracts on proteome of prostate cancer cell line. *Proteome Science* 9, 74.
- Boyanova, L., Derejian, S., Koumanova, R., Katsarov, N., Gergova, G., Mitov, I., & Krastev, Z., (2003). Inhibition of helicobacter pylori growth in vitro by Bulgarian propolis: preliminary report. *Journal of Medical Microbiology* 52 (5), 417-419.
- Black, R. J. (2005). Vulval eczema associated with propolis sensitization from topical therapies treated successfully with pimecrolimus cream. *Clin Exp Dermatol.* 30 (1), 91-92.
- Camargo, M. S., Resende, A. M. F. A, Boldrin, P. K., & Cardoso, C. R. (2013). Evaluation of estrogenic, antiestrogenic and genotoxic activity of nemorosone, the major compound found in brown Cuban propolis. *BMC Complement Altern Med.* 31 (13), 201.
- Daidone, M. G., Silvestrini, R., Velentinis, B., Mezzanotte, P. G., Squicciarini, P., Orefice, S., & Salvadori, B. (1990). Proliferative activity of primary breast cancer and of synchronous lymph node metastases evaluated by 3H- Tyhmidine labelling index. *Cell Tissue Kinet.* 23, 401-408.
- Erdem, G. B., & Ölmez, S. (2004). Inhibitory Effect of Bursa Propolis on Dental Caries Formation in Rats Inoculated with Streptococcus sobrinus. *Turk J. Zool.* 28, 29-36.
- Erdoğan, Y., & Dodoloğlu, A., (2005). “Balarısı (Apis mellifera L.) kolonilerin yaşamında polenin önemi”. *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 2005(2), 79-84.
- Erejuwa, O.O., Sulaiman, S. A., Wahab, M. S. A., (2014). “Effects of honey and its mechanisms of action on the development and progression of cancer”. *Molecules*, 19(2), 2497-2522.
- Fuliang, H. U., Hepburn, H. R., Xuan, H., Chen, M., Daya, S., & Radloff, S. E. (2005). Effects of propolis on blood glucose, blood lipid and free radicals in rats with diabetes mellitus. *Pharmacol Res.* 51 (2), 147-52.
- Güney, M., Oral, B., Karahan, N., & Mungan, T. (2007). Protective effect of caffeic acid phenethyl ester (CAPE) on fluoride-induced oxidative stress and apoptosis in rat endometrium. *Environ Toxicol Pharmacol. Sep.* 24 (2), 86-91.
- Han, S., Chun, S., Park, K., Nicholles, Y. M., & Pak, S. (2015). “Anti-wrinkle effects of honeybee venom serum on facial wrinkles. 44th Apimondia International Apicultural Congress Abstract Book, South Korea. s. 302.
- Hartwich, A., Legutko, J., & Wszolek, J. (2000). “Propolis: its properties and administration to patients treated for some surgical diseases”. *Przegl Lek.* 57, 191-194.



- Islam, A., Khalil, I., Islam, N., Moniruzzaman, M., Mottalib, A., Sulaiman, S.A., Gan, S.H., (2012). "Physicochemical and antioxidant properties of Bangladeshi honeys stored for more than one year". BMC Complementary and Alternative Medicine, 12(1), 177.
- Kakino, M., Izuta, H., Tsuruma, K., Araki, Y., Shimazawa, M., Ichihara, K., & Hara, H. (2012). "Laxative effects and mechanism of action of Brazilian green propolis". BMC Complementary and Alternative Medicine, 12: 192.
- Karadal, F., & Yıldırım, Y. (2012). "Balın kalite nitelikleri, beslenme ve sağlık açısından önemi". Erciyes Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi, 9(3), 197-209.
- Karadavut, U., Tunca, İ., R., Taşkın, A., Büyük, M., Çimrin, T., (2014). Kırşehir İli Arı Ürünleri kullanımı ve Tüketimi Üzerine Farkındalık Çalışması. 4. Uluslar arası Muğla Arıcılık ve Çam Balı Kongresi (5-9 Kasım 2014) Bildirileri. Sayfa 446-447. Ölüdeniz, Muğla.
- Karataş, F., & Şerbetçi, Z., (2008). "Arı polenlerindeki adrenalin ve noradrenalin miktarlarının HPLC ile belirlenmesi". Fırat Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi, 20(3), 419-422.
- Karlıdağ, S., & Genç, F. (2009), " Arı Sütü Üretimine Etki Eden Faktörler". Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Derg. 40 (1), 127-132
- Kokuludağ, A. (2015). "Arı Zehiri İçeriği ve Tıbbi Özellikleri: Arı Ürünleri ve Sağlık (Apiterapi), Ed.: Akçiçek, E., Yücel, B. Sidas, İzmir. s:147-151
- Kumova, U., Korkmaz, A., (1999). "Arı Ürünleri Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma". Türkiye'de Arıcılık Sorunları ve 1. Ulusal Arıcılık Sempozyumu (28-30 Eylül 1999). Sayfa 129-141. Kemaliye/ Erzincan.
- Kurt, F. Ö., Vatansever, S. H., Sorkun, K., Gürhan, S. I. D., & Türkoz, E. (2010). "Inhibitory effects of propolis on human osteogenic sarcoma cell proliferation mediated by caspase pathway". Kafkas Univ. Vet. Fak. Dergisi, 16 (3), 397-404.
- Lavigne, J. P., Vitrac, X., Bernard, L., Bruyère, F., & Sotto, A. (2011). Propolis can potentialise the anti-adhesion activity of proanthocyanidins on uropathogenic Escherichia coli in the prevention of recurrent urinary tract infections. BMC Research Notes 4 (1), 522.
- Lisicic, D., Benkovic, V., Dikic, D., Blazevic, A. S., Mihaljevic, J., Orsolcic, N., & Knezevic, A. H. (2014). Addition of propolis to irinotecan therapy prolongs survival in ehrlich ascites tumor-bearing mice. Cancer Biotherapy & Radiopharmaceuticals 29 (2), 62-69.
- Merdan, K. (2018). "Tüketicilerin Arı Ürünleri Tercihlerinde Marka Algısı Ölçeğinin Tespiti (Gümüşhane Bayburt Örnekleme)". Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 2( 11), 45-62.
- Merdan, K., & Durmuş, İ. (2018). "Bayburt Ölçeğinde Arı Ürünleri Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Değerlendirme". Social Sciences Studies Journal, 4(16), 1102-1112Ü
- Marshall, S., Gu, L., & Schneider, K. R. (2015). Health benefits and medicinal value of honey. Ifas Extension, University of Florida.
- Muscat, M. (2013). "Use of Propolis chemical and Asian tiger mosquito bites - case report and review". Malta Medical Journal, 25 (1): 58-61.
- Mutlu, C., Erbaş, M., & Tonbul, S. A. (2017). "Bal ve Diğer Arı Ürünlerinin Bazı Özellikleri ve İnsan Sağlığı Üzerine Etkileri". Akademik Gıda, 15(1), 75-83
- Niyaz, Ö. C., & Demirbaş, N. (2017). "Arı Ürünleri Tüketicilerinin Genel Özellikler ve Tüketim Tercihleri: Çanakkale İli Örneği". Tarım Ekonomisi Dergisi 23 (2), 255-262.
- Onbaşlı, D., Çelik, G. Y., Kahraman, S., & Kanbur, M. (2019). "Apiterapi ve İnsan Sağlığı Üzerine Etkileri". Erciyes Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 16(1), 55-62.

- Orsolio, N. (2012). "Bee venom in cancer therapy", (Cancer and Metastasis Reviews 31(1-2), 173-194.
- Othman, N. H. (2012). Honey and cancer: sustainable inverse relationship particularly for developing nations-a review. Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine <http://dx.doi.org/10.1155/2012/410406>.
- Özcan, M., Ceylan, A., Ünver, A., & Yetişir, R. (2003). Antifungal effect of pollen and propolis extracts collected from different regions of Turkey. *Uludağ Bee Journal* August: 27-34.
- Pavel, C. (2015a). "Treatment of neuralgia with microdoses of bee venom". 44th Apimondia International Apicultural Congress Abstract Book, South Korea. s. 301.
- Pavel, C. (2015b). "New case report of multiple sclerosis treated successfully with api-phytotherapy". 44th Apimondia International Apicultural Congress Abstract Book, South Korea. s. 476
- Paydaş, M., & Semerci, A., (2001). "İstanbul'da Süzme Bal Tüketim Eğilimleri". *Teknik Arıcılık*, Sayı 73, sayfa 8-15. Ankara.
- Ramadan, M.F., Al-Ghamdi, A., (2012). Bioactive compounds and health-promoting properties of royal jelly: A review. *Journal of Functional Foods* 4(1), 39-52.
- Saber, M., Daoud, E., Gendyl. A.A., Wahhab, K., Hegazi, A. (2015). "Effect of Bee venom acupuncture as a complementary modality for treatment of choric low back pain". 44th Apimondia International Apicultural Congress Abstract Book, South Korea, s. 301.
- Sammataro D, Avitabile A (2004). Arı Yetiştiriciliği ve Hastalıkları. Çeviren: Dr. Veteriner hekim: Harun Vatansever, Ankara, 575 s.
- Saner, G., Engindeniz, S., Yercan, M., Çukur, F., Karaturhan B., Yücel, B., Köseoğlu, M., (2012). İzmir İli Kentsel Alanında Tüketicilerin Bal Satın Alma Tercihleri ve Tüketim Düzeyleri. 3. Uluslar arası Muğla Arıcılık ve Çam Balı Kongresi (01-04 Kasım 2012) Bildirileri Kitabı. Sayfa: 215-223. Marmaris-Muğla.
- Sayılı, M., (2013). "Tokat İlindeki Tüketicilerin Arı Ürünleri Tüketim Durumları ve Alışkanlıkları". *Uludağ Arıcılık Dergisi*, 13 (1), 16-22.
- Sıg, A. K., Güney, M., Sıg, Ö. Z., ve San, H. (2019). "Bee venom: A medical perspective". *Turkish Journal of Clinics and Laboratory*, 10, 414-421.
- Sıralı, R., Çelik, Y., (2007). "Ordu İli Kentsel Alandaki Tüketicilerin Süzme Bal Tüketim Alışkanlıkları", *Hasad Gıda*. Yıl 23, sayı 270. Sayfa 30-37. İstanbul.
- Souza, E. A. D., H. T. Inoue, A. Fernandes Júnior, N. Veiga, and R. D. O. Orsi. (2014). Influence of seasonality and production method on the antibacterial activity of propolis. *Acta Scientiarum. Animal Sciences* 36 (1), 49-53.
- Şahinler, N. (2000). "Arı Ürünleri ve İnsan Sağlığı Açısından Önemi". *MKÜ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(1-2), 139-148
- Şahinler, N., Şahinler, S., Gül, A., & Görgülü, Ö. (2004). Arı Ürünleri Tüketici Özelliklerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma. 4. Ulusal Zootekni Bilim Kongresi (1-3 Eylül 2004). Sayfa 53-57. Isparta.
- Schmidt, J.O., (1997). Chemical composition and application: Bee Products: Properties, Applications, and Apitherapy, Edited by Mizrahi, A., Lensky, Y., Springer Science & Business Media 15-27 p
- Tunca, İ. R., Taşkin, A., & Karadavut, U. (2015). "Türkiye'de Arı Ürünlerinin Bazı İllerdeki Tüketim Alışkanlıklarının ve Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi". *Turkish Journal Of Agriculture-Food Science And Technology*, 3(7), 556-561.

Uçar, M. (2018). “Arı Sütünün Büyüme, Yaşlanma ve Üreme Sağlığına Etkisi”. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 7(1), 193-20.

Vaz Coelho, L. G., E. M. A. Ferreira Bastos, C. C. Resende, P. Silva, C. Mirra, F. Sanches, and O. R. Trindade. (2007). Brazilian green propolis on *Helicobacter pylori* infection. A pilot clinical study. *Helicobacter* 12 (5), 572-574

Yücel, B., Topal, E., Akçiçek, E., & Köseoğlu, M. (2014). “Propolisin İnsan Sağlığına Etkisi”, *Anadolu, J. of Aarı* 24 (2), 41-49.

Wei, X., Zhao, L., Ma, Z., Holtzman, D. M., Yan, C., & Dodel, R. C. (2004). Caffeic acid phenethyl ester prevents neonatal hypoxic-ischaemic brain injury. *Brain*. 127 (12), 2629-2635

Zanini, S., Marzotto, M., Giovinazzo, F., Bassi, C., Bellavite, P., (2014). “Effects of dietary components on cancer of the digestive system”. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition* 55(13), 1870-1885

<http://www.aricilikgazetesi.com.tr/aricilik/10-ari-urunleri-ve-ozellikleri-aricilik-gazetesi-turkey-beekeeping-newspaper-guner-kayral.html> ( Erişim Tarihi: 03.11.2019).