Doğu Anadolu Bölgesi
III. Su Ürünleri Sempozyumu
1998, Erzurum

TÜRKİYE'DE SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA DURUMU

Vedat Dağdemir* **Avni Birinci***

*Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, ERZURUM.

GİRİŞ

Su ürünleri deniz ve iç sulardaki bitkisel ve hayvansal organizmaların oluşturduğu topluluklar olup, onların kaynak entegre işletilmeleri, yetiştirilmeleri, açık deniz balıkçılığı ve ilgili konularını kapsamaktadır (Atay ve ark., 1995).

Türkiye, ekolojileri farklı, 8333 km kıyı uzunluğu olan denizlere, göl, gölet ve baraj gölleri ile nehir ve akarsulardan oluşan iç su ürünleri potansiyeline sahiptir. Bunlara ilave olarak Akdeniz Bölgesi'nde yetiştiriciliğe elverişli olarak hesaplanan bir milyon hektarlık alnın %60'ı Türkiye kıyı şeridi üzerinde bulunmakta, ayrıca GAP ile meydana gelecek toplam 300 000 hektar baraj gölleri ülke iç su ürünleri üretimi için büyük önem taşımaktadır (Acara, 1989).

Bu üretim potansiyeli ile su ürünleri üretimi kıyaslandığında, üretimin istenilen seviyede olmadığı görülmektedir. Su ürünleri üretiminin istenilen miktardan az olmasını çeşitli faktörler etkilemektedir. Bunlardan en önemlisi su ürünleri sektöründeki üretim ve pazarlama konusundaki araştırmaların yetersiz olmasıdır.

Hangi sektör olursa olsun üretim ve yatırım faaliyetlerinde başarı sağlayabilmek için, öncelikle iyi bir piyasa araştırması, üretim planı, satış planı ve finansman planının yapılması gerekmektedir. Bununda en önemli koşulu sağlıklı verilerin elde edilmesi ve bu verilerin objektif kriterlere göre yorumlanmasıdır. Mevcut durum tam olarak analiz edilmeden gerçeğe ve pratiğe yönelik planlamalar yapmak ve bunlara göre yatırımları yönlendirme yönünde istenilen düzeyde verim alınamayacağı açıktır (Atay ve ark., 1995).

Su ürünleri sektöründe ileri gitmiş ülkelerden Japonya, Rusya, Norveç ve ABD dikkate alındığında çok sayıda bilimsel kuruluşun yapmış olduğu araştırmalar neticesinde çağdaş ve dinamik su ürünleri pazarlama sistemi kurulmuştur. Hatta buna ilaveten Japonya'da su ürünleri borsası dahi oluşturulmuştur (Şener, 1993).

Su ürünleri; hayvansal protein kaynakları içerisinde çok büyük öneme sahip bir besin kaynağıdır. Balık etinin bünyesinde %18-20 oranında protein ihtiva etmesi önemini gittikçe artırmış, tüm dikkatler denizler, göller, akarsular ve barajlar üzerine yönelmiştir (Anon., 1976).

Türkiye sahip olduğu su ürünleri potansiyeli ile dünya ülkeleri arasında önemli yer tutmaktadır. Ancak bu büyük potansiyele rağmen üretim, tüketim ve ihracat konularında yıllardan beri beklenen gelişmeler tam anlamıyla sağlanamamış, beklenen hedeflere ulaşılamamıştır. Su ürünleri işleme, muhafaza imkânlarının sınırlılığı, pazarlama kanallarındaki aksaklıklar ve eksiklikler nedeniyle mevcut üretim dahi tam manasıyla değerlendirilememektedir. Bu durum göz önünde olmasına karşılık uzun yıllar su ürünlerinin muhafazası, değerlendirilmesi, pazarlanması konularında yeterli araştırma ve çalışmalar yapılmamış, hazırlanacak plan, proje ve yatırımlar için toparlanan bilgiler yüzeysel olarak kalmıştır. Özellikle su ürünleri pazarlamasına ışık tutacak düzeyde geniş çaplı araştırmalar yapılmamaktadır. Bu çalışmada Türkiye'nin su ürünleri üretim miktarları ve pazarlaması hakkında bilgiler verilmeye çalışılacaktır.

1. TÜRKİYE'DE SU ÜRÜNLERİ ÜRETİM DURUMU

Deniz kıyıları uzunluğu açısından Türkiye, on iki Avrupa ülkesi içerisinde üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye 12 Avrupa ülkesinin sahip olduğu toplam kıyıların %12.8'ine sahiptir. İç su potansiyeli olarak Türkiye'de akarsu, göl, gölet, yer altı suları ve baraj gölleri bulunmaktadır. Türkiye'de 200 adet tabii göl, 159 adet baraj gölü ve 750'den fazla göletteki toplam su alanı 1 263 995 hektar, 33 akarsuyunun uzunluğu 177 714 km ve yer altı sularının hacmi 9 x 10^9 m^3'tür (Demir, 1997).

Su ürünleri tarımsal faaliyetin bir kolu olduğundan dolayı, tarımsal üretimde görülen risk ve belirsizlikler bu sektörde de kendini göstermektedir. Su ürünleri üretim seyri tablo 1'den incelenecek olursa üretim miktarının 1990 yılına kadar arttığı görülmektedir.

Tablo 1. Yıllar İtibariyle Türkiye'de Su Ürünleri Üretim, İşleme ve Tüketim Durumu

Yıllar	Üretim	İç Tüketim		İşlenen		Değerlendirilmeyen	
	(Ton)	(Ton)	(%)	(Ton)	(%)	(Ton)	(%)
1981	471 066	342 181	72.7	109 396	23.2	7 966	1.7
1985	578 074	448 024	77.5	114 144	19.7	5 139	0.9
1990	385 114	345 342	85.1	24 045	6.2	9 162	2.3
1991	364 661	308 153	79.3	58 856	15.1	7 295	1.9
1992	454 346	440 217	88.9	29 598	6.5	8 047	1.8
1993	556 044	467 157	78.0	98 231	17.7	10 580	1.9
1994	601 104	500 332	78.9	106 695	17.8	5 198	0.9

Kaynak: Anonim, 1995.

Üretim miktarının 1990 yılı ve daha sonraki yıllarda düşüş göstermesinin nedeni olarak, aşırı avlanma dolayısıyla üretim potansiyelinin azalması ve bu konudaki önlemlerin zamanında alınmamasını göstermek mümkündür. Özellikle 1971'li yıllarda devlet tarafından balıkçılara sağlanan düşük faizli kredi ve gümrük muafiyeti imkânları, avcılık filosunun bilinçsiz ve kontrolsüz olarak büyümesine ve av gücümüzün artmasına neden olmuştur. Serbest giriş sisteminin hakim olduğu avcılık sektöründe balıkçı tekne sayısı artmış ve bu plansız büyüme etkilerini son yıllarda aşırı avcılık ve stokların azalması şeklinde göstermiştir (Atay ve ark., 1995; Demir, 1997). Buna ilaveten, son yıllardaki üretim düşüklüğünün bir nedeni de denizlerdeki kirlilik ve canlı su düzeyinin giderek azalmış olmasını ifade etmek mümkündür (Elbek, 1992).

1994 yılında su ürünleri üretiminin değer olarak %6.8'i yetiştiricilikten, %6.2'si iç sulardan, %87.0'ı denizlerden elde edilmiştir. Toplam üretimin değer olarak %44.8'i Karadeniz'den sağlanmıştır. Aynı yıl Türkiye deniz ürünleri üretimini değer olarak %94.1'i göçmen, %4.9'u dipte yaşayan ürünlerden oluşmuştur. 1995 yılında su ürünleri üretimi bir önceki yıla göre %8.0 artmıştır (Anon., 1996).

Türkiye'de su ürünleri üretiminin 1981-1990 yılları arasında %53 ile %85 arasındaki miktarları iç tüketimde, %6 ile %40'ı arasında değişen miktarları işlenerek kullanılmış, %1 ile %4 arasındaki miktarları da değerlendirilememiştir. Ayrıca kişi başına tüketim kilogram olarak 1981 yılında 7.5 kg iken, bu değer 1985 yılında 8.9 kg'a çıkmış, 1990 yılında 6.2 kg'a düşmüş ve 1994 yılında da 8.2 kg'a yükselmiştir (Demir, 1997).

Türkiye'de su ürünleri üretiminin en büyük payı iç tüketime sunulmaktadır. Tablodan da izlenebileceği gibi üretimin yaklaşık olarak %60 ile %90 arasında değişen kısmı iç tüketimde kullanılmıştır. Ancak bu yüksek tüketim oranlarına rağmen kişi başına tüketim 6.2-8.9 kg. ile dünya ortalamasının (13.3 kg) altında kalmıştır. (Anon., 1995). Kişi başına su ürünleri tüketimi İzlanda'da 93 kg, İspanya'da 37 kg., Yunanistan'da 18 kg ve Bulgaristan'da 10 kg'dır (Demir, 1997). Kişi başına tüketimin düşük olmasının nedeni olarak üretimdeki yetersizliği ve nüfus artış hızındaki yüksekliği söylemek mümkündür.

Tablo 2. Su Ürünleri Dış Ticareti (İhracatı ve İthalatı).

Yıllar	**Üretim**	**İhracat**		**İthalat**
	(Ton)	**(Ton)**	**(%)**	**(Ton)**
1981	471 066	11 523	2.4	-
1985	578 074	10 962	1.9	195
1990	385 114	23 065	6.4	16 500
1991	364 661	14 394	3.7	24 037
1992	454 346	12 744	2.8	36 260
1993	556 044	13 649	2.4	33 573
1994	601 104	14 635	2.4	25 695
1995	649 000	11 000	1.7	4 000
1996*	701 000	13 000	1.9	4 000

* Tahmin
Kaynak: Anonim, 1995; Anonim, 1996.

Su ürünleri ihracatı üretimdeki dalgalanmalara bağlı olarak inişli-çıkışlı bir seyir takip etmektedir. Su ürünleri ihracatı üretim miktarının çok küçük bir kısmını teşkil etmektedir. 1994 yılında üretimin ancak %2.4'ü ihraç edilebilmiştir. Buna karşılık su ürünleri ithalatında hızlı bir artış görülmekte olup, ithalatın en önemli kısmını damızlık yumurta büyütmede kullanılan yemler, dalgalara karşı dayanıklı ağ kafesler ve dondurulmuş balıklar oluşturmaktadır (Anon., 1995; Demir, 1997). Ancak 1995 yılında ihracattaki değişme bir önceki yıla göre %14.7, ithalattaki değişme ise %2.3 oranında bir azalma göstermiştir (Anon., 1996).

2. TÜRKİYE'DE SU ÜRÜNLERİ PAZARLAMASININ DURUMU

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde pazarlama, gelişmiş ülkelerden daha önemlidir. Çünkü üretim arttıkça yeni pazarların bulunması gerekmektedir. Ayrıca

dengesiz ve yetersiz beslenme olduğundan su ürünlerinin insan gıdası olarak tüketilmesinin sağlanması konusu da önemlidir. Bunun için yeni pazarlama organizasyonuna gidilmesi gerekmektedir. Bu işlem su ürünleri sanayii faaliyetlerine paralel olarak sürdürülmelidir (Çelikkale, 1983; Şener, 1993).

Türkiye'de su ürünlerinin bir kısmı liman ve iskelelerde, deniz kenarında, yöresel pazarlarda, meydanlarda tabla ve sergi üzerinde motorlu, motorsuz araçlarla kendiliğinden oluşmuş, bir organizasyona dayanmayan ve birbirine bağlı olmayan satıcılar aracılığı ile pazarlanmaktadır. Bu şekilde yapılan satış miktarı toplam satışın %25'i kadarıdır. Su ürünlerinin %75'i ise şahıs işletmeleri, şirketler, kabzımallarca, komisyoncular ve kooperatifler gibi kendiliğinden organize edilmiş kuruluşlarca pazarlanmaktadır. Et ve Balık Kurumu bu konuda düzenleyici kuruluş olması gerekirken, bu güne kadar etkin ve geniş bir çalışması mevcut değildir. Ayrıca Türkiye'de su ürünlerinin pazarlaması dünyanın gelişmiş ülkeleri ile karşılaştırıldığında, gerek tüketim şekli gerekse pazarlama dağıtım kanalları çok farklıdır. Türkiye'de istikrarlı bir üretim ve buna bağlı olarak dinamik ve çağdaş pazarlama sisteminin olmadığı görülmektedir. Ayrıca kişi başına tüketim dünyanın pek çok ülkesinden daha azdır. Diğer bir problemde, üretimin %20 sinin insan gıdası dışındaki amaçlarla tüketilmekte olması, balık unu ve balık yağı üretiminde kullanılmasıdır (Şener, 1993).

Organize edilmiş su ürünleri satıcılarından şirketler, kendilerine ait ticarethanelere sahip olup; balıkhanelerde ve satış mahallerinde yer almaktadırlar. Şahıs firmaları, ticaret şirketi dışında kalan satış yerleridir. Bu satış kurumlarınca gerçekleştirilen su ürünleri pazarlaması, çok ilkel şekilde gerçekleştirilmektedir. Belediyeler ve hal yasası gereği avlanan bütün su ürünlerinin balık haline getirilmesi ve gerekli kontrolün yapılması gerekmektedir. Çoğu zaman avlanan su ürünleri balık haline getirilmeden direk olarak pazarlanmaktadır.

Su ürünleri üretiminin %75'inin gerçekleştirildiği Karadeniz Bölgesinde yapılan incelemede, ürün avlanırken komisyoncu veya kabzımal avcı ile telsiz aracılığı ile irtibat kurarak avladığı ürünü en yakın hangi iskele veya limanda sahile çıkaracağı limana komisyoncu kamyonunu ve kasalarını göndermektedir. Liman

veya iskeleye çıkarılan ürün kasalara doldurulup kamyona yükleninceye kadar, bu ürünlerin toptan pazarlanacağı yörelerdeki kişi ve kuruluşlarla anlaşarak, balıklar bu yörelere gönderilmektedir. Bu ürünlerin fiyatlandırılması müzayede usulü ile olması gerekirken çoğu zaman bu sistem uygulanmamaktadır. Av sezonu dışındaki balık üreticisi avlanma teknesi ve diğer av araçlarının bakımı için kabzımal ve komisyoncular dan borç (kredi) almaktadır. Av sezonu boyunca avcı (üretici) avladığı balıkları, kredi aldığı komisyoncuya vermek (satmak) zorunda kalmaktadır. Durum böyle olunca, fiyatlandırmada tek taraflı olarak piyasanın koşullarına göre komisyoncu yada kabzımal tarafından yapılmaktadır. Bir av sezonu boyunca teslim edilen balıklar resmiyeti olmayan bir deftere işlenmektedir. Av sezonu sonunda komisyoncu aracılığı ile pazarlanan ürünlerin toplam bedeli hesap edilmekte, bu bedelden masraflar düşürülmektedir. Daha sonra komisyoncu %10-15 oranında komisyonunu almakta, kalan bakiye avcıya ödenmektedir (Şener, 1993).

3. TÜRKİYE'DE SU ÜRÜNLERİ PAZARLAMASI SORUNLARI

3.1. Piyasa Araştırması

Dünyanın her yerinde bütün sektörlerde yeterli piyasa araştırması yapılmadan üretim yapılmamaktadır. Öncelikle piyasa araştırması yapılmaktadır. Bu araştırmanın sonucuna göre satış planı ve bu satış planını aksatmayacak üretim planı yapılmaktadır. Türkiye'de yeterli düzeyde araştırma ve inceleme yapılmadığından, su ürünleri istenen şekilde değerlendirilememektedir.

3.2. Su Ürünleri Pazarlaması İçin Gerekli Tesisler

3.2.1. Balıkçı Gemilerinde Soğuk Hava Deposu

Su ürünleri kendine has özellikleri nedeni ile; avlandıktan sonra kalitesinin korunması son derece önemlidir. Bu nedenle balıkçı gemilerinin en yüksek av kapasitelerini denizde dolduracak şekilde inşa edilmelidir. Ayrıca yeni inşa edilecek balıkçı gemileri yeterli soğuk hava deposuna sahip olmalı ve dondurmadan önce temizleme, yıkama, ön soğutma gereçleri ve tankları ile donatılmalıdır. Bu şartları

yerine getirmeyen balıkçı gemilerine "deniz elverişlilik belgesi" verilmemesi su ürünleri pazarlaması için yararlı olacaktır.

3.2.2. Su Ürünlerinin Muhafaza Edileceği Tesisler

Su ürünlerinin karaya çıkarıldığı iskelelere yakın yerler ile tüketimin yoğun olduğu büyük merkezlerde, modern şekilde soğuk hava depoları ve buz imal tesisleri kurulmalıdır.

Bunun yanında nihai tüketim bölgelerinde soğutucu perakende satış kabinlerinin yapılması önemlidir. Bu depolar sağlık şartlarına uygun olmalıdır. Bu şekilde inşa edilecek depolar, su ürünlerinin belli mevsimlerde üretilen ürünün diğer mevsimlerde veya aylarda tüketilebilmek için muhafazasına imkan vermesi yanında su ürünleri pazarlamasında fiyat istikrarını da getirecektir.

Türkiye'de su ürünleri pazarlaması için gerekli olan soğuk zincirin önemli bir bölümünü meydana getiren soğutma, dondurma, soğuk muhafaza depoları son derece yetersizdir. Bu yetersizliğin yanında mevcut depolar atıl kapasite ile çalışmaktadır. Bunun nedeni mevcut depoların anormal dağılımıdır. Türkiye'de su ürünlerinin %85 inin avlandığı Karadeniz Bölgesinde, soğuk hava depolarının sadece % 3'ü kurulmuştur (Şener, 1993).

3.2.3.Su Ürünlerinin Nakliyesi İçin Gerekli Tesisler

Su ürünlerinin nakledilmesi ve muhafazası esnasında ihtiyaç duyulan kar ve buzun imali için yeterli tesislerin yapılması, soğuk zincirin aksamamasını sağlayacaktır. Ürünlerin bozulmadan nihai tüketiciye ulaşmasını sağlamak için özel olarak kara, deniz ve hava nakil araçları yapılmalıdır. Bu araçlar su ürünlerinin bozulmadan muhafazasını sağlayacak nitelikte olmalıdır.

3.2.4. Balık Halleri

Diğer ürünlerde olduğu gibi, su ürünlerinin de teşhiri ve takdimi çok önemlidir. Su ürünlerinin teşhir yeri balık halleridir. Üretici avladığı ürünü balıkhaneye getirmek zorundadır. Mevcut yasalar gereğince sıhhi kontrolü

yapılmayan balıklar satılamaz. Bu kanuni bir mecburiyettir. Su ürünleri avcılarının ürünlerinin bekletilmeden ve bozulmadan takdim edileceği; geniş, ışıklandırılmış ve bütün alt yapısı modern balık hallerinin inşasının yararı ve önemi büyüktür.

Kurulacak bu toptancı balık halleri ürününün hemen teslim alınacağı iç ve dış piyasalara sevk edilebileceği yeterli genişlikte olmalıdır. İndirme yerleri ve tırlar için hızlı yükleme ve oto parkları, tam ayarlı otomatik kontrollü tartı sistemi, muhafaza ve soğuk hava depoları, işleme yerleri, paketleme tesisleri, lokanta ve pazarlamayı kolaylaştırıcı tesisler bulunmalıdır.

3.3. Fiyatlandırma

Pazarlama programlarının başarıya ulaşmasında fiyat önemli bir faktördür. En uygun üretim yapılsa, en uygun dağıtım kanalı seçilse ve en etkili teşvik çalışmaları yapılsa bile; uygun fiyatlandırmadan yoksun pazarlama programlarının başarı şansı çok düşüktür.

Türkiye'de gerek su ürünleri üreticileri ve gerekse su ürünleri tüketicileri yönünden önem taşıyan ve üretimi etkileyen koşulların başında su ürünleri fiyatlarında görülen dengesizlik gelmektedir. Su ürünleri fiyatları arza bağlı olarak, yıl içinde büyük dalgalanmalar göstermektedir. Bunun başta gelen nedeni; su ürünleri pazarlaması için hayati önem taşıyan soğuk zincirin bütün halkaları ile kurulamamış olması , değerlendirme olanakları sınırlı oluşu ve devletçe su ürünlerine bir taban fiyatın tespit edilmemiş olmasıdır. Dünyanın pek çok ülkesinde su ürünlerine bir taban fiyat konulmuştur. Bu taban fiyatın altında ürününü satan üreticinin zararı devletçe karşılanmaktadır. Bunun tipik örneği İngiltere'dedir. Bu ülkede üretici ürününü satamazsa ürünün değeri devletçe (özel fondan) karşılanmaktadır (Şener, 1993).

Su ürünlerinin fiyatlandırılması için en ideal yöntem müzayede usulüdür. Bu yöntemin uygulanabilmesi için pazarlama organizasyonunun iyi bir şekilde kurulması ve pazarlama için gerekli tesislerin yapılmış olması gerekmektedir. Türkiye'de müzayede yöntemi uygulanmamaktadır. Bunun pek çok sebebi vardır. Bu sebeplerin en önemlileri, yeterli pazarlama tesislerinin olamayışı, değerlendirme

olanaklarının sınırlı oluşu ve en önemlisi üreticilerin ekonomik güçsüzlüğü ve organizasyon olmaması sonucu dayanışmanın da olmayışıdır.

3.4. Su Ürünleri Talebinin Artırılması ile İlgili faaliyetler

Türkiye'de balık üretiminin yükselmesine rağmen, tüketim aynı oranda artmaktadır. Su ürünleri üretimi 1978'de 246 bin ton dan 1983'te 557 228 ton, 1993'te 556 000 tona çıkmasına rağmen kişi başına tüketim 7-8 kg civarında seyretmiş ve 1993 yılında 8.8 kg seviyesine çıkabilmiştir. Bu durumları dikkate alarak su ürünleri talebinin artırılması ve kişi başına tüketimin yükseltilebilmesi için, hem üretici hem de tüketici bazında tedbirler alınmalıdır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de su ürünleri üretimindeki dengesizlikler yanında ülkedeki gelir dağılımındaki dengesizlikler, tüketicilerin gelir düzeyinin düşüklüğü, halkın tüketim alışkanlığının bitkisel ağırlıklı olması gibi çeşitli faktörler su ürünleri üretim ve tüketiminin düşük düzeyde kalmasını doğurmaktadır. Ancak son yıllarda özel sektörün modern üretim, işleme, değerlendirme ve pazarlamaya yönelmesiyle daha kaliteli ve daha ucuz ürünleri piyasaya sürerek su ürünleri tüketimini artırması mümkün görünmektedir. Bu gün özellikle gelişmiş ülkelerde sağlanan tarımsal üretim artışı ve ulaşılan refah düzeyi sayesinde bu ülkelerdeki tüketicilerin talebi, besin değeri yüksek, kaliteli ve tüketime hazır işlenmiş ürünlere yönelmiştir.

Su ürünleri pazarlamasının çağdaş ve dinamik bir yapıya kavuşturulabilmesi için, piyasa araştırmalarına dayalı üretime yön verilmelidir. Pazarlama faaliyetlerini yönlendirebilecek kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Bu kuruluşların önderliğinde pazarların organizasyonu ve örgütlenmesi sağlanmalıdır. Avlanabilir stoklar tespit edilmeli, izlenmeli ve avcılık buna göre düzenlenmelidir. Avcılığın yönlendirilmesi için su ürünleri ile ile ilgili kooperatif ve birliklere görev verilerek oto kontrol sağlanmalıdır. Ülkemizdeki mevcut gemiler saklama, paketleme, muhafaza yönünden donatılarak açık denizlerde avlanabilecek duruma getirilmelidir. Mevcut ekiplerin bu şekilde yönlendirilmesi için devlet teşviki ve ucuz krediler sağlanmalıdır. Balık unu ve yağı üretim fabrikalarının kuruluşuna

kesinlikle izin verilmemeli, atıl durumda bulunan fabrikaların ise, ihtiyaç duyulan su ürünleri işleme tesisleri haline dönüştürülmesi teşvik edilmelidir. Öncelikle ülkemizde üretilen balıkların işlenerek insan gıdası olarak tüketilmesi teşvik edilmelidir. Su ürünleri sahasında faaliyet gösteren 20 metrenin üzerindeki teknelerde, 50 tonun üzerindeki balık üretim tesislerinde, balıkçı kooperatif ve birliklerinde bu konuda eğitim görmüş, teknik eleman çalıştırılması zorunlu hale getirilmelidir(Anon., 1997). Bunlara ilaveten su ürünleri araştırma enstitüleri akademik yapıya kavuşturularak yeniden yapılandırılmalı, su ürünleri sektörü-üniversite-Bakanlık koordinasyonunda, araştırma enstitüleri etkin hale getirilmelidir.

KAYNAKLAR

Acara, 1989, Su Ürünleri Üretimi. Tok, Tarım orman ve Köyişleri Bakanlığı Dergisi Sayı:38, Ankara.

Anonim, 1973, 1973 Yılında Türkiye'de Su Ürünlerinin Muhafaza, İşleme ve pazarlama Olanakları, Sorunları ve Tedbirlerin Araştırılması. T.C. Gıda-Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Su Ürünleri Genel Müdürlüğü Yayın No:3, Ankara.

Anonim, 1995, Su Ürünleri İstatistikleri, Ankara.

Anonim, 1997, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı I. Tarım Şurası Sonuç Raporu, Ankara.

Atay, A., Korkmaz, A.Ş., Polatsu, S., Yıldız, H. ve Rad, F., 1995, Su Ürünleri Tüketim Projeksiyonları ve Üretim Hedefleri. Doğu Anadolu Bölgesi I. ve II. Su Ürünleri Sempozyumu, Erzurum.

Çelikkale, M.S., 1983. Su Ürünlerinin Önemi, Türkiye'de ve Dünyadaki Gelişimi. Tarım Bakanlığı Su Ürünleri Semineri

Demir, O., 1997, Tortum - Uzundere Yöresindeki Bulunan Alabalık İşletmelerinde Maliyet Analizi. Atatürk Üniv. Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Yayınlanmamış), Erzurum.

Elbek, A.,G., 1992, Su Ürünlerinde Sektörel ve Ekonomik Yapı. Ege Üniversitesi Su Ürünleri Yüksekokulu Su ürünleri Dergisi, 9, 33-36, Bornova-İzmir.

Şener, İ.H., 1995, Türkiye'de Su Ürünleri Pazarlaması ve Sorunları. Doğu Anadolu Bölgesi I. ve II. Su Ürünleri Sempozyumu, Erzurum.