

## **SEYYAR PAZAR ESNAFININ SORUNLARI ve ÇÖZÜM ÖNERİLERİ (MUĞLA İLİ ÖRNEĞİ)**

**Erdoğan GAVCAR\* Tuğba UÇMA\*\* Çağrı KÖROĞLU\*\***

### **ÖZET**

Bir toplumun kültürel özelliklerini en iyi taşıyan Pazar yerleridir. Ülkemizde hemen hemen her ilde il pazarları ve semt pazarları bulunmaktadır. Bu pazarlarda kendi yetiştirdiği veya toptan satın aldığı ürünleri tezgah açarak satan Pazar esnafları bulunmaktadır. Bu çalışmada Pazar esnafının temel sorunları üzerinde durulmaya çalışılmış ve uygulama alanı olarak Muğla ilinde Perşembe günü kurulan il pazarındaki esnaflar araştırma kapsamına alınmıştır. Bu pazarda toplam 1085 esnaf bulunmakta olup %10 hata payı ile 250 esnafa rastgele yöntemle anket uygulanmıştır. Böylece yaz kış demeden bu pazara gelen esnafların karşılaştıkları sorunlar belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Pazar Yerleri, Pazar Esnafı, Anket, Analiz, Ki- Kare*

### *THE PROBLEMS OF BAZAAR TRADESMEN AND THE SUGGESTION*

#### **ABSTRACT**

The cultural features of a community are shown in the best way at the bazaars. In our country, there are almost in everywhere city bazaars and local bazaars. In this bazaars there are many tradesmen who grow his own food or buy wholesale. In this study, the mean problems of tradesmen in city bazaar of Muğla are surveyed. There are 1085 tradesmen in this bazaar. The aims of this survey achieve at least 90% acquires. In this way, the problems of the tradesmen which aren't seasonal, are temporal, are determined.

Keywords: *Bazaar, Tradesman of Bazaar, Questionary, Analyse*

---

\* Prof. Dr. Muğla Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

\*\* Araş. Gör. Muğla Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

## **1.GİRİŞ**

Bu araştırmada, Muğla ili merkez ilçesinde Perşembe günleri kurulan ve Muğla pazarı olarak bilinen çarşıda tezgah açan gerek kendisinin yetiştirdiği, gerekse aracı olarak ürünleri satan esnafın sorunlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla Muğla Pazar esnafının güncel sorunları üzerinde durulmuş, belirlenen sorunlara olası çözüm önerilerinin geliştirilmiştir.

Yıllardır yüksek enflasyon ve yüksek faiz döngüsünden kurtulamayan ülkemizdeki olumsuzluklardan en fazla etkilenen kesimlerden biri esnaf ve sanatkarlar olmuştur (Rodoplu, 2001:27). Günümüz koşullarında kısıtlı sermayesi ile kendi emeğini birleştirerek ayakta kalmak için mücadele eden Pazar esnafı, piyasalardaki durgunluk ve ekonomik krizler nedeniyle zor günler geçirmiş hala daha geçirmeye devam etmektedir..

Aslında Pazar yerleri taşıdıkları özellikler açısından bir toplumun yansımasıdır. Sadece Perşembe günü kurulan Pazar, özellikle turizm merkezlerinin ortasında yer alan Muğla'nın kültürel özelliklerini yansıtmak açısından da önemlidir. Özellikle turistlerin yoğun olduğu sezonda bazı ilçelerden buralara tur şirketleri turistleri getirmektedir. Perşembe pazarına ilave olarak Muğla Merkez ilçede Cumartesi günleri Düğerek, Pazar günleri de Akyol semt pazarları kurulmaktadır.

Belediyenin son yıllarda yapmış olduğu çalışmalar sonucunda Pazarın kurulduğu yerin büyük bir kısmı kapalı alan haline getirilmiştir. Bu da esnafın yerleşimini kolaylaştırmakta, soğuk ve yağmurlu havalarda daha rahat çalışmalarına olanak vermektedir. Bu gelişme ile esnafın yer sorunu kısmen de olsa çözülmeye çalışılmıştır. Ancak bu yeterli olmamış diğer yerlerde de bu çalışmaların yapılması önem taşımaktadır.

Pazar en genel anlamıyla, esnafın kendi ürettiği ya da aracı olarak satın aldığı ürünleri, haftanın belirli günlerinde satabildiği halka açık veya kapalı alanlardır şeklinde tanımlanabilir. Böylelikle pazarlarda kırsal köylü tiplerinden tutun da küçük esnafa kadar toplumun her tabakasından satıcı görmek mümkündür. Farklı kesimlerden oluşan Pazar esnafının gösterdiği kültürel farklılıklar aslında Muğla ilinin tarihi yapısını da meydana getirmektedir.

## **2. MATERYAL ve YÖNTEM**

Araştırma için Muğla ili Merkez ilçede her Perşembe günü kurulan ve Muğla Pazarı ya da Perşembe pazarı olarak adlandırılan pazardaki esnafın tamamı araştırma alanı olarak belirlenmiştir. Perşembe pazarına gelen esnaf Muğla, Aydın, Denizli illeri ve bu illerin bazı ilçelerinden gelmektedir. Belediyeden elde edilen verilere göre her hafta yaklaşık 1085 esnaf gelmektedir. Bu esnafın mevcut durumları ve yaşadıkları sorunları belirlemek amacıyla rasgele yöntemle ve %10 hata payı ile 250 kişiye anket formları dağıtılmış ve bunların 206 'sının geri dönüşü sağlanmıştır. Bazı esnafın ankete katılmak istememişlerdir. Ankette toplam 18 soru sorulmuş, bunların 16 'sı kapalı, 2 'si

açık uçlu sorulardır. Anketleri değerlendirmek için Frekans dağılımı, Ki-kare testi, Basit varyans analizi ve t testi yöntemlerinden yararlanılmıştır.

### 3. BULGULAR ve TARTIŞMA

Yapılan analizler sonucunda elde edilen frekans dağılım tabloları aşağıdaki gibidir.

**Tablo 1. Pazara Gelen Esnafın Geldiği İlçeler**

İlçesi	Sayı	Yüzde(%)
Muğla Merkez	27	13.1
Fethiye	14	6.8
Köyceğiz	26	12.6
Ula	11	5.3
Yatağan	34	16.5
İncirliova	19	9.2
Kale	23	11.2
Nazilli	22	10.7
Milas	16	7.8
Çine	6	2.9
Marmaris	8	3.9
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Tablodan da görüldüğü gibi en çok esnaf Yatağan'dan, en az esnaf da Çine' den gelmektedir. Muğla merkezden gelen esnafın oranı %13.1 'dir. Çine'den az gelmesinin nedeni aynı gün o ilçede de Pazar kurulmasıdır.

**Tablo 2. Pazar Esnafının Demografik Özellikleri**

Yaş	Sayı	Yüzde(%)
15-25	11	5.3
26-35	88	42.7
36-45	65	31.6
46-55	28	13.6
56- Yukarısı	14	6.8
<b>Cinsiyet</b>		
Bay	125	60.7
Bayan	81	39.3
<b>Eğitim</b>		
İlköğretim	118	57.3
Lise	85	41.3
Üniversite	3	1.5
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Pazara gelen esnafın %42.7'si 26-35 yaş arasında, %31.65'i 36-45 yaş arasında yani orta yaş grubundandır. %60.7'si erkek, %39.3'ü bayan olup yine bunların eğitim düzeylerine bakıldığında %57.3'ü ilköğretim mezunudur.

**Tablo 3. Ankete Katılanların Geçim Durumlarının Belirlenmesi**

Geçim Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Evet	179	86.9
Hayır	27	13.1
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Esnafın hayatlarını sürdürme şekli olarak verdikleri cevaplar Tablo- 3'de ifade edilmektedir. Buna göre esnafın %86.9'u geçimini sadece pazarcılıktan karşılarken %13.1'i başka işlerde faaliyet göstermektedir.

**Tablo 4. Ankete Katılanların Pazara Getirdikleri Ürünleri Elde Etme Durumlarının Belirlenmesi**

Elde Etme Durumu	Sayı	Yüzde(%)
Kendim	118	57.3
Toptan	67	32.5
Her ikisi	21	10.2
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Esnafın %57.3'ü sattığı ürünleri kendisi yetiştirirken, %32.5'i toptan satın almaktadır.

**Tablo 5. Ankete Katılanların Pazardaki Konumları ve Satışlara Etkisi**

Pazar Konumu	Sayı	Yüzde(%)
Açık	130	63.1
Kapalı	76	36.9
<b>Satışlara Etki</b>		
Evet	173	84
Hayır	33	16
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Ankete katılanların %63.1'i açık Pazar yerini kullanırken, %36.9'u kapalı alanı kullanmaktadır. %84'ü buldukları yerin satışlara etkisinin olduğunu, %16'sı etkisinin olmadığını belirtmişlerdir.

**Tablo 6. Belediyenin Esnafa Karşı Tutumları ve Çalışmalardan Memnuniyet Derecesinin Belirlenmesi**

Tutum	Sayı	Yüzde(%)
Çok İyi	122	59.2
İyi	25	12.1
Normal	43	20.9
Kötü	15	7.3
Çok Kötü	1	0.5
<b>Memnuniyet</b>		
Evet	147	71.4
Hayır	59	28.6
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Ankete katılanların %59.2'si belediyenin tutumundan memnun kılırken %7.3'ü memnun kalmamaktadır. Aynı şekilde belediyenin çalışmalarından %71.4'ü memnun kılırken, %28.6'sı memnun kalmamaktadır.

**Tablo 7. Esnafın Ödedikleri Aidatlar Hakkındaki Düşünceleri**

Aidatların Kazanca Etkisi	Sayı	Yüzde(%)
Evet	152	73.8
Hayır	54	26.2
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Esnafın %73.8'i kazancı ile belediyeye ödediği aidatı doğru orantılı olduğunu düşünürken, %26.2'si doğru orantılı bulmadığını belirtmiştir.

**Tablo 8. Pazar Altyapısından Memnuniyet ve Pazarın Gelişimi Konusundaki Düşüncelerin Belirlenmesi**

Altyapı	Sayı	Yüzde(%)
Evet	154	74.8
Hayır	52	25.2
<b>Pazarın Gelişimi</b>		
Çok iyi	116	56.3
İyi	22	10.7
Normal	44	21.4
Kötü	16	7.8
Çok kötü	8	3.9
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Esnafın %74,8' i altyapıdan memnun iken, %25,2' si memnun değildir. %56,3' ü pazarın gelişimini çok iyi bulurken, %11,7' si kötü veya çok kötü bulmaktadır.

Tablo 9. Esnafların Katıldıkları Pazarlar

Katıldıkları Pazarlar	Sayı	Yüzde(%)
Ula	26	12.6
Akyol	38	18.4
Düğerek	4	1.9
Fethiye	11	5.3
Yatağan	20	9.7
Marmaris	10	4.9
Merkez	10	4.9
Ula, Akyol	18	8.7
Ula, Düğerek	4	1.9
Ula, Yatağan	3	1.5
Ula, Marmaris	6	2.9
Akyol, Düğerek	7	3.4
Akyol, Fethiye	6	2.9
Akyol, Yatağan	12	5.8
Akyol, Marmaris	2	1.0
Düğerek, Marmaris	1	0.5
Fethiye, Yatağan	2	1.0
Fethiye, Marmaris	3	1.5
Yatağan, Marmaris	1	0.5
Ula, Akyol, Düğerek	5	2.4
Ula, Akyol, Fethiye	1	0.5
Ula, Akyol, Marmaris	1	0.5
Ula, Düğerek, Yatağan	2	1.0
Ula, Fethiye, Yatağan	1	0.5
Ula, Fethiye, Marmaris	1	0.5
Akyol, Düğerek, Yatağan	4	1.9
Akyol, Fethiye, Yatağan	3	1.5
Akyol, Yatağan, Marmaris	2	1
Fethiye, Yatağan, Marmaris	1	0.5
Ula, Akyol, Düğerek, Yatağan	1	0.5
<b>TOPLAM</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Tablodan da görüldüğü gibi esnafların Perşembe pazarından başka katıldıkları pazarlarda vardır. Bunlar Ula, Akyol, Düğerek, Fethiye, Yatağan, Marmaris ve benzeridir. Esnafların bir kısmı sadece iki pazara katılırken, bir kısmı ise dört pazara da katılmaktadır.

**Tablo 10. Sattukları Ürünlerin Çeşitlerinin Belirlenmesi**

Sattıkları Ürünler	Sayı	Yüze(%)
Giyim	26	12.6
Meyve- Sebze	146	70.9
Çerez	21	10.2
Plastik	9	4.4
Meyve+Sebze+Çerez	3	1.5
Çerez+Plastik	1	0.5
<b>Toplam</b>	<b>206</b>	<b>100</b>

Ankete katılanların %70.9'u meyve- sebze satarken, %12.6'sı giyim, %10.2'si çerez ve benzeri ürünler satmaktadır.

Bir faktörün diğer bir faktöre bağlı olup olmaması veya bir faktör üzerine diğer faktörlerin etkisi olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Ki-Kare testinden yararlanılmaktadır. Bu amaçla yapılan test sonucunda elde edilen veriler tabloda verilmiştir.

**Tablo 11. Ki- Kare Analizi Sonuçları**

Sorular	$\chi^2$	Serbestlik Derecesi	Anlam Değeri
Geçim Durumu-Yaş	3.74	4	0.442*
Ürünlerin Yetiştirilmesi-Yaş	16.84	8	0.032*
Belediyenin Tutumu-Yaş	49.98	16	0.000*
Belediye Hizmeti-Yaş	17.26	4	0.002*
Pazarın Uygunluğu-Yaş	1.60	4	0.009*
Satılan Ürünler-Yaş	31.49	20	0.049*
Pazarın Gelişimi-Cinsiyet	7.41	4	0.115*
Pazarın Uygunluğu-Cinsiyet	0.038	1	0.345
Katılan Pazarlar-Cinsiyet	31.70	29	0.333
Sattıkları Ürünler-Cinsiyet	16.88	5	0.005*
Pazardaki Yer-Eğitim	0.188	2	0.910
Yerin Satışlara Etkisi-Eğitim	1.297	2	0.523
Belediyenin Çalışması- Eğitim	6.824	2	0.033*
Altyapı- Eğitim	11.204	2	0.004*
Pazarın Gelişimi-Eğitim	12.825	8	0.118
Pazarın Uygunluğu-Eğitim	0.110	2	0.946
Katılan Pazarlar-Eğitim	49.791	58	0.770
Satılan Ürünler-Eğitim	13.777	10	0.183

\* < 0.005



Tabloya göre ürünlerin yetiştirilmesi, belediyenin tutumu, belediye hizmetlerinden memnuniyet ve diğerleri geçim durumu hariç yaşa bağlı olarak değişmektedir. Yine aynı şekilde satılan ürünlerde cinsiyete göre değişmektedir. Ayrıca belediye çalışmalarından memnuniyet, alt yapıdan memnuniyet eğitime bağlı olarak değişmekte olup, diğerlerinin eğitime göre bir etkisi yoktur.

İki grup arasında fark olup olmadığının belirlenmesinde t testinden yararlanılmıştır. Bu amaçla bayan ve erkekler arasında sorulara verilen yanıtlar yönünden farklılıklar araştırılmış ve aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

**Tablo 12. t Testi Analizi Sonuçları**

Sorular	t testi	Serbestlik Derecesi	Anlam Düzeyi
<b>Ürünlerin Yetiştirilmesi</b>	1.884	204	0.061
<b>Tutum</b>	1.081	204	0.281
<b>Pazarcılığın Gelişimi</b>	1.396	204	0.164
<b>Katılınan Pazar</b>	- 0.780	204	0.436
<b>Ürün</b>	- 1.409	204	0.136

Tabloya göre ürünlerin yetiştirilmesi yönünden belediyenin tutumlarından memnuniyet yönünden, pazarcılığın gelişimi yönünden, katılınan pazarlar yönünden ve satılan ürünler yönünden bayan ve erkekler arasında fark yoktur.

İkiden fazla grup arasında bir fark olup olmadığını bulmak için basit varyans analizi yöntemlerinden yararlanılmıştır. Bu amaçla yapılan varyans analizi sonuçları aşağıdaki gibidir.

**Tablo 13. Varyans Analizi Sonuçları**

Sorular	F değeri	Anlam Düzeyi
<b>İlçelere göre Belediyenin Tutumu</b>	0.525	0.871
<b>İlçelere göre Pazarcılığın Gelişimi</b>	1.069	0.388
<b>Yaşa göre Belediyenin Tutumu</b>	5.984	0.000*
<b>Yaşa göre Pazarcılığın Gelişimi</b>	6.297	0.000*
<b>Eğitime göre Belediyenin Tutumu</b>	4.402	0.013*
<b>Eğitime göre Pazarcılığın Gelişimi</b>	3.624	0.028*

\* < 0.05

Geldikleri ilçelere göre belediyenin tutumu ve pazarcılığın gelişimi yönünden fark yoktur. Yaşa ve eğitime göre belediyenin tutumu ve pazarcılığın gelişimi yönünden fark vardır. Fark belediyenin tutumu yönünden 26-33, 56 ve üstü ile 46-56, 36-45 yaş arasından kaynaklanmaktadır. Pazarın gelişimi yönünden ise 26-35, 56- üstü ile 36-45 yaş arasında fark vardır.

Eğitim yönünden de her ikisi için fark vardır. Farklılık üniversite mezunlarından kaynaklanmaktadır. Üniversite mezunları pazarın gelişimini ve belediyenin tutumunu iyi bulurlarken, ilköğretim mezunları en az memnun olan kesimi oluşturmaktadırlar.

#### 4- SONUÇ

Muğla pazarı olarak bilinen Perşembe günleri kurulan pazarda yapılan bu araştırmada farklı il ve ilçelerden esnafın geldiği belirlenmiştir. En çok esnaf kesimini 26-35 yaş arası grup oluşturmaktadır. Bu da genç bir grubu temsil etmektedir. Ayrıca bayanlarda esnafın %39.3'ünü oluşturmaktadır. Bu durum bayanların Pazar işlerini de yapabildiklerinin göstergesidir. Esnafın %86.9'u geçimini sadece pazarcılıktan sağlamaktadır. Ayrıca esnafın %57.3'ü sattığı ürünleri kendisi yetiştirmektedir. Esnafın çoğu belediyenin tutum ve hizmetlerinden memnundur. Aynı zamanda pazarın alt yapısı ve gelişiminden de memnundur.

Ayrıca açık uçlu soruya esnafın bir kısmı yanıt vermemiştir. Yanıt verenlerin sorunlar olarak; yer sorunu, daha sonra belediyeye ödenen yıllık aidatların yüksek oluşu, belediyenin Pazar esnafı ile iletişiminin sağlıklı olmaması, ülkenin ekonomik durumundan dolayı meydana gelen fiyat artışlarının ürünlerin fiyatlarına olumsuz etkisi, Pazar yerinin kanalizasyon, ısınma, aydınlanma, kirlilik vb. gibi alt yapı sorunlarının olması ve belediyenin buna yeterli özeni göstermemesi, pazarın bu fiziki sorunlarından dolayı Pazar esnafının ve çalışanlarının sağlık problemleri yaşaması, esnafın yeteri kadar örgütlenmemesi nedeniyle yerel yönetimlerde söz sahibi olamamaları, benzer ürünleri satan esnafın farklı fiyat uygulamaları yani bir nevi haksız rekabet ortamının oluşturulması şeklinde sıralamışlardır.

#### KAYNAKÇA

- RODOPLU, Gültekin, “**Esnaf ve Sanatkarlar ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansman Sorunları ve Ticari Krediler**”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı:9, Ocak,2001
- Ekonomik Forum, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Aylık Yayını, Nisan, 2004
- Ekonomik Forum, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Aylık Yayını, Temmuz, 2004
- Ekonomik Forum, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Aylık Yayını, Ocak, 2005
- Ekonomik Forum, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Aylık Yayını, Mart, 2005
- <http://www.evrensel.net/05/02/20/toplum.html>, (Erişim Tarihi, 15/07/2005)
- <http://www.kadikoy-bld.gov.tr/projeler/yeniproje.php>, (Erişim Tarihi, 15/07/2005)
- <http://www.tbbf.org.tr/tr/guncel/rapor.html>, (Erişim Tarihi, 15/07/2005)
- <http://www.buldan-bld.gov.tr/faaliyet4.htm>, (Erişim Tarihi, 15/07/2005)
- <http://www.tesob.org.tr/atasoy.htm>, (Erişim Tarihi, 15/07/2005)