

14565.

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

İSTANBUL'DA SEMT PAZARLARI
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Şehir Plancısı: Hülya BERKMEN

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 21 Ocak 1991

Tezin Savunulduğu Tarih : 8 Şubat 1991

Tez Danışmanı : Prof. Ayten ÇETİNER

Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Cenqiz GİRİTLİOĞLU

Prof. Yücel ÜNAL


Yükseköğretim Kurulu
Dokümantasyon Merkezi

ŞUBAT-1991

ÖNSÖZ

Tezimin hazırlanmasında, çalışmalarımı yönlendiren sayın hocam Prof. Ayten Çetiner'e, eğitimimin her anında yanımda olan, bana destek veren değerli aileme, ve tezimin sunuş aşamasında ilgi ve yardımlarından dolayı sevgili eşim İbrahim Yakar'a teşekkür ederim.

Hülya Berkmen

İÇİNDEKİLER

	Sayfa no
ÖZET:	III
SUMMARY	IV
BÖLÜM 1 PAZAR YERLERİ VE SORUNLARI	1
BÖLÜM 2 PAZAR YERLERİ	5
2.1. Pazar Yerinin tanımı-Konumu ve Kapsamı	5
2.2. Tarihi gelişim içinde pazar yerleri ..	8
2.3. Pazar Yerlerinin İmar Planları içindeki konumu	12
2.4. Pazarlama yönünden, Pazarı oluşturan Kriterler	14
2.4.1. Finans	14
2.4.2. Fiat Oluşumu	14
2.4.3. Depolama	18
2.4.4. Risk Taşıma	19
2.5. Yasal Mevzuat Açısından Pazar Yerleri	20
2.5.1. Belediye-Pazar Yeri İlişkisi ..	20
2.5.2. Yönetim ve Denetim	23
2.5.3. İstanbul Toptancı Hali	26
2.5.4. Haldeki İşleyiş	28
BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA VE DEĞERLENDİRME	
3.1. Araştırma Yöntemi	29
3.2. Araştırma Aşamaları	29
3.3. Araştırmanın Değerlendirilmesi	34
BÖLÜM 4. SONUÇ VE ÖNERİLER	70
EKLER	78
KAYNAKLAR	95
ÖZGEÇMİŞ	98

ÖZET

Gelişmekte olan ülkelerin problemleri ekonomik kökenlidir. Çözümleride ülke ekonomisi ile direkt olarak ilişkilidir.

Araştırma konusu olarak seçilen pazar yerleride ülkemiz özelliklerini, kültürel ve sosyal yapımızı tüm gerçekleriyle yansıtan ekonomik bir olgudur.

İstanbul'da pazar yerleri süreç içinde değişiklikler göstererek, bugünkü görünümüne ulaşmıştır. Ancak, bu süreci tamamlarken ve halende pazar yerlerinin birçok problemi bulunmaktadır.

Bu problemler hem pazar ile direkt ilgilileri hem de tüm kenti etkilemektedir. Bu sorunları ortaya çıkarmak ve çözüm önerileri getirmek amacıyla birkaç aşamadan oluşan bir araştırma yöntemi izlenmiştir.

Bu araştırma sonucu İstanbul metropoliten alanında kurulan tüm semt pazarlarının konumları, kapasiteleri, fiziksel, bürokratik problemleri saptanmıştır.

Sonuç olarak, pazar yerlerinin konumları imar planları ile belirlenmiştir. Problemin temelini plansız konumlanmaları ve plansızlığın getirdiği sorunlar oluşturmaktadır. Bu sorunlara çözümler, pazarın kurulduğu yerlerde ulaşım açısından ve esnafın yerleşme biçimlerinde çeşitli düzenlemeler yapılmasına ilişkindir. Ayrıca, tüketici, üretici sorunlarına yerel yönetimlerin katkılarıyla bazı çözümler önerilmiştir.

SUMMARY

RESEARCH ON MOBILE MARKETS IN ISTANBUL METROPOLITEN AREAS

Today, Turkey is transforming fastly from an under developed to a developed country. This fact can be seen in the increasing population of the most cities.

The tide of immigration to these cities evolved social and economical problems, such as slums, mushroomed around the cities, joblessness forced many persons to be a street peddlers and than tradesmen.

Trading became essential to earn a living so to support ones life in the new environment. Open our mobile markets became a natural seen every where in this cities. Usually one day in aweek in a district where the consumer could reach easily and buy their needs for less cost than in a shopping centers.

Mobile markets existed since the old days where mankind in this tribal society invented the trade system and since those days to this day nothing much has changed. These markets used to take place at road corners, mountain straits, sea side harbors and the places allocated to tribal meetings.

In ottoman time a building complex on one side would have a faculty, library and eating place. On the other side of the some building a set of shopees would be included. These shops are could ARASTA and are the attraction for people to meet and buy their need from food and clothing.

The prices in these days used to be fixed by the tradesmen. This system of pricing lasted until the last days of the ottoman. After the establishment of the Turkish republic the pricing system regulated by the local municipalities department.

Presently as the population is fastly increasing the more markets make their sails 50 %- 60 % less priced than the shops and there fore competition forced the shops to sell their materials with less minimum interest and in many cases as near prices to those in the open markets.

15-20 years ago mobile markets used to make their trades once a week in a particular district. But as the demand increased to these markets the tradesmen started to do business every day in different district or areas during the whole week.

Before 1980 up to now some popular markets have established a lasting tradition and they sell all sort of materials from food to all industrial production as needed. These markets are so popular that they make their sales only one day in a week and they attract not only people from the same district but from neighbour district even from near towns and villages.

The markets are the Tuesday market in Kadıköy. The Wednesday market in Fatih and the Saturday market in Beşiktaş.

The municipalities markets are divided in to two sections.

The first one is a control shopping place, the second one is an open market allocated to open one day in a week.

The central shopping is built in a place where the shops cover variety of materials to answer the need of the citizens.

The centers are built in one district of the city or in any town or a village. The prices are regulated by the municipality.

The open mobile market is allocated to open its desks in one fixed street or piazza for one day of the week.

Municipality by law regulate the demand of mobile markets according to the density of the population in this district.

This means that the local leader of district submits his application to the municipality he belongs to the municipality orders the commission to study the issues and accordingly a suitable national place is allocated to be used.

Since 5 years all allocated areas to mobile markets in Istanbul metropolitan are fulfilled. The extra demand to new markets the public became impossible. The municipality is refusing to make any extension to these demands. Therefore a new trading business came to the surface, that is a tradesman would trade his allocated place for a certain price agreed upon.

This sort of dealing has a price according to the priority of the district.

The economical directorate is usually the official responsible body is controlling all mobile markets. This body covers the economical side, the markets inspectors, the accountancies, the veteriner doctors and the health directorate as well.

In many research as for as town planning is concerned my work lead me to pick up 3 mobile markets in İstanbul metropolitan my investigations concentrated on the following issues;

Are they suitable in their allocation?
Do the producers answer the needs of the cosumer?
Do the prices of the same sold materials vary in these various markets?

To find out the facts about these issues, I picked up the following markets,

- 1- The Tuesday market in Kadıköy
- 2- The Wensday market in Fatih
- 3- The saturday market in Beşiktaş

The investigations are followed in three stages,

The first stage a research on the tradesmen in the markets,

The second stage research on shops and house resident living near the markets,

The third stage research on consumers dealing in the market.

The final results of my investigation according to town planning rules. and regulations became the basic work to these thesis.

As far as the mobile markets are concerned the following procedure has been adopted in supporting the thesis.

First of all at the district municipality in İstanbul I gathered all concerned informations such as places of mobile markets of the district the size of the allocated areas the days allowed to put up their produces the kind of various materials allowed for sail.

The investigation would take place in questions are asked about the quality of material sold and their prices the consumers needs and whether they are satisfied with the produce. Accordingly all collected information are noted down.

In Istanbul on the Anatolian side the Tuesday market in Kadıköy district for instance the market covers up 1100 tradesmen, this means 2800 desks officially registered.

On the European side the Saturday market in Beşiktaş district is doing business since 1960 and the market has 1000 tradesmen and they put nearly 2000 desks demonstrating all sort of materials for sale.

The Saturday market in Beşiktaş wasn't in the present area seven years ago. At the beginning this market was in the main street of Beşiktaş which is called İhlamur street. In this street is popular so crowded and the transportation is very difficult. So the market was moved in 1984 by municipalities the present day street.

Again on the European side and in the most populated district in Istanbul the Wednesday market in Fatih spreads to 3600 desks to cover 30 nearly streets.

This market is doing business since 1953 in two or three street. Every year the capacity of the market increased and then reached about thirty street.

As a result to these findings some of the mobile markets in Istanbul metropolitan are placed in unsuitable areas and have no relation whatsoever to include town planning rules.

Therefore these areas are constantly an attraction to give birth to certain problems, such as a dirty environment.

Frustration in loading and unloading, the lack to make any future extension.

The tradesmen in such markets are limited in their movements and the lack of storing area.

The consumers as well are frustrated for they have no places to rest no toilets.

Above all in these markets prices are not shown.

In market areas the most important need is to have two separate accesses;

One for the pedestrians and the second for transportation.

Also an outdoor parking area for citizens to deal freely in their purchases.

Above all tradesmen should demonstrate the best qualities of their materials and be uniformed with standard type of dressing reflecting neatness and cleanliness and dealing with the consumers using a proper language in their conversations.

Mobile markets are always affected with certain problems these problems must be dealt and solved by the tradesmen themselves.

The municipality authorities as well have responsibilities to share in solving part of these problems.

BÖLÜM I PAZAR YERLERİ VE SORUNLARI

Ülkemiz tüm az gelişmiş ülkeler gibi hızla gelişmekte ve büyümektedir. Gelişme ve büyümenin en iyi göstergesi ise kentleşme hızı olmaktadır.

Kent nüfusunun artması beraberinde sosyal-ekonomik ve kültürel problemleri de getirmektedir.

Kırdan gelen nüfus konut, iş gibi problemlerle karşılaşmakta, konut sorununu gecekondular, iş sorununu ise marjinal sektörde (işporta, pazarcılık, şöforlük vb.) çalışarak çözümlemektedir. [1]

Tüm insan topluluklarında ve yerleşmelerde olduğu gibi barınma ve çalışma problemini çözen insanlar hayatlarını devam ettirebilmek için gerekli ihtiyaçlarını alış-veriş (ticaret) bölgelerinden temin etmektedir.

Pazar yerleri ticaretin kademelenmesinde belli bir yer işgal etmeyen, büyük şehirlerde halkın kolayca ulaşabileceği bir yerde veya bir ilkokul yerleşme biriminde haftanın bir veya birkaç gününde kurulan açık çarşılarıdır. Bu pazarların en büyük özellikleri binalarda olmayıp, açık alanlarda kurulmaları ve diğer eşyalar yanında o kente, bölgeye özgü malların satılmasıdır. [2]

Pazar yerleri nüfusun ihtiyaçlarına göre farklı nitelikte, farklı nicelikte, kentleşme süreci içinde farklı zamanlarda oluşmaktadır.

Eski çağlarda sadece insanların toplanabildikleri ve kısıtlı düzeyde mal alışverişinde bulundukları tek yer olan açık pazar yerleri günümüzde diğer alış-veriş yerlerine göre daha rahat alış-veriş yapılabilmesi, ucuz olması, malın çok çeşitli olması ve her bütçeye göre malın bulunması nedenleriyle tercih edilmektedir.

Bu bakımlardan hızla artan ve gelişen nüfusun pazara olan ihtiyacı gün geçtikçe artmakta, pazarlar zevk için gidilen bir yer olmaktan çıkıp, artan enflasyon sonucu zorunlu olarak tercih edilen alış-veriş yerleri olmaktadır.

Ülkemizde pazarlar sadece alış-veriş yapılan yerler olmayıp, toplumun örf, adet ve geleneklerini yansıtan mekanlar olmuştur.

Büyük kentlerimizde, özellikle İstanbul gibi metropoliten kentlerde pazarların gün geçtikçe sayıları artmaktadır. Ancak alım gücünün giderek azalması, halkın pazardan dahi alış-veriş yapamamasına neden olmaktadır.

Bunun nedeni metropoliten alanlarda, pazarcının malı direkt olarak üreticiden almamasıdır. Malın aracılardan ya da komisyonculardan alınması fiyatların artmasına neden olmaktadır.

Böylece mağazadaki mal ile, pazarda satılan mal arasında büyük bir fiyat farkı bulunmamaktadır.

Pazarlarda fiyatların artması sonucu, 1983 yılında halka daha ucuz ve taze mal satmak amacıyla belediyeler tarafından, halk pazarları kurulmuştur. Bu sabit halk pazarlarının amacı, günlük taze sebze ve meyveyi direkt olarak üreticiden-tüketiciye satmaktır.

Böylece vatandaş ekonomik açıdan rahatlamaktadır.

Mallar, kamyonlar içinde, yerleşme merkezlerinde satılmaktadır. Ancak, malların kamyonlarla ilçe merkezlerine gelmeleri, sabah saat 7 00'dan akşam 20 00-21'e kadar kalmaları, çevreyi kirletmeleri, satıcıların bağırımları, alış-veriş yapanların kamyonlar önünde oluşturdukları uzun kuyruklar, karışıklığa neden olmaktadır.

Sözü edilen halk pazarları, kurulmaya başlandığı 1983 yılında, iskele meydanları, otopark alanları gibi geniş alanlarda kurulmaktaydı.

Çünkü bu alanlar halkın kolayca ulaşabildiği, boş alanlardı. Örneğin: Kadıköy iskele meydanı.

İlk uygulamalar sonucu, bu halk pazarlarının nitelikleri ve konumları gereği çevreyi rahatsız ettikleri anlaşılmıştır. 1984-1985 yıllarında bu halk pazarları, belediyece belirlenen daha uygun bölgelere taşınmıştır. Ancak bu yerlerde hala çözümlenememiş planlama-düzenleme sorunları bulunmaktadır.

1.1. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Yukarıda bahsedilen tüm bu problemleri tespit etmek, semt pazarlarının birbirleri ile ilişkilerini, farklılıklarını ortaya çıkarmak bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Pazar yerlerinin şehir planlaması standart ve ilkeleri yönünden incelenmesi, sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan ele alınması çalışma kapsamı içinde bulunmaktadır.

Araştırma birkaç aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama, İstanbul'daki pazar yerlerinin tespiti olup, belediye ve zabıta müdürlüklerinden elde edilen bilgilere göre İstanbul'daki pazar yerleri ortaya çıkarılmıştır.

İkinci aşamada, İstanbul'un Doğu ve Batı yakasında seçilen üç büyük semt pazarında alan araştırması yapılmıştır. Alan araştırması için Kadıköy-Salı, Fatih-Çarşamba, Cumartesi-Beşiktaş pazarları seçilmiştir.

Bu pazarların seçilme nedeni, diğerlerine göre büyüklük ve nitelik açısından farklı olmalarıdır. Bu semt pazarlarında anketler yapılarak pazarların genel özellikleri ortaya çıkarılmıştır.

Bu tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde, pazar yerlerinin insan yaşamındaki önemi, ülkemizde pazarlara olan talep ve pazarların yaygınlaşma nedenleri, değişen nitelikleri, çalışmanın amacı ve yöntemi açıklanmaktadır.

İkinci bölümde, pazar yeri tanımı, kapsamı, büyüklükleri, türleri, pazarlarla ilgili yasal mevzuat anlatılmaktadır.

Üçüncü bölümde, araştırma yöntemi, araştırma aşamaları, özellikle incelenen üç büyük semt pazarında yapılan alan araştırması sonucu, araştırmanın değerlendirilmesi, pazar yerlerinin sorunları belirtilmiştir.

Dördüncü bölümde, sonuç ve çözüm önerileri yer almaktadır.

BÖLÜM 2 PAZAR YERLERİ

2.1. PAZAR YERLERİNİN TANIMI-KONUMU-KAPSAMI

Konuya başlamadan önce pazar ve pazar yerleri tanımı yapıldığında;

PAZAR; Dükkanlarda veya açık tezgahlarda bulunan malların alınıp, satıldığı, üzeri kapalı veya açık olan yer olarak tanımlanır. [3]

Diğer tanımlamalara göre;

Satıcıların mallarını satmak için haftanın belirli günlerinde bir yerleşme merkezinde kurdukları geçici sergilerin yeridir. [3]

Belli bir malın satıldığı yerdir. [4]

Belli bir günde her türlü mal satıcılarıyla, alıcıların toplanıp alışveriş ettikleri yerdir. [4]

Semt sakinlerine, yaş, kuru meyve, sebze, günlük ihtiyaç maddeleri ile giyim ve ev eşyası gibi birçok ihtiyaçlarını satan esnafın, haftanın bir gününde veya devamlı olarak hergün satış yapmaları için belediyece önceden tespit edilmiş yerlere pazar yeri denilmektedir. [5]

Pazar yerleri, ticaretin kademelendirilmesinde belli bir yer işgal etmeyen, bir köyün, kasabanın ya da kentin merkezi yerinde ürünlerin getirilip, satıldığı haftanın bir ya da bir kaç gününde kurulan alım-satım yeridir. [6]

Dükkanlarda veya açık tezgahlarda bulunan malların alınıp-satıldığı üzeri kapalı veya açık olan yerdir. [7]

Belli bir günde hertürlü mal satıcıları ile alıcıların toplanıp, alış-veriş ettikleri yerdir. [8]

Bazı malların alışverişinin geniş ölçüde yapıldığı yerdir. Örnek: Leipzig kürk pazarı. [8]

Bir malın alıcı bulduğu yerdir. (Hindistan, İngiltere için iyi bir pazardır.) [8]

Belediye pazarları kurulma sürelerine bağlı olarak devamlı (sabit) ve geçici (haftalık) olmak üzere iki türdür.

SABİT PAZARLAR: Hergün aynı yerde kurulan pazarlardır. Bir köyün, kasabanın ya da kentin merkezinde ürünlerin getirilip hergün kurulan ve açık olan alım-satım yeridir.

GEÇİCİ PAZARLAR: Haftanın bir veya birkaç günü beliryerlerde kurulan pazarlardır.

Daimi ve geçici pazar yerlerinin sorumluluğu belediye şube müdürlüğünde bulunmaktadır.

Bu pazar yerleri yeni kurulurken veya başka yere taşınırken, taşınacakları yer bu müdürlükçe imar durumu incelendikten sonra saptanmaktadır.

Satın alanların rolüne göre pazarlar beş bölüme ayrılmaktadır.[9]

Tüketici pazarlar: Kişisel ihtiyaç için mal satın alınan yerlerdir.

İşletmeler pazarı: Üretim maksadıyla kurulan pazardır.

Kurumlar pazarı: Kar amacı gütmeyen türlü kurumların oluşturduğu pazarlardır.

Devlet pazarı: Devlet işlerini yürütmek maksadıyla mal ve hizmet satın alan kişiler ve örgütlerin teşkil ettiği pazarlardır.

Pazara sunulan mal çeşitlerine göre pazarları incelemeden önce, malın tanımını yaparsak,
MAL; İnsan ihtiyacını karşılayabilen ve bu amaç için üretilen şeydir. [10]

TÜKETİCİ MALLARI: En son tüketicinin eline geçen üretildikten sonra başka bir işleminden geçirilmeksizin tüketilen ya da kullanılan mallardır.

ÜRETİCİ MALLARI: Başka malların üretimi için kullanılan ana ya da ara mallardır.

Tüketici mallardan oluşan pazar yerleri kendi içlerinde niteliklerine göre çeşitlere ayrılmaktadır.

Küçük birkaç sokaktan oluşan sadece gıda üzerine kurulan pazar yerleri. Örnek; Koşuyolu-Pazar pazarı.

İlçe merkezine yakın, gıda dışında çok çeşitli olmamakla birlikte, giysi ve züccaciye türü malların satıldığı pazarlar. Örnek, Selimiye-Çarşamba pazarı.

Her türlü malın satıldığı ve sadece haftanın belli bir gününde , minimum 1500 tezgahın kurulduğu, kent içinde ve yakın yerleşmeler tarafından dahi bilinen semt pazarları. Örnek; Kadıköy-Salı, Fatih-Çarşamba, Beşiktaş-Cumartesi pazarları.

Tek tür malın satıldığı ve sadece haftanın belli bir gününde kurulan pazarlar. Örnek; Kısıklı-hayvan pazarı.

Hayvan pazarları da kendi içinde kümes ve kuş pazarları, küçükbaş ve büyükbaş (kurban) pazarları ve balık pazarları olmak üzere çeşitlere ayrılmaktadır.

2.2. TARİHİ GELİŞİM İÇİNDE PAZAR YERLERİ

Pazar yerleri en ilkel çağlardan günümüze kadar insan yaşamındaki rolünü korumuştur.

" Dünya da Çin ve Hind'den İspanya ve İskoçya'ya kadar bütün eski şehirler, surlarla çevrilmiş birer pazardan oluşurlardı. Bu alanlar veya pazar yerleri çok defa belirli amaçlar için birçok kimsenin toplandıkları veya birbirlerine tesadüf ettikleri yerlerdi!" [11]

Pazarlar yol kavşaklarında, kilise, camii gibi kutsal yer yakınlarında, geçit ağızlarında, limanlarda ve kabilelerin kararlaştırdıkları sınırlar üzerinde kurulmaktaydı. Pazar yerleri birçok kavimlerin buluştuğu çevre olmaktaydı.

O zaman ki idareler, burjuvalara ucuz ve bol yiyecek temini için özellikle şu iki araca müracaat etmekteydiler.

Alış-verişin belirginliği,

Malın doğrudan doğruya üretici elinden tüketici eline geçmesini sağlamak.

O devirlerde şehrin pazar yerlerinde köylü ile şehirli herkesin gözü önünde karşılaşmaktaydı.

Malın yolunu keserek daha kente girmeden ve pazar açılmadan satın alınması yasaktı. Esnaf gereğinden fazla malı depo edemezdi.

Pazar yerleri Roma'da bir çeşit eğlence vesilesi olmaktaydı. 5. ve 6. yüzyıllarda Yunan ekonomisinde çarşı ve pazarların da yer aldığını görmekteyiz. Bu devirde haller ve şehir meydanlarında kurulan pazarlar bölgesel ihtiyaçlara yeterken, daha geniş bir ekonomik değişimin oluştuğu panayırklar da gelişmekteydi. [12]

Osmanlı devrinde ise, tanzimattan önce hükümet belediye işlerini üzerine almayarak, toplumu bu konuda serbest bırakmıştı.

Osmanlı devrinde medrese, kütüphane ve aşhaneleri toplu olarak ifade eden imaretlerin etrafını süslemek, halkı ve halkla birlikte alış-verişi de oraya çekmek için hepsi bir düzeyde olan ve " ARASTA" adı verilen dükkanlar yapılmıştı. [13]

Bir pazar özelliği olan ve şehrin muhtelif yerlerinde hala izleri gözüken arastalardan imaretler için gelir sağlanmaktaydı.

Osmanlı devrinde, 1271 yılına kadar fiat ve esnaf işlerinden, bunların tanziminden kadılar görevlendirilmekteydi. Kadının bu görevi bu tarihten itibaren şehreminilerine verilmiştir.

Osmanlı imparatorluğunda 19. yüzyılın 2. yarısına kadar her türlü eşya ile yiyecek maddelerinin fiatları en büyük resmi otoriteler tarafından düzenlenmekteydi.

Sadrazamların yapmaya zorunlu olduğu en önemli işlerden bir kısmı " NARH" fiatlarını denetlemek, büyük kentlerde, zahireyi vaktinde toplayıp, iase krizlerinin önüne geçmekti. Bu durumda bir ihtimal söylentisi bile, sadrazamların görevden alınmasına neden olmaktaydı. Daha önce belirtildiği gibi, en yüksek devlet makamlarının ilgisi ne kadar büyük olursa olsun, esnaf işleri ile kadı ilgilenmekteydi.

Kadı merkezden gelen emirler üzerine yeniden fiat saptamak zorunda kaldığı zaman, ilgili esnafın temsilciliklerini toplar ve bunlarla konuştuktan sonra genellikle esnaf için yüzde onu geçmeyen kar payı bırakmak suretiyle fiatları saptardı.

Cumhuriyetten sonra fiatların sorumluluğu belediyelere verilmiştir.

Günümüzde ise, hızla artan ve gelişen nüfusun pazara olan ihtiyacı artınca, halkın talebiyle pazarların nitelik ve niceliğinde değişimler olmaktadır.

Semt pazarlarını incelediğimizde, eskiden mağaza ve dükkanlardan % 50-% 60 daha ucuza mal satan bu pazarlarda, artık mağaza, manav fiyatlarına yakın fiyatlarla satış yapılmaktadır.

Günümüzden 15-20 yıl önce her semtte haftanın belirli bir günü pazar kurulurken son yıllarda, artan talepten ötürü, aynı gün, aynı semtin farklı mahalle ve sokaklarında pazarlar kurulmaktadır.

1980 yılı öncesinde ucuz olduğu için tercih edilen semt pazarları, günümüzde çeşit bolluğu, pazarlık yapma imkanı olduğu için tercih edilmektedir.

Pazar yerlerinde özellikle yiyecek eşyanın eskiden olduğu gibi çok ucuza satılamamasının nedenleri arasında tezgah kiralarının, ulaşım-nakliye fiyatlarının fazla olması, harçların artması ve pazara gelenlerin daha kaliteli mal almak istemeleri gösterilmektedir.

1980 yılı öncesi olduğu gibi çok fazla rağbet görmese de semt pazarları, her zaman kalabalık bir görüntü sergilemektedir. Özellikle yiyecek maddeleri yanında her türlü malı satan çok geniş bir alanı kapsayan, Kadıköy Salı pazarı, Fatih-Çarşamba ve Beşiktaş-Cumartesi pazarları gibi pazarlarsadece kendi etki alanları içindeki nüfusun değil, tüm İstanbul'un, hatta zaman zaman İstanbul dışından gelenlerin alış-veriş yapmak için geldikleri yerlerdir.

Eskiye göre satışların daha az olmasına karşın, kalabalığın artmasının nedenleri olarak;

- . Alış-veriş yapmak için gruplar halinde gelinmesi,
- . Ne olacağını düşünmeden gelenlerin (bilinçsiz) ya

da kararsız tüketicilerin her tezgahın önünde durması bazen de hiçbir şey almamaları,

- . Sadece gezmek ve eğlenmek amacıyla gelenlerin bulunması,
- . Yalnızca önemli günler (bayram, yılbaşı, vb.) öncesi gelenlerin kalabalık yaratmaları, gösterilebilir.



2.3. PAZAR YERLERİNİN İMAR PLANI İÇİNDEKİ KONUMU

Pazar yerlerinin, imar planları içindeki yer seçimi, planlama standartları, planlama ilkeleri doğrultusunda yerleşme nüfusunun ihtiyaçları gözönünde bulundurularak saptanmaktadır.

İmar planları yapılırken dikkate alınması gereken pazar yeri ile ilgili standartlar aşağıda belirtilmiştir.

Pazar yerleri minimum 2500 kişinin ihtiyacını karşılayacak şekilde planlanır. Bir başka deyişle 2500 kişilik bir tüketici cirosu bir pazarı yaşatacak büyüklük olarak kabul edilmektedir. [14]

Pazara olan uzaklık maksimum 1.5 km. olmalıdır. Erişme alanı r 1.5km. olan pazarın hizmet alanı 700 ha. kadar olmaktadır. [14]

Pazar alanı büyüklüğü min.4000-6000 m^2 olmalıdır. Pazar alanı içinde tezgah büyüklüğü, ortalama 10-15 m^2 . olarak hesaplanabilir. [14]

Tezgahlar arasındaki yaya yolu, en az 3m. olacak şekilde seçilmelidir. [14]

Açık pazar yerleri ile ilgili düzenlemelerde nüfus yönünden yapılan tahminler yanında saha yönünden bazı kabullar yapmak güç olmaktadır.

"Küçük şehir ünitelerinde, nüfusu 25 000- 35 000 olan yerlerde açık pazarlar için ortalama 4000- 6000 m^2 .lik bir alan ayrılması gerekmektedir" [15]

PAZAR YERLERİ İLE İLGİLİ PLANLAMA İLKELERİ

Pazara yaya olarak gelinmektedir. Bu bakımdan fiziksel planlamada tüketicilerin genellikle yaya yürüyüş mesafesi içerisinde, pazarlara yaya erişimleri ve

dönmelerini sağlamak gerekmektedir. Pazar yerlerinin yaya aksları üzerinde olması tercih edilmektedir.

- .Özel araçlarıyla gelenler için yeterli sayıda otopark planlamak doğru olacaktır.
- .Pazara mal getirip, satan kişilerin, kentin dışından geldikleri dikkate alınırca, pazarın ulaşım ağı üzerinde olması veya ulaşım ağı ile bağlantılarının iyi çözümlenmesi gereklidir.
- .Pazar yerinin çevresinde yaratacağı çevre sorunlarına çözümler aranmalıdır.

Bu amaçla;

- .Pazar yeri büyüklüğü iyi seçilmeli,
- .Pazar içindeki kirliliğin çevreye çok fazla yayılmasına dikkat edilmelidir. Pazarın sınırları iyi çizilmelidir.
- .Çöplerin sevkine, pazar sonrası olan temizliğe dikkat edilmelidir.
- .Pazar yeri içinde bir wc, çeşme ve küçük bir zabıta tesisi yer almalıdır.
- .Pazar yerlerini alt ve orta gelir grubuna dahil ailelerin kullandığı dikkate alınırca, pazar yerlerinin herkesin ulaşabileceği kadar yerleşme ünitelerinin merkezinde planlanması gerekmektedir.
- Pazarçının malı getirdiği arabalar için otopark ve bakım yerleri planlanmalıdır.

2.4. PAZARLAMA YÖNÜNDEN PAZARI OLUŞTURAN KRİTERLER

2.4.1. FİNANS

Pazarlamada "finans işlevi" malların tüketiciler eline geçmesi için yapılan türlü eylemlerde kullanılmak üzere gerekli paranın sağlanmasını ve yönetimini içermektedir.

Malların üretim zamanı ile satış zamanı arasında uzunca bir sürenin geçmesi gerekiyorsa üretici açısından finans büyük önem kazanmaktadır.

İhtiyacı olan parayı finans kurumundan sağlayamayan perakendeci kredi işlevini toptancıya o da üreticiye yüklemektedir. [16]

2.4.2. FİAT OLUŞUMU

Pazarlama karmasının elemanlarından (işlevlerinden) biri de fiatlamadır.

Malların ve hizmetlerin fiatlanması, işletmenin pazarlama karmasının öteki elemanları ölçüsünde önemli ise de, genellikle, pazarlama yönetiminde fiatlama işlevine daha az ağırlık verilmektedir.

Yalnızca maliyetlere ve istenen kar düzeyine bir ölçüde de pazarın yapısına dayanarak mallar fiatlanmaktadır.

Gerçekte fiat malın pazar özelliklerinden biridir. Pazarlamacı, fiatları etkileyen tüm etkenleri kavramalı ve işletmeyi amacına ulaştırmak için fiatlarla ilgili iktisat kuramına (fiat teorisine) dayanmalıdır.

Fiat politikaları oluşturmak için bir çok kararın alınması gerekmektedir. Hiçbir fiat sürekli değildir.

Gerçekte fiat bir öneridir. Pazarın nabzını yoklama çabasıdır. Tüketiciler sunulan fiatı benimserlerse

sonuca ulaşılmış demektir. Benimsemezlerse fiat hemen değiştirilmelidir. Ya da mal pazardan çekilmelidir. Belirli bir sürede geçerli olmak üzere, alınan fiatlarla ilgili kararlar, fiat politikasını oluşturmaktadır.

Tam rekabet ile tekel arasında yer alan pazar koşullarında fiat politikası açısından, yönetsel fiatlar söz konusu olmaktadır. İşletme türü fiat kararları almakta ve fiatları yönetme çabası göstermektedir.

Fiat yöntemi, işletme için olduğu ölçüde tüm ekonomi, tüm toplum içinde önemlidir.

Bu nedenle, işletmelerin bu konuda bilinçli olarak sorumluluk yüklenmelerinin gereği ortaya çıkmaktadır.

Üreticiler, haldeki komisyonculardan alınan bilgiye göre kendileri için uygun olan tüm kentlerdeki fiat değişmelerini ya günlük olarak telefon ve teleksle veya çevrelerindeki üreticilerin nerelerde, kaç tane sattıklarını sorarak takip etmekte ve malların hangi şehirlerde satılmasını istiyorlarsa o şehrin halindeki komisyoncularına göndermektedirler. (Bkz. EK- A1)

Böylece "üreticiler, mallarını fiatı en yüksek pazarlarda sattırabilmektedirler. Buna karşılık üreticinin kendisini seçmesi için komisyoncu elindeki malı iyi fiatla satmak zorunda kalmaktadır. Burada zarar gören tüketici olmaktadır. [16]

Halde, toptancı esnafın hemen hemen tümünü oluşturan komisyoncular kendi çıkarlarını korumak üzere birde komisyoncular derneği kurmuşlardır. Aslında bu dernek başta belediye olmak üzere kar oranlarını düşürebilecek tüm kişi ya da kuruluşlara karşı birlik olmayı amaçlamaktadır. [17]

Halde fiatlar arz, talep ve kaliteye göre saptanmaktadır.

Eğer arz ve talep de büyük dalgalanmalar yoksa fiyatlar-
da fazla bir değişiklik olmamaktadır.

Eğer ürün tarladayken satın alınmamışsa, komisyoncu üreticiyle yaptığı anlaşmaya göre tüm nakleyi, hammaliye gibi masrafları halde ödemekte, gelen maldaki fireyi çıkardıktan sonra satış fiyatı üzerinden % 7 komisyon ve KDV'sini almakta ayrıca yaptığı masrafların ödemelerini almakta, kalanını üreticiye yollamaktadır.

Bu normal bir komisyoncunun çalışma biçimidir. Üretici ile yapılan anlaşmaya göre ödeyen şahıslar ve ödeme biçimi değişebilir.

Üreticiden tüketiciye malın el değiştirmesi ve fiyat oluşumu olayını somut bir örnekle açıklayabiliriz. Hükümetin yeni uygulamaya başladığı vergi düzenlemesiyle üreticiden çıkıp tüketicinin eline ulaşınca kadar geçen sebze, meyvede eskiden sadece 23 işlemden geçmekteydi.

1983 yılında üründen ve sandıktan KDV alınmasıyla işlem sayısı 31'e yükseldi.

Bugün üretici ile tüketici arasındaki "Bürokrasi Ağının" giderek genişlemesiyle fiyatlar, maliyetlerinden bağımsız olarak hızla tırmanışa geçmektedir.

Özellikle perakendeci esnafdan % 3'lük KDV'yi alıp, bunu artış için gerekçe göstererek, fiyatların olduğundan fazla arttırılmaktadır. (Bkz. EK A2)

Örneğin, 600TL'lik bir malın % 3'lük KDV'nin eklenmesi ile 618TL'dan satılması gerekirken 650TL'dan satılmaktadır. [18] (Bkz. EK A3)

DOMATESEKİ YAPILAN 31 İŞLEM (kg/TL)

ÜRETİCİ	ESKİ	YENİ
Komisyoncu	100 00	100 00
Stopaj (%7)	7 00	7 00
Hal Rusumu (%2)	2 00	2 00
Hamaliye	5 00	5 00
Nakliye	10 00	20 00
Nakliye KDV'si	1 00	2 00
Havale-tel gideri	5 00	10 00
Dara	10 00	10 00
Milli Savunma fonu (%2)	2 00	10 00
Komisyon (%7)	2 80	11 20
Komisyon KDV'si	0 28	1 12
Sandık KDV'si (%1)	-	3 00
Temel Gıda KDV'si (%3)	-	5 20
TOPLAM	145 08	179 22

2.4.3. DEPOLAMA

Genel anlamda depolama, üretim ile satma işlevinin tamamlanması arasında malların uygun koşullarda elde tutulmasıdır. Bu işlev, üreticiler, taşıyıcılar, toptancı ve perakendeci aracılar ile uzman depocular tarafından yerine getirilmektedir.

Tüketicilerin de malları ambarda ya da soğuk hava düzenli yerlerde saklamaları söz konusudur.

depolamanın temel işlevi, zaman faydası yaratarak arz ve talebi uyumlu kılmaktır.

Depolama yoluyla, malların, ihtiyaç duyulan zamanda uygun koşullarda satışa sunulması olanağı sağlanmaktadır. Bu nedenle, depolama işlevi ülkenin pazarlama sisteminin etkin biçimde işlemesine katkıda bulunmaktadır.

Depolama Nedenleri;

- . Malların bir çoğunun üretimi mevsimlidir. Tüketimi ise mevsimlik değildir. Tüm yıl boyunca tüketilirler. Örneğin; Tarım ürünleri
- . Kimi mallar düzenli olarak üretilirler, ama tüketimleri mevsimlidir. Örneğin, Spor giysiler ve gereçleri, yün battaniye vb. Üreticiler bu malları tüm yıl boyunca üretmeyi ekonomik bulurlar ve talebin ortaya çıktığı mevsimlerde pazarlarlar.
- . Kimi zaman spekülasyon amacıyla, fiyat artışından yararlanmak için ya da gelecekte karşılaşılabilecek kıtlıktan korunmak amacıyla depolanırlar.
- . Malların, indirimden yararlanmak ve taşıma maliyetini düşürmek için, ihtiyaçtan çok satın alınıp depolanması da söz konusudur.
- . Kimi malların, üretim zamanı ile tüketim zamanı arasında geçen sürede belirli bir işlemden geçirilmesi pazarlamaya uygun duruma getirilmesi gerekir.

Kuruluş yeri açısından da depolar üçe ayrılabilir.

- . Pazara dönük depolar,
- . Üretime dönük depolar,
- . Pazar ile üretim yeri arasında kurulan depolar.

Pazar ve üretim yerleri arasında kurulan depolar üretime dönük depoların niteliklerini taşırlar. İşletmelerin kuruluş yeri kuramına göre, bu depoların yeri seçilir.

2.4.4. RISK TAŞIMA

Risk zarar etme olasılığıdır. Olasılık gerçeğe dönüştüğünde zarar ortaya çıkmaktadır.

Riskin, sahipliliğin doğal bir sonucu olduğu söylenebilir. Bu durumda işletmeler de, tüketiciler de riskle karşı karşıyadırlar.

Risk gerçekleştiğinde ortaya çıkan zarara, mala sahip olan katlanır. Sigorta yoluyla bu yük büyük ölçüde hafifletilebilir. Bu nedenle, mala sahip olan ister kişi, ister işletme, ister başka bir örgüt olsun risk taşır.

Pazarlama eylemlerinin yürütümü sırasında risk söz konusudur. Başlıca riskler şöyle şöyle sıralanabilir.

- . Sel, yangın gibi doğal riskler.
- . Bozulma, kırılma, hırsızlık gibi fiziksel riskler.
- . Fiat değişimleri nedeniyle ve malın modasının geçmesi nedeniyle karşı karşıya olunan riskler.
- . Kredili satışta alacağın ele geçirilmemesi riski.
- . Malın ihtiyaca uymaması nedeniyle ortaya çıkan riskler.

2.5. YASAL MEVZUAT AÇISINDAN PAZAR YERLERİ

2.5.1. BELEDİYE PAZAR YERİ İLİŞKİSİ

(Pazar kurulması ve talebi)

Bir mahalle halkının çoğunluğunun pazar kurulması için vermiş olduğu karar muhtarlığa ulaştırılır.

En küçük mülki kuruluş olan muhtarlık kendi bünyesinde bulunan ihtiyar meclisinde bu isteğin onaylanması halinde muhtar aracılığı ile mahalle halkının bu dileğini ilgili belediyeye iletir.

Pazar yerlerinin kurulması belediyelere, 1580 sayılı Belediyeler yasasının 15. maddesinin 42. fıkrası ile görev olarak verilmiştir.

Pazar yerlerinin yer seçimi ve ihtiyaçları karşılayabilme ile ilgili ön çalışmalarını fen işleri müdürlüğü yaparak bu konudaki raporunu belediye meclisine sunar. Pazar kurulacak alanın arazi mülkiyet durumunu, öncelikle inceleyen Fen İşleri Müdürlüğü, pazar yerlerinin seçiminde kriter olarak, yoğunluk, çevre ile ilişkiler, Çevredeki pazarlara olan uzaklığın en az 1km. olması gerektiğini incelerler.

Bütün bunların yanında pazar yanında pazar yerleri esnaf derneğinin görüşü alınır. Bu konuda şunu da belirtmek gerekir ki değişik siyasi iktidarlar, dernekden bu yönde faydalanmayı siyasi çıkarlarına göre ister uygular ister uygulamazlar.

Pazar yerinin kurulması belediye belediye meclisinde onaylandığı takdirde bu karar belediyenin Fen İşleri Müdürlüğüne gönderilir. Fen İşleri Müdürlüğü, belediye meclisinin aldığı bu karara dayanarak seçimi yapılmış olan yerin daha önceden de hazırlanmış olan arazi mülkiyet raporlarına göre işleme başlar.

Eğer tamamen kamu arazisi ise bir sorun olmamaktadır. Ancak bu arazide özel mülkiyet varsa Fen İşleri

Müdürlüğü, Hukuk İşleri Müdürlüğü ve Emlak İstimlak Müdürlüğüne başvurarak adı geçen arazinin pazar yeri kurulabilmesi için kamulaştırılmasının sağlanmasını istemektedir. Ancak Fen işleri müdürlüğü özel mülkiyette olan arsalar üzerinde pazar yeri kurulmasına zorunlu (bölgede kamu mülkiyetinde arsa bulunmaması, kamu mülkiyetinde olan arsaların pazar yeri için çok elverişsiz olması vb.) durumlarda karar vermektedir.

Genellikle kamu mülkiyetinde olan arsalar üzerinde pazar yeri kurulmaktadır. Bu işlemler tamamlanınca Fen İşleri Müdürlüğü gerekli planlamayı yaparak pazar yerinin inşaatına başlamaktadır.

Pazar yeri inşası alanın beton ve asfalt kaplanması, ara yolların, tuvaletin hazırlanması sürecini kapsamaktadır. İnşaatı tamamlanan pazar yeri, Fen İşleri Müdürlüğü tarafından yönetim ve ihtiyaç sahibi pazarcılara dağıtım için İktisat İşleri Müdürlüğüne devredilir.

Bu aşamada İktisat İşleri Müdürlüğü yerlerin dağıtımını için pazar yerleri esnafın örgütü olan pazar yerleri esnafı derneğine başvurur. Derneğin yerlerinin kuruluşunda vereceği kararlar gayri resmi olmakla beraber, pazarın kuruluş ve işleyişinde önemli bir yer tutmaktadır.

Belediye pazarın kurulması konusunda karar verirken gayri resmi olarak derneğinde görüşünü de alır.

Pratikte dernek pazarcıları kontrol ettiği ve kendileri piyasayı yakından takip eden pazarcılar oldukları için, şimdiye kadar olan uygulamalarda da görüldüğü gibi derneğin yaptığı konuşmalar pratikte geçerlilik kazanmaktadır.

Ancak özellikle son 5 yıldır İstanbul metropoliten alanında mevcut pazar yerlerinin genişlemesine, pazarda yer almak için belediyeye yeni başvuranlara

izin verilmemektedir. Çünkü mevcut olan pazarlar belli bir doygunluğa ulaşmış bulunmaktadır.

Ancak halen pazarcılık yapan esnafdan tezgahını devredenler bulunmaktadır. Bu kişiler tezgahlarını yeni pazarcı olmak isteyen kişilere satabilmektedirler. Pazar yerinin büyüklüğüne ve niteliğine göre bu ücret değişiklik göstermektedir. Örneğin, Fatih Çarşamba pazarında bir tezgah (tahta) yeri 35-40 milyona, Beşiktaş-Cumartesi pazarında 20-25 milyona satılmaktadır.

Her pazarcının tahtası ve tahtalarının tümü (Bir esnafın birden fazla tezgahı olabilir) kendisine ait değildir. Pazar esnafına tahta kiralayan tahtacılar bulunmaktadır. Her pazarın tahtacısı ayrıdır.

Ancak, Kadıköy-Salı, Fatih-Çarşamba gibi büyük pazarlarda 2-3 tahtacı bulunmaktadır. Tahtacılar her tah-tayı esnafa günlük olarak kiralamaktadırlar.

Bu ücret pazara göre farklılık göstermektedir. Ücretler günlük 500-1500TL. arasında değişmektedir.

Ayrıca yine belediye günlük olarak esnafdan m^2 hesabı yaparak işgaliye ücreti almaktadır. Bu ücret de pazar yerine göre farklılık göstermektedir. Günlük işgaliye ücretinin m^2 'si 250TL.dir. Belli bir standart olması için her tahtanın işgal ettiği yer $8m^2$. olarak hesaplanmaktadır. Bu $8m^2$. sadece tezgahın işgal ettiği alan değildir. Buna pazarcının, müşterinin ve pazarcının mallarının durduğu, tezgahın önünde ve arkasında işgal ettiği yerler de dahildir.

Bunların yanında belediye her pazarcıdan bir yıl için tezgah kurma ücreti almaktadır. Bu ücret her yıl belli bir oranda artmaktadır.

1990 yılı için bu ücret 50 000TL.± KDV.TL.dir.

Ayrıca her pazarın içinde pazar esnafını koruma derneği bulunmaktadır. Bu dernek pazarın kurulduğu günlerde makbuz karşılığında günlük 1 000TL. alır.

Bu şartlar altında tüm pazarcılar kentin başka bir yerleşmesinde pazar kurmak istediklerinde, belediye hiçbir ücret istemeden 3-5 aylık bir deneme süresine izin vermektedirler. Bu süre içinde pazar vatandaş tarafından benimsenirse pazar belediye tarafından yasallaştırılır.

2.5.2. YÖNETİM VE DENETİM

Pazar yerlerinin yönetimi İktisat İşleri Müdürlüğüne aittir. Pazar yerlerinin denetim işlerini İktisat İşleri Müdürlüğü, Zabıta Müdürlüğü, Hesap İşleri Müdürlüğü, Veteriner Müdürlüğü, Sağlık Müdürlüğü ve Pazar yerleri esnafı derneği yürütmektedir.

İktisat İşleri Müdürlüğü: Pazar yerlerinde fiyat, kalite, tartı kontrolü yapar. Görevli iktisat müfettişleri bu konulardaki aksaklıkları yerinde tespit ederek savcılık veya belediye encümenine bildirir.

Hesap İşleri Müdürlüğü: Pazar yerlerindeki işgaliye ücretlerini tahsil etmekle yükümlüdür.

Zabıta Müdürlüğü : Belediye sınırları içinde belediye kanun, nizam ve yasaklarının ve bunlara dayanılarak verilmiş emirlerin ve cezaların yerine getirilmesini sağlamakla yükümlüdür.

Zabıta Müdürlüğü, belediye emir ve yasaklarını ihlal etmeyi alışkanlık haline getiren, özellikle aşağıda yazılı suçları işleyenlerin izinlerini iptal ederek, pazardaki faaliyetlerine son verir.[19]

- . Kendilerine tahsis edilen yerlerin bir kısmını veya tamamını başkasına kiralayan veya devredenler,
- . Bir yıl içinde 5 defa fatura ibraz edemeyenler,
- . Bir yıl içinde üç defa fahiş fiyatla satış yaptığını tespit edilenler,
- . Bir yıl içinde birden fazla hileli satış yaptığı tesbit edilenler,
- . Çöplerini plastik çöp torbasına koymayanlar.

Bunların dışında, pazarcıların belediye meclisi kararında veya başkanlık onayında pazar yeri olarak gösterilen mahallerin sınırlarını aşmaları yasaktır.

Pazarcılar, pazar yerini ve çevresini temiz tutma, hususi çöpkabı kullanmaya pazarın devam ettiği müddetçe sağlık muayene ve tescil cüzdanlarını (ruhsat) yanlarında taşımaya ve ilgililere her isteyişte göstermeye, temiz iş gömleği giymek zorunluluğundadırlar.

Pazarcı esnafı yerden aynı yükseklikte olan bir çeşit satış tezgahları kullanmaya ve tezgahların sağ başına isim ve soyadları, sicil numarasını ve yaptığı işi belirten 25x40 cm. ölçüsünde kırmızı üzerine beyaz renkte yazılmış bir çeşit tabelaları asmaya zorunludurlar. Pazarcı esnafı ölçüler kanunu gereğince damgalanmış ölçü aleti kullanmaya zorunludur. El terazisi kullanmak yasaktır.

Pazarcıların rahatsızlık verecek derecede bağırıp çağırılmaları, mesken, apartman ve dükkan gibi taşınmaz malların kapılarının önlerine geçilmez bir şekilde kapamaları, duvarlara çivi çakmak, pencere demirlerine ip bağlamak gibi zarar verici hareketlerde bulunmaları ve her türlü yıkım yapmaları yasaktır.

Pazar yerlerinin ortası halkın ve luzumu halinde taşıt araçlarını serbestçe geçmesine uygun bir şekilde açık bulundurulacak ve bu geçit yerleri geçici bir surette araba ve işporta ile satış yapanlar tarafından hiçbir şekilde işgal edilmeyecektir. İşgal edenler hakkında cezai hükümler tatbik olunmaktadır.

Pazarlar sabah 7⁰⁰'den itibaren faaliyete geçecekler ve faaliyet akşam hava kararana kadar devam edecektir. Pazarın kurulmasından birgün evvel pazar yerini işgal etmek ve pazarın kurulduğu günün akşamı ortalık karardıktan sonra burada kalarak satışa devam etmek yasaktır.

Yıkanmadan, kabukları soyulmadan ve pişirilmeden yenecek her türlü besin maddelerinin açıkta satılması yasaktır.

Veteriner Müdürlüğü: Canlı hayvan ve et satışlarının sağlığa uygun olup olmadığını kontrol eder.

Sağlık Müdürlüğü: Satılan her türlü gıda maddelerinin temizliğini ve sağlığa zararlı olup olmadığını kontrol eder.



2.5.3. İSTANBUL TOPTANCI HALİ BELEDİYESİNİN GÖREV VE YETKİLERİ

80 sayılı haller kanununa göre kurulan, Büyük Şehir Belediye Başkanlığına bağlı üç toptancı hali İstanbul'a hizmet vermektedir.

Bayrampaşa-Esenler (Merkez hali)

Topkapı hali

Kadıköy hali

Ayrıca, 3030 sayılı Büyükşehir Belediyeler kanununa göre; Büyükşehir dahilinde ayrı ayrı ve ortaklaşa toptancı halleri yapmak, yaptırmak, işletmek ve işletilmesine izin vermek hak ve yetkilerine Büyükşehir Belediyesi sahiptir. Büyükşehir dahilinde mevcut toptancı halleri ile merkez hallerinin idare ve işletmeleri Büyükşehir belediyelerine bağlı olarak devam eder.

Semt pazarları ve varsa semt hallerinin idare ve işletmeyi ilçe belediyelerine aittir. İlçe belediyeleri gerektiğinde yeni semt halleri tesis edebilir.

İstanbul belediyesi meyve ve sebze toptancı hali, belediyeye bağlı hal müdürlüğünce denetlenmektedir. Hal müdürlüğü haldeki fiyat ve sağlık kontrolünden satış yerlerine ait kiraların toplanmasından ve bu yerlerin dağıtımından sorumludur. Aynı zamanda üretici-toptancı ilişkilerinde özellikle mali konulardaki aksaklıkları düzeltmekle yükümlüdür.

Toptancı halindeki yerler 80 sayılı yasanın 2. maddesindeki önceliklere göre ve bu yönetmeliğin saptadığı niteliklere uygun kişiler arasında kura çekilerek dağıtılmaktadır.

Buna göre yer dağıtımı, haldeki toptan satışları yapan ve birbirlerinden mal alıp satmaları yasak olan üç tür esnaf arasında yapılabilir. Bunlar, kooperatif ve kooperatif birlikleri, üreticiler ve komisyonculardır.

Yer dağıtımında ad çekme de yerlerin sıra ile % 50, % 30, % 20 oranlarında olması gerekmektedir.

Bununla birlikte hal müdürlüğünden alınan bilgilerden haldeki yerlerin ancak % 20'sine sahip olması gereken komisyoncuların, aslında % 90-95 gibi bu oranı çok fazla aşan oranda bulundukları ortaya çıkmıştır. Belediye bu konuda son derece ilgisiz kalmaktadır. Belediyenin koşullarını yerine getiren herkes toptancı hallerindeki bu yerlere sahip olabilir.

Bu koşullar şunlardır;

- . 5 000 000TL. teminat,
- . Ticaret odası belgesi,
- . Ziraat odasından alınmış üretici belgesi,
- . Kooperatif ise, en az 3 yıllı doldurmuş ve en az 50 ortaklı olması gerekiyor.

Belediyece halde kendilerine yer ayrılanlar işgal ettikleri yerler için belediyeye ücret ödemektedirler. Bundan başka haldeki satılan malların satış bedelinden % 2'lik, son hükümetin almış olduğu yeni vergi düzenlemesiyle getirilen % 3'lük temel gıda KDV'si eklenmektedir.

İstanbul merkez hali 1935 yılında Haliç'in giriş kısmında tütün-gümrüğü denilen yerde ilkel bir biçimde kurulmuştu. Gerek deniz taşımacılığı, gerekse demiryolu ulaşım ağının kesiştiği bölgede yer almıştı. Ancak, ticaretin gelişmesi, ulaşımın yetersizliği merkez hali işlemez bir duruma getirmiştir. Günün en önemli zamanında yüzlerce kamyonun mal getirmesi-mal götürmesi ulaşımı aksatmaktaydı. Şimdi daha modern bir şekilde yeni bina Bayrampaşa'da inşa edildi. Halin yeri ikinci Boğaz köprüsü üzerinde bulunmaktadır.

Bugün belediye, toplamı 290 olan satış yerlerinden ayda, kapalı kısımlar için m². başına 2555TL., açık

yerler içinde 3000TL. ücret almaktadır.

2.5.4. HALDEKİ İŞLEYİŞ

İstanbul toptancı halinde, kurutulmuş olanlar dışında her çeşit sebze ve meyve satılmaktadır.

Türkiye'nin hemen her yerinden gelen mallar buradan İstanbul'daki manav, büyük oteller ve lokantalara satılmaktadır. Ayrıca bu malların çok az bir kısmı pazarlara ve her gün bir kamyon Trakya bölgesine gitmektedir. Pazarlara az malın gitmesinin nedeni ise, hal rüsumu, KDV, savunma fonu gibi vergilerden dolayıdır.

Yapılan araştırmada ortaya çıkan en ilginç sonuçlardan biri de pazardaki sebze ve meyvenin halden daha ucuz olmasıdır.

Satış yapan toptancı esnafın dışında, hamallar dağıtım kamyonlarının sahipleri ve şöförleri gibi malın taşınması işinde çalışan diğer kişilerde halin değişmez elemanlarıdır. Dışarıdan birisinin bu işlerden herhangi birine girmesi hemen hemen olanaksız olup, alışveriş ve her tür taşıma işi belli kurallara göre süratle yapılmaktadır.

Malın üreticiden çıktıktan sonra haldeki toptancıya gelmesi ve satın alınan malın halden çıkışı ile ilgili tüm taşıma işlemleri hal içindeki yoğun hareketliliği yaratan başlıca etkidir. Genellikle sabaha karşı mal gelir, kamyonlar saat 7⁰⁰'den sonra il trafik müdürlüğünün getirmiş olduğu Boğaz Köprüsünden geçiş iznine bağlıdır. Bu süre içinde kamyonlar köprüden geçebilir. Saat 15⁰⁰'e kadar halde boşaltma işlemi devam eder.

Kamyonlar üzerlerinde yazılı rumuzlara ve kağıtta yazılı dükkan numaralarına göre önce hal müdürlüğüne başvururlar, daha sonra duyuruyla kamyon toptancı dükkanının önüne gider. İstanbul merkez haline günde ortalama 150 kamyon mal gitmektedir.

BÖLÜM 3

3.1. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Pazar yerlerinin şehircilik ve planlama ilkelerine göre uygun olup olmadığının tespiti, üretici ve tüketici yönünden durumu, yeterli donatımları kapsayıp-kapsamadığını, birbirleriyle ilişkilerini, kıyaslamalarını yapmak amacı ile İstanbul üzerinde haftalık semt pazarlarında (Kadıköy-Salı, Fatih-Çarşamba, Beşiktaş-Cumartesi) bir anket çalışması yapılmıştır. Anket üç aşamadan oluşmaktadır.

Birinci aşamada, pazar esnafına,
İkinci aşamada, pazar yeri yakınındaki mağaza ve konut sahiplerine,
Üçüncü aşamada, pazara gelen müşterilere yönelik sorular sorulmuştur.

Yapılan anket çalışmasından elde edilen sonuçlar, tez amaçlarını desteklemiş, şehircilik ilkelerine göre olması gereken hususları ortaya çıkarmıştır. Anket soruları tezin sonunda verilmiştir.

3.2. ARAŞTIRMA AŞAMALARI

Pazar yerleri konusunda yapılan tez çalışmasında aşağıdaki süreç takip edilmiştir.

İlk olarak İstanbul metropoliten alanında bulunan ilçe belediyelerine gidilerek kendi ilçe sınırlarındaki pazar yerlerinin nitelikleri, büyüklükleri, hangi gün, nerelerde, ne tür (semt, sabit, gıda ve yiyecek gibi.) pazarlar kurulduğu hakkında bilgi alınmıştır. Bu bilgiler Harita 1'de görülmektedir.

Bu bilgiler ışığında İstanbul metropoliten alanında her üç yarımada üzerinde kurulan bu üç büyük pazar incelenmiştir.

Ayrıntılı inceleme yapılan bu pazar yerlerinde satıcılarla anket soruları dışında mülakat yapılmış, pazarın kapasitesi, pazarcıların istekleri, sorunları hakkında bilgi alınmıştır.

Bilgi toplama aşamasından sonra tüm veriler değerlendirilerek, pazar yerleri, satıcılar, müşteriler konusunda bir değerlendirme yapıp, sorunlar saptanarak bu sorunlara çözüm önerileri getirilmiştir.

Araştırmanın değerlendirilmesine geçmeden önce, incelenen üç büyük semt pazarı ve bu pazarların bulundukları ilçe hakkında genel açıklamalar aşağıda belirtilmiştir.

İLÇELER	1985 yılı nüfusu	1990 yılı nüfusu	Yıllık artış oranı (binde)
KADIKÖY	577 863	722 966	44.81
BEŞİKTAŞ	204 911	203 224	1.65
FATİH	497 459	459 885	15.71

İLÇELER	Pazarın kuruluş yılı	sokak sayısı	tezgah sayısı
KADIKÖY	1963	4-meydan	2800
BEŞİKTAŞ	1960'lı yıllar	2-meydan	2000
FATİH	1953	30	3600

Alan araştırılması yapılan üç büyük semt pazarında da esnaf kendi içinde, yiyecek, giyim, mefruşat, elektronik, züccaciye satıcıları olmak üzere, sattıkları mallara göre ayrılmaktadırlar.

Ancak, belediye (zabıta Müdürlüklerinde) kayıtlarında bu ayırım, sebze-meyve satıcıları, karışık mal satanlar, tuafiye satıcıları ve Amerikan malı satan esnaf şeklinde sınıflandırılmıştır.

Esnaf sattığı mala göre pazar yerinde belli bir düzende konumlanmıştır. Örneğin; ayakkabı-çanta satıcıları bir sokakta, mefruşat satıcıları başka bir sokakta yerleşmiştir. Bu bakımdan anket soruları sorulurken, her üç pazar yerinde de aynı tür malı satan esnafa yapılan anket sayısı sabit tutulmuştur. Bir örnekle açıklarsak her üç pazar yerinde de 10'ar adet sebze-meyve satıcısı ile anket yapılmıştır. Örneklemesi çalışması pazar içindeki esnafın ayırımına göre yapılarak, her pazar yerinde, anket yapılan esnaf, konut sakini, dükkan sahibi, alış-veriş yapan müşteri sayısı aynıdır.

İstanbul'un Anadolu yakasında bulunan Kadıköy-Salı pazarında zabıta Müdürlüğüne kayıtlı 2800 tezgahta, 1100 esnafın çalıştığı görülmektedir. Ancak, zaman zaman bu tezgah sayısı 3000'e çıkmakta ve çalışan kişi (esnaf) sayısı 1500'e yaklaşmaktadır.

Kadıköy-Salı pazarı 1963 yılından itibaren yasal olarak kurulmaktadır. Ancak, incelenen diğer pazar yerlerinde olduğu gibi, hep aynı bölgede kurulmakla birlikte yeni çevre düzenlemeleriyle değişikliklere uğramıştır.

İlk kurulduğu sokaklar, Deregezilmez sok., Tulumbacı Asım sok., İETT garajının çevresi olmakla birlikte, zamanla Kadıköy-Altıyol'dan başlayarak, Söğütlüçeşme, Vişne, Çilek sok., Kuşdili cad.'sinin bir kısmı ve hatta bazı günler (bayram, yılbaşı vb.) öncesi, tezgah dışında sergilerle Fenerbahçe stadyumuna kadar dayanmaktadır.

1980 yılı öncesi, Kurbağalı Derenin sağ tarafı sadece ithal ve Türkiye'de çok zor bulunan malların (Avrupa, çay, kahve, elektronik eşya, ilaç vb.) satıldığı bir alandı.

1980 yılı sonrası serbest piyasa ekonomisinin uygulanmaya başlanmasıyla birlikte, ülkemize her türlü yabancı malın malın girmesiyle bu Amerikan mallarının satılmasının ve bu alanın bir önemi kalmamıştır. Ancak, halen zabıta Müdürlüğünde bu alan Amerikan malları satan esnafa tahsis edilmiş bulunmaktadır.

Son bir-iki yıldır Bulgaristan, Polonya gibi ülkelerden gidip-gelenlerin artması ve bunların ticaretle uğraşmalarından dolayı eskiden Avrupa-amerikan malı satılan tezgahlarda bugün daha ucuz, ancak daha kalitesiz Polonya, Bulgaristan, Romanya malları satılmaktadır.

Beşiktaş-Cumartesi pazarı ise 1960 yılları başından beri kurulmaktadır. Bu pazar yerinde 1000 esnaf yaklaşık 2000 tezgahta çalışmaktadır.

1984 yılına kadar Beşiktaş merkezinde, İhlamur Deresi caddesi boyunca kurulmaktaydı. Ancak ilçe trafiğinin (yaya ve taşıt) çok fazla aksamasına neden olduğu ve bu cadde üzerindeki mağazaları , çevre kirliliği, gürültü ve alış-verişlerini engellediği gerekçesiyle buradan kaldırılmasına belediyece karar verilmiş ve hemen uygulamaya geçilmiştir. 1984 yılında daimi(sabit) halk pazarlarının oluşmaya başlaması ile kamyonlar içindeki mallar belediyenin belirlediği bir alan olan İhlamur Teşvikiye yolu sokakta kurulmaya başlamıştır. Böylece Cumartesi günleri Beşiktaş ilçesinde çevre problemi yaratan pazar, Deryadili sok, Muradiye Deresi sokak ve İhlamur Teşvikiye yolu sokağı taşınmıştır ve halen bu sokakta kurulmaktadır.

Fatih ilçesi pazara olan talebin en fazla olduğu ilçelerimizden biridir. Pazar günü hariç haftanın her günü en az 5-6 sokaktan oluşan pazarlar kurulmaktadır. Bunun en önemli nedeni olarak gelir düzeyinin diğer

ilçelere göre daha düşük olması gösterilebilir.

Fatih ilçesi Çarşamba pazarı İstanbul metropoliten alanında kurulan en büyük semt pazarıdır.

1953 yılından itibaren kurulan bu pazar, ilk yıllarda sadece Fatih camii civarındaki birkaç sokaktan oluşmaktaydı. Resmi olarak bu 2-3 sokak belediye de kayıtlı bulunmaktadır. Bu pazar 30 sokakta 3600 tezgahta 1231 esnafın çalışması ile kurulmaktadır.

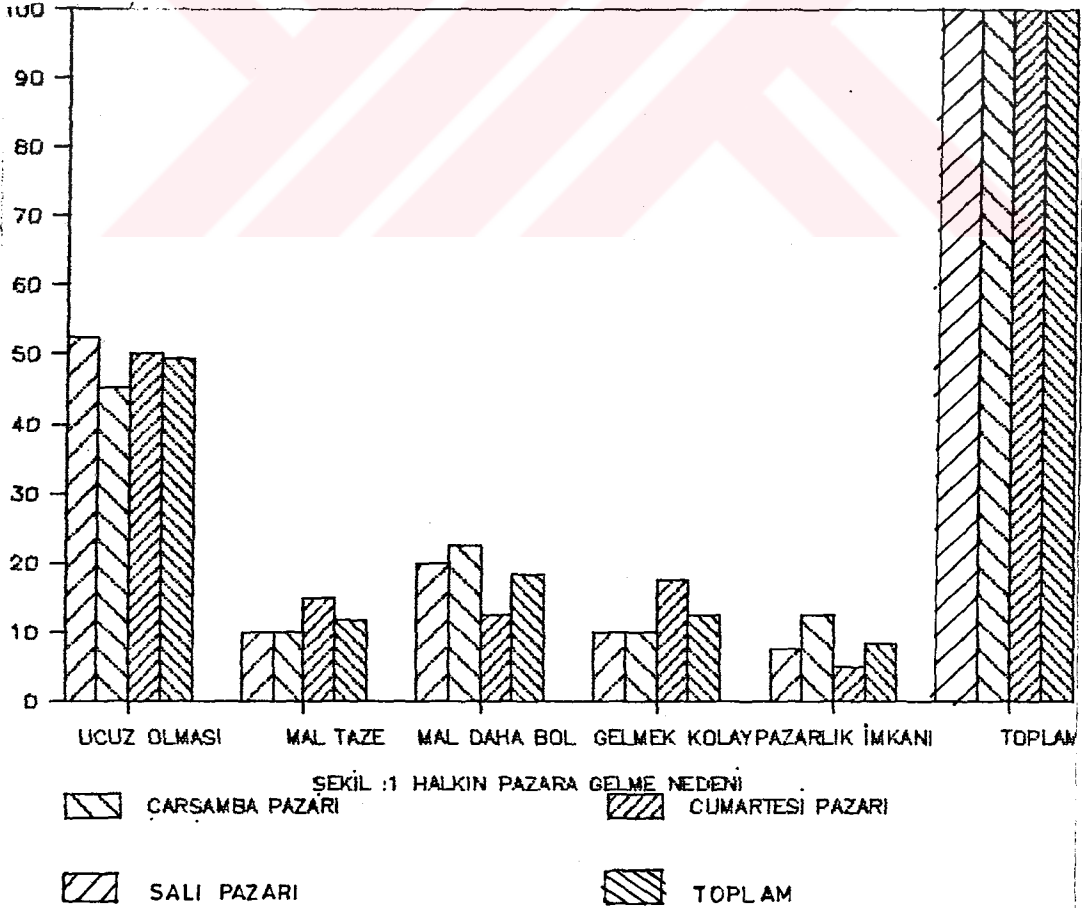
3.3. ARAŞTIRMANIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın değerlendirilmesine, ışık tutan çalışmalar-
dan en önemlisi anket çalışmaları sonuçlarıdır.

Pazara Gelenlerle Yapılan Anket Sonuçları

TABLO :1 HALKIN PAZARA GELME NEDENİ

PAZAR YERLERİ	:UCUZ OLMASI	:MAL TAZE	:MAL DAHA BOL	:GELMEK KOLAY	:PAZARLIK İMKANI	:TOPLAM
	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %
SALI PAZARI	: 21 : 52.5	: 4 : 10	: 8 : 20	: 4 : 10	: 3 : 7.5	: 40 : 100
ÇARŞAMBA PAZARI	: 18 : 45	: 4 : 10	: 9 : 22.5	: 4 : 10	: 5 : 12.5	: 40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	: 20 : 50	: 6 : 15	: 5 : 12.5	: 7 : 17.5	: 2 : 5	: 40 : 100
TOPLAM	: 59 : 49.2	: 14 : 11.7	: 22 : 18.3	: 15 : 12.5	: 10 : 8.3	: 120 : 100



Tablo 1'den de anlaşılabacağı gibi her üç pazarda da pazara gelme nedenlerinde bir paralellik görülmektedir.

Salı pazarında, pazara gelme nedeni olarak ilk sırayı % 52.5 ile pazarın ucuz olması, % 20 ile ikinci sırayı malın daha bol olması, % 10 ile üçüncü sırayı malın taze olması ve pazara gelmenin kolay olması ve son olarak dördüncü sırayı % 7.5 ile pazarlık imkanının olması almaktadır.

Çarşamba pazarında, yine ilk sırayı % 45 ile malın ucuz olması, % 22.5 ile ikinci sırayı malın daha bol olması, üçüncü sırayı % 12.5 ile pazarlık imkanının olması, dördüncü sırayı % 10 ile malın taze olması ve gelmenin kolay olması almaktadır.

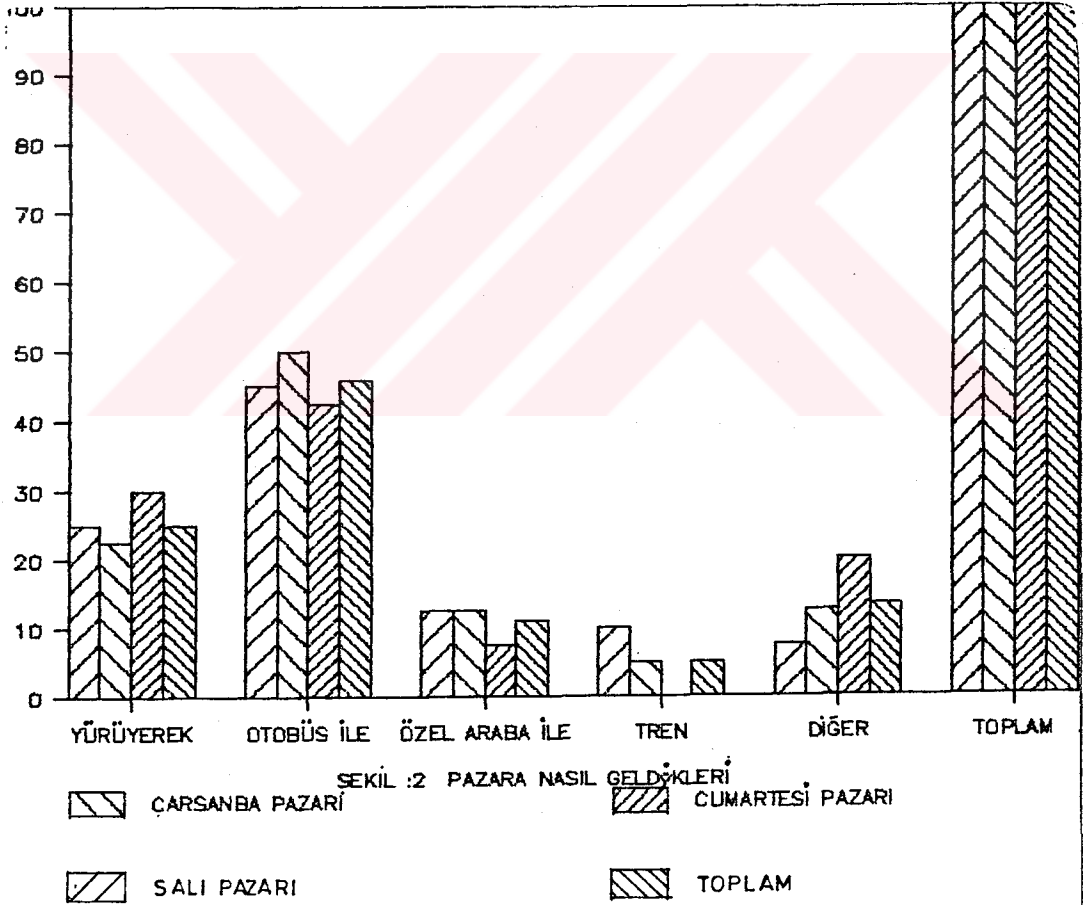
Cumartesi pazarında, ilk sırayı % 50 ile ucuzluk, % 17.5 ile ikinci sırayı pazara gelmenin kolay olması, % 15 ile malın taze olması, % 12.5 ile dördüncü sırayı malın daha bol olması ve son sırayıda % 5 ile pazarlık imkanının olması almaktadır.

Tablo 1'den de anlaşıldığı üzere, Salı , Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında halkın % 50'ye yakınının pazarı tercih nedeni, pazarın ucuz olmasıdır.

Salı-Çarşamba pazarlarında halkın ikinci tercihinin malın daha bol olması nedeni görülürken, cumartesi pazarında bu tercih, pazara gelmenin kolay olduğudur.

TABLO :2 PAZARA NE KADAR UZAKTAN GELMEKTELER

PAZAR YERLERİ	:10-15 DAKA		:OTOBUS İLE		:ÖZEL ARABA		:TREN İLE		:DİĞER		:TOPLAM	
	:YÜRÜYEREK		:		:İLE		:		:		:	
	:		:		:		:		:		:	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	: 10 :	25	: 18 :	45	: 5 :	12.5	: 4 :	10	: 3 :	7.5	: 40 :	100
ÇARŞANBA PAZARI	: 8 :	22.5	: 20 :	50	: 5 :	12.5	: 2 :	5	: 5 :	12.5	: 40 :	100
CUMARTESİ PAZARI	: 12 :	30	: 17 :	42.5	: 3 :	7.5	: - :	0	: 8 :	20	: 40 :	100
TOPLAM	: 30 :	25	: 55 :	45.8	: 13 :	10.9	: 6 :	5	: 16 :	13.3	: 120 :	100



Müşterilerin pazara ne kadar uzaklıktan geldikleri incelendiğinde;

Salı pazarında, % 45 ile otobüsle gelenler ilk sırayı, % 25 ile 10-15 dakika yürüyerek gelenler ikinci sırayı, % 12.5 ile özel araba ile gelenler üçüncü sırayı, % 10 ile tren ile gelenler dördüncü sırayı ve % 7.5 ile diğer araçlarla gelenler beşinci sırayı almaktadır.

Çarşamba pazarında, yine ilk sırayı % 50 ile otobüsle gelenler, % 25 ile 10-15 dakika yürüyerek gelenler ikinci sırayı, % 12.5 ile üçüncü sırayı özel araba ile gelenler ve diğerleri, % 5 ile trenle gelenler dördüncü sırayı almaktadır.

Cumartesi pazarında ise, ilk sırayı Salı ve Çarşamba pazarlarında olduğu gibi % 42.5 ile otobüs ile gelenler, % 30 ile 10-15 dakika yürüyerek gelenler ikinci sırayı almaktadır.

Tek bir fark olarak bu pazarda üçüncü sırayı özel araba ile gelenler yerine, % 20 ile diğerleri almaktadır. Özel araba ile gelenler % 7.5 ile dördüncü sırada yer almaktadırlar.

Tablo 2'den de görüldüğü gibi her üç pazar yerinde otobüs ile gelenler ortalama % 45.8 ile ilk sırayı, yine % 25 ile 10-15 dakika yürüyerek gelenler ikinci sırayı almaktadır. Özel araba ve diğerleri ile gelenler % 10.3 ve % 13.3 ile üçüncü ve dördüncü sırada yer almaktadırlar.

Bu durum bize gelir düzeyi düşük grupların pazara daha çok geldiklerini göstermektedir. Ayrıca her üç pazar yeri de otobüs ile ulaşılabilirliğin kolay olduğu bir konumda bulunmaktadır.

10-15 dakika yürüyerek gelenler pazar yerlerine yakın yerlerde oturanlar ve yine genellikle pazara düzenli olarak gelen düşük gelir grubudur.

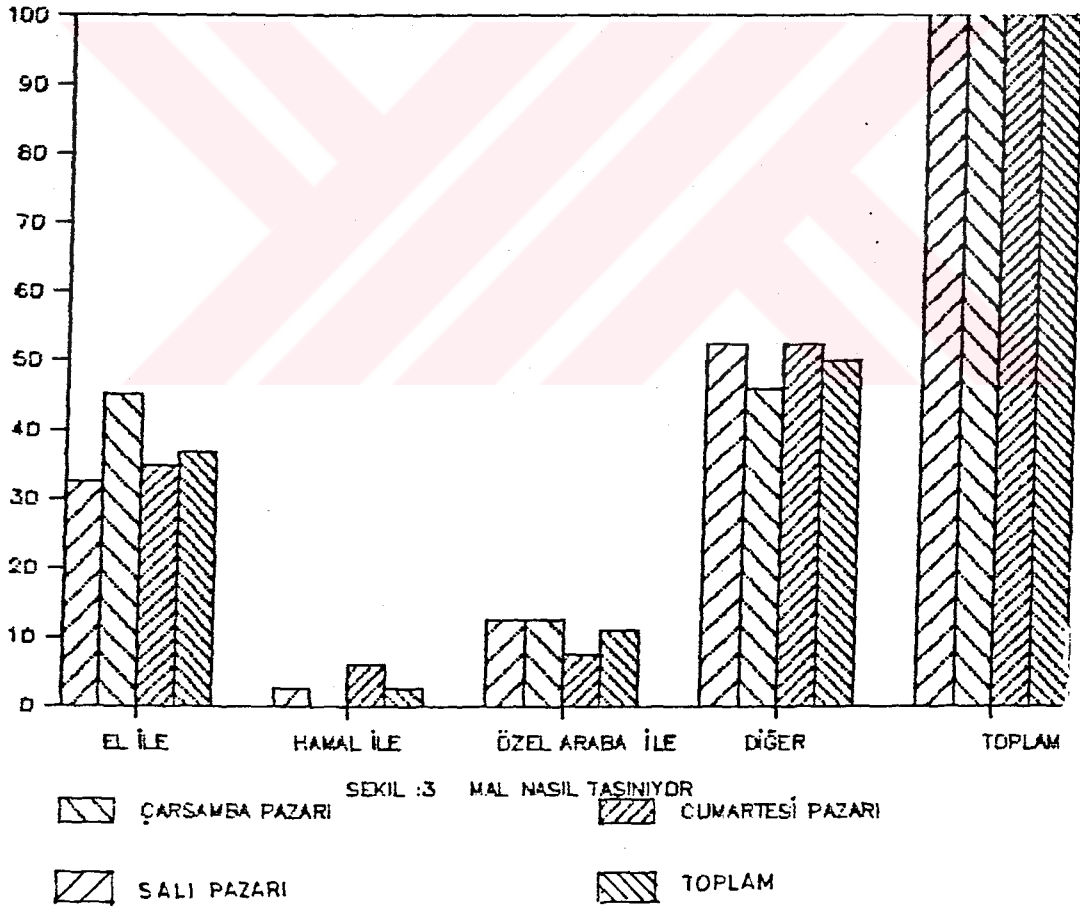
Özel araba ile gelenlerin üçüncü sırada yer almasının nedeni, pazara daha çok düşük gelir grubunun gelmesidir. Özel araba sahipleri aynı zamanda pazar yeri dışındaki alış-veriş yerlerininide tercih edebilmektedirler.

Ayrıca pazar yerlerinde özel arabalar için yeterli sayıda otopark alanının olmaması, pazarın özel oto sahiplerince tercih edilmemesine neden olmaktadır.



TABLO 13 MAL NASIL TAŞINIYOR

PAZARI YERLERİ	:EL İLE		:HAMAL İLE		:ÖZEL ARABA İLE		:DİĞER		:TOPLAM	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	15	32.5	1	2.5	5	12.5	21	52.5	40	100
ÇARŞAMBA PAZARI	17	45	-	0	5	12.5	18	46.1	40	100
CUMARTESİ PAZARI	14	35	2	5.9	3	7.5	21	52.5	40	100
TOPLAM	44	36.8	3	2.5	13	10.9	60	50	120	100



Alış-verişi yapanların malı nasıl taşıdıkları incelen-
diğinde,

Salı pazarında, % 52 ile diğerleri ilk sırada, % 32.5 malı el ile taşıyanlar ikinci sırada, % 12.5 ile özel arabaları ile taşıyanlar üçüncü sırada, % 2.5 ile hamal ile taşıyanlar dördüncü sırada yer almaktadır.

Çarşamba pazarında, % 46.1 ile ilk sırayı diğerleri, % 45 ile el ile taşıyanlar ikinci sırayı, % 12.5 ile özel arabalar üçüncü sırayı almaktadır.

Cumartesi pazarında ilk sırayı diğer iki pazarda oldu-
ğu gibi % 52.5 ile diğerleri ve yine ikinci ve üçüncü
sırayı % 35 ile el ile, % 7.5 ile özel araba ile taşı-
yanlar, dördüncü sırayı % 5.9 ile hamal ile taşıyanlar
almaktadır.

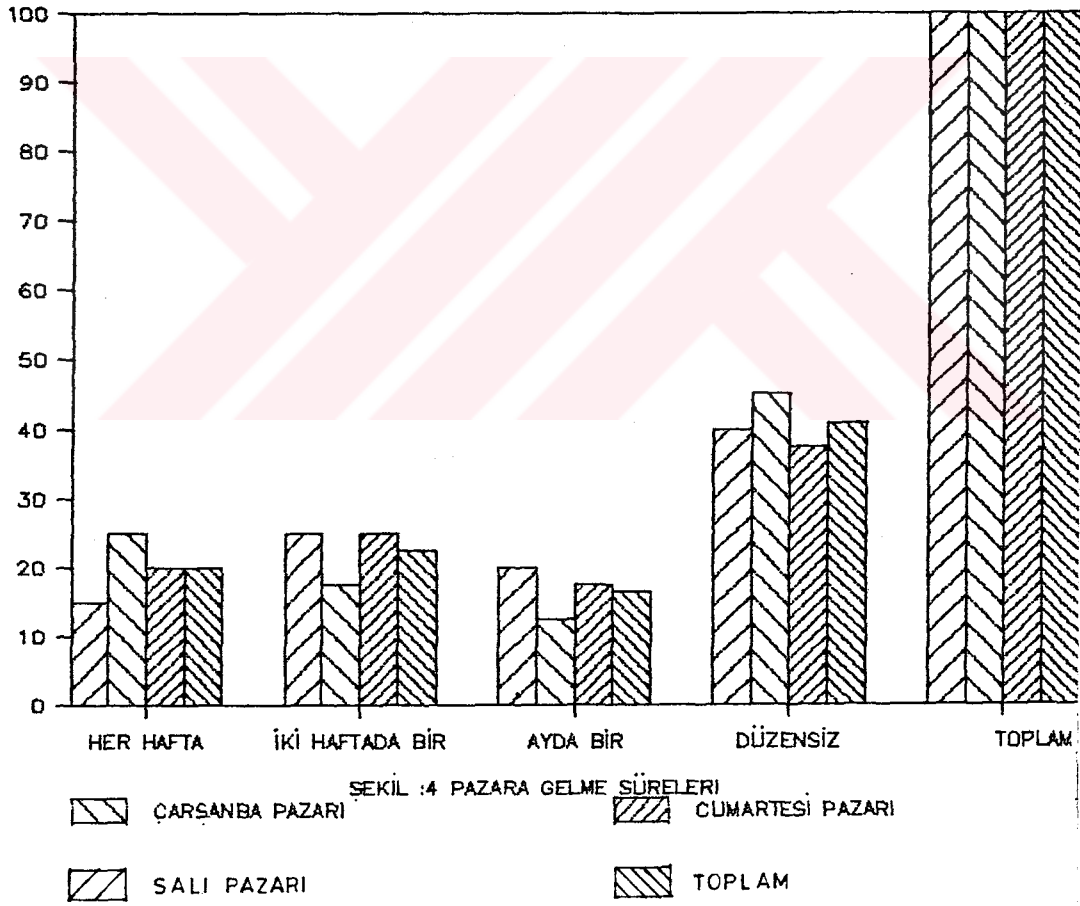
Her üç pazarda da ilk üç sırayı aynı gruplar almaktadır.
İlk sırada diğerleri grubunda otobüs, minibüs gibi top-
lu taşıma araçları yer almaktadır.

Tablo iki ile karşılaştırdığımızda, pazara otobüs ile
gelenlerde ilk sırada yer almaktaydı. Yine aynı tablo-
ya bakıldığında 10-15 dakika yürüyerek gelenler ikinci
sırayı almakta ve burada da el ile taşıyanlar ikinci
sırada yer almaktadır. Bu da göstermektedir ki, yürü-
yerek gelenler, aldıklarını ellerinde taşıyarak gitmek-
tedirler.

Özel araba ile pazara gelenler üçüncü sırada yer almak-
ta, mallarını özel araba ile taşıyanlarda üçüncü sıra-
da yer almaktadır.

TABLO :4 PAZARA GELME SÜRELERİ

PAZAR YERLERİ	HER HAFTA			2 HAF. BİR			AYDA BİR			BELLİ DÜZEN YOK			TOPLAM	
	SAYI	%		SAYI	%		SAYI	%		SAYI	%		SAYI	%
SALI PAZARI	6	15	10	25	8	20	16	40	40	100				
ÇARŞANBA PAZARI	10	25	7	17.5	5	12.5	18	45	40	100				
CUMARTESİ PAZARI	8	20	10	25	7	17.5	15	37.5	40	100				
TOPLAM	24	20	27	22.5	20	16.6	49	40.8	120	100				



Halkın pazara gelme süreleri incelendiğinde,

Salı pazarında, % 40 ile düzensiz gelenler ilk sırada % 25 ile iki haftada bir gelenler ikinci sırada, % 20 ile ayda bir gelenler üçüncü sırada, % 15 ile her hafta gelenler dördüncü sırada yer almaktadır.

Çarşamba pazarında, % 45 ile yine düzensiz gelenler birinci, % 25 ile her hafta gelenler ikinci, % 17.5 ile iki haftada bir gelenler üçüncü, % 12.5 ile ayda bir gelenler dördüncü sırada yer almaktadır.

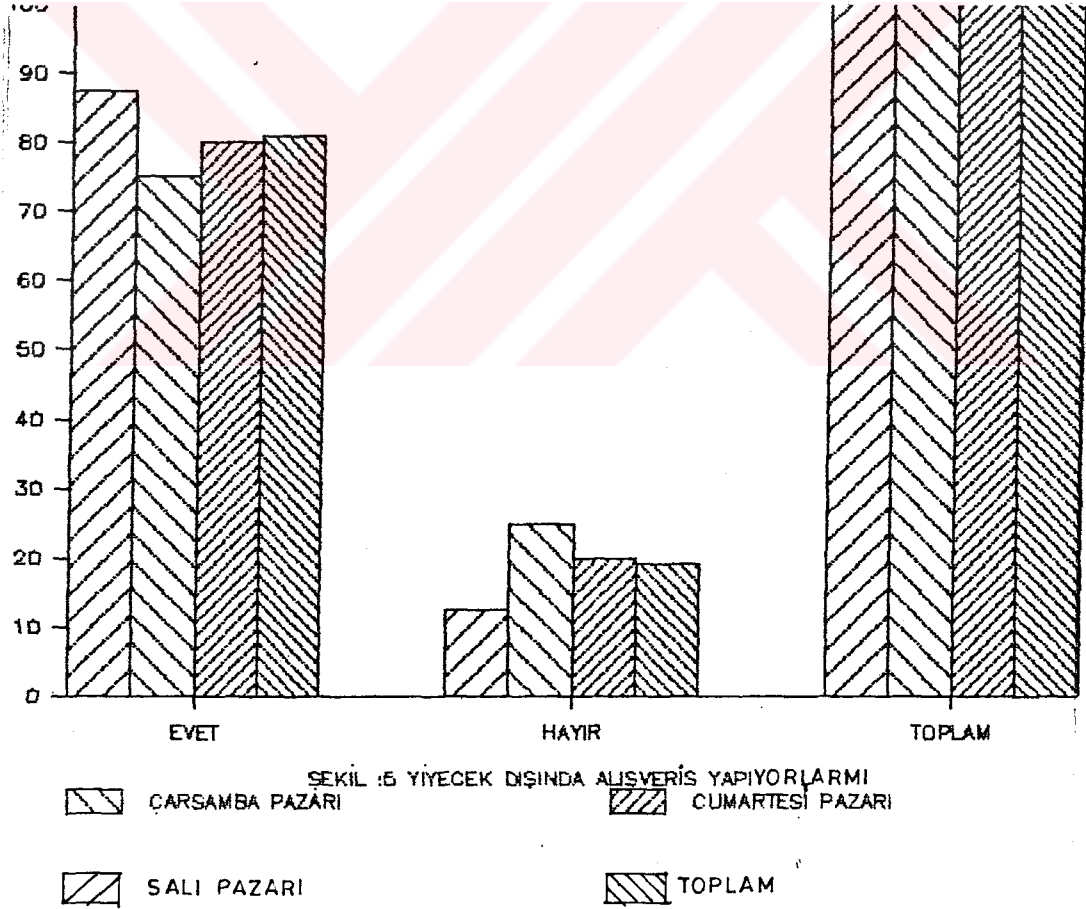
Cumartesi pazarında, % 37.5 ile her iki pazarda olduğu gibi düzensiz gelenler, % 25 ile Salı pazarında olduğu gibi iki haftada bir gelenler, % 20 ile her hafta gelenler, % 17.5 ile ayda bir gelenler şeklinde sıralanmaktadır.

Tüm pazarlarda ilk sırayı ortalama % 40.8 ile düzensiz gelenler, almaktadırlar. Salı ve Cumartesi pazarlarında iki haftada bir gelenler ikinci sırada, Çarşamba pazarında ise her hafta gelenler ikinci sırada bulunmaktadır. Üçüncü sırayı Salı pazarında, ayda bir gelenler, Cumartesi pazarında her hafta gelenler, Çarşamba pazarında 15 günde bir gelenler almaktadır.

Pazara her hafta gelenler haftalık meyve-sebze ihtiyacını karşılamaya gelenlerdir ki, bunlar Tablo-2'de pazara 10-15 dakika yürüyerek gelen ve Tablo-3'de malı el ile taşıyanlar gibi ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır. İki haftada bir ve ayda bir gelenler gıda dışında farklı mallardan almaya ve gezmeye gelenlerdir. Düzensiz gelenler ise, genellikle okullar açılmadan hemen önceki hafta, bayram, yılbaşı öncesi ve yazın tatile giderken belli bir takım malları almak için pazarı tercih edenlerdir.

TABLO:5 YIYECEK DIŞINDA ALIŞVERİS YAPIYORLARMI

PAZAR YERLERİ	:	EVET	:	HAYIR	TOPLAM
	:		:		
	:	:		:	
	:	SAYI	%	SAYI	%
	:	:	:	:	:
SALI PAZARI	:	35	87.5	5	12.5
	:	:	:	:	:
ÇARŞAMBA PAZARI	:	30	75	10	25
	:	:	:	:	:
CUMARTESİ PAZARI	:	32	80	8	20
	:	:	:	:	:
TOPLAM	:	97	80.9	23	19.2
	:	:	:	:	:



Pazara gelenlerin % 80'i yiyecek dışındaki mallardan da almaktadır. Araştırma yaptığımız semt pazarları yiyecek dışında satılan malların bolluğu, çeşidi ile popüler olduğu için bu pazarlara yakın çevreden gelenler sadece giyim, ev eşyası gibi malları almak için gelmektedirler.

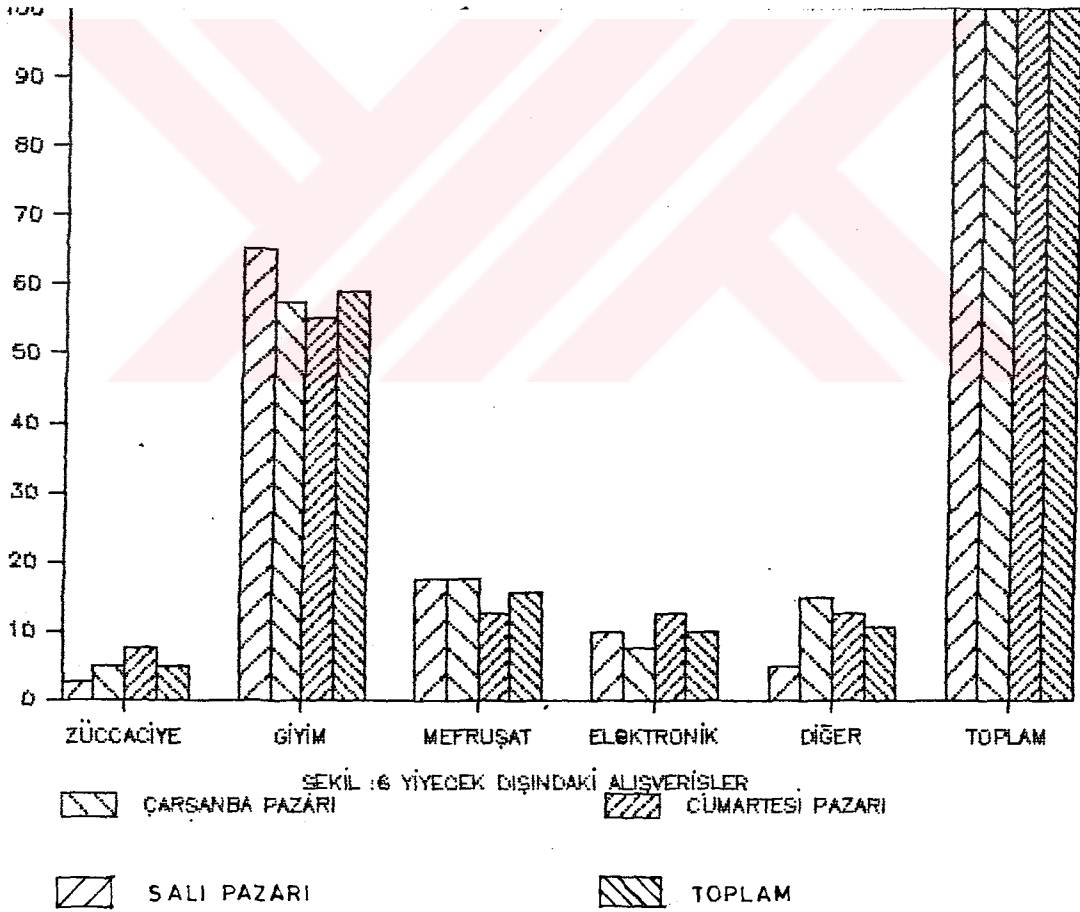
Pazar yerinde yiyecek dışındaki mallarında ucuz olma nedeni, mağaza kirası, elektrik-su gibi genel giderler tezgahlar maaşı, bunun yanısıra Avrupa mal ve elektronik eşyalar için vergi, gümrük, fatura vermemeleri, fiatların mağazalardan daha düşük fiatta satılmasına neden olmaktadır. Çok nadir rastlanmakla birlikte çalıntı mallarında satıldığı görülmektedir.

Ancak bu şekilde satılan malların daha sonra zaman zaman tüketiciye çok fazla zararı olmaktadır. Bozuk veya defolu malı değiştirme olanağı ortadan kalkmakta, garanti belgesi olmadığı için ücretsiz tamir olanağı ortadan kalkmaktadır.

Bu gibi satıcıların tüm pazar esnafında, kötü reklam olması nedeniyle de zararı dokunmaktadır.

TABLO :6 YİYECEK DIŞINDA EN ÇOK NE TÜR ALIŞVERİŞ YAPILMAKTA

PAZAR YERLERİ	:ZÜCCACİYE		:GİYİM		:MEFRUŞAT		:ELEKTRONİK		:DİĞER		:TOPLAM	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	1	2.5	26	65	7	17.5	4	10	2	5	40	100
ÇARŞANBA PAZARI	2	5	23	57.5	7	17.5	3	7.5	6	15	40	100
CUMARTESİ PAZARI	3	7.5	22	55	5	12.5	5	12.5	5	12.5	40	100
TOPLAM	6	5	71	59.1	19	15.8	12	10	13	10.8	120	100



Pazarlarda yiyecek dışında en çok ne tür alış-veriş yapıldığı incelendiğinde,

Salı pazarında, % 65 ile giyim ilk sırada, % 17.5 ile mefruşat ikinci sırada, % 10 ile elektronik eşya üçüncü sırada, % 2.5 ile züccaciye dördüncü sırada yer almaktadır.

Çarşamba pazarında, ilk sırayı % 57.5 ile giyim, % 17.5 ile mefruşat, % 15 ile diğerleri , %2.5 ile züccaciye ikinci, üçüncü ve dördüncü sıraları almaktadırlar.

Cumartesi pazarında, diğer iki pazarda olduğu gibi ilk iki sırayı % 55 ve % 12.5 ile giyim ve mefruşat almaktadır. Yine % 12.5 ile ikinci sırayı elektronik eşya ve diğerleri paylaşmaktadır.

Görülmektedir ki, her üç pazarda da giyim, yiyecek dışında en çok satın alınan mal çeşididir.

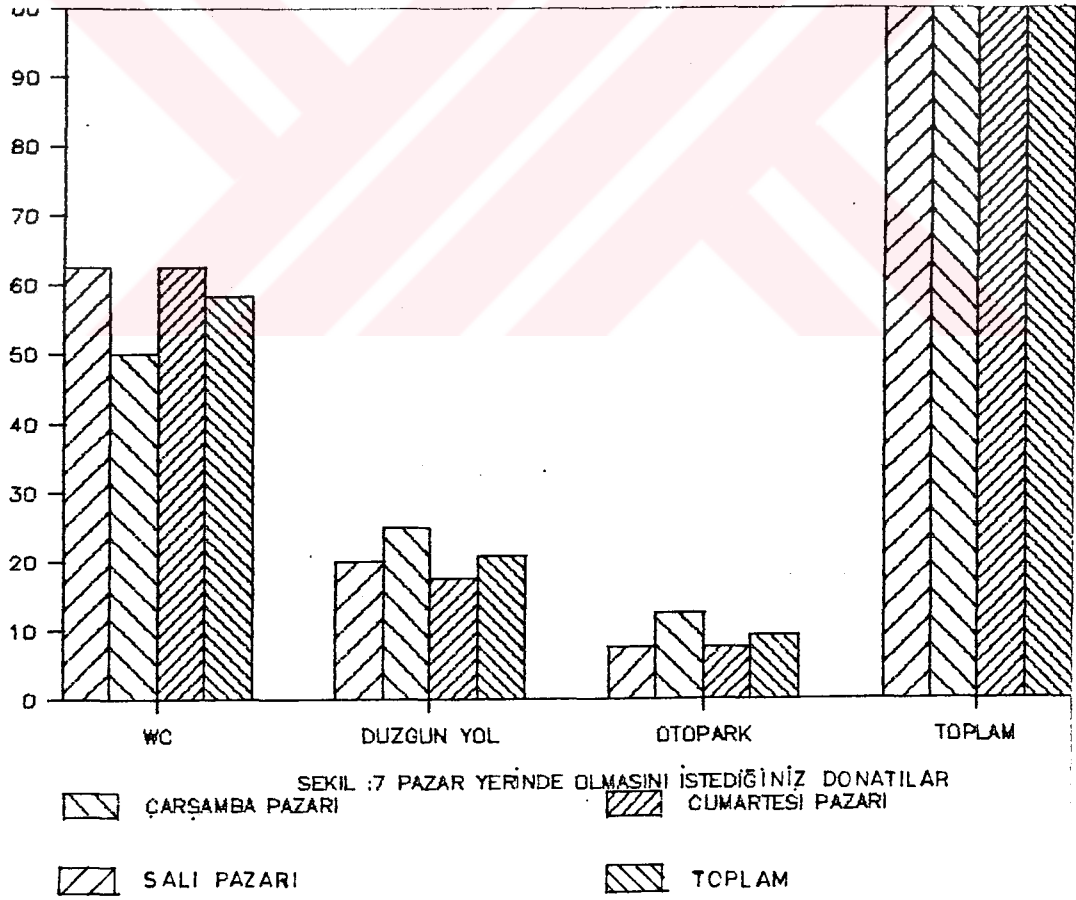
Giyim dışında yine en çok satın alınan mal mefruşat olmakta, üçüncü sırayıda elektronik eşyalar almaktadır.

Tablo-5'de de anlatıldığı gibi bu pazarlar gıda dışında ucuz ve nitelikli mal satmaları ile ünlüdür.

Bu nedenle özellikle uzaktan gelenler daha çok gıda dışındaki mallara talep göstermektedirler.

TABLO: 7 PAZAR YERİNDE OLMASINI İSTEDİĞİNİZ DONATILAR

PAZAR YERLERİ	WC	DUZGUN	OTOPARK	TOPLAM
		YOL		
	SAYI %	SAYI %	SAYI %	SAYI %
SALI PAZARI	29 : 72.5	4 : 10	7 : 17.5	40 : 100
ÇARŞAMBA PAZARI	25 : 62.5	3 : 7.5	12 : 30	40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	15 : 37.5		25 : 62.5	40 : 100
TOPLAM	69 : 57.5	7 : 5.9	44 : 36.6	120 : 100



Alış-verişe gelenlerin pazar yerinde bulunmasını istedikleri donatı incelendiğinde,

Salı pazarında, % 72.5 ile wc. ilk sırada, % 17.5 ile otopark ikinci sırada, % 10 ile düzgün yol üçüncü sırada yer almaktadır.

Çarşamba pazarında, Salı pazarında olduğu gibi ilk sırayı % 62.5 ile wc, % 30 ile otopark ikinci sırayı, % 7.5 ile düzgün yol istemi üçüncü sırayı almaktadır.

Cumartesi pazarında, % 62.5 ile otopark ilk sırada, % 37.5 ile wc. ikinci sırada yer almaktadır.

Görüldüğü gibi, Salı ve Çarşamba pazarlarında isteklerde bir paralellik görülmektedir. Wc, otopark ve düzgün yol istemi ilk sıraları paylaşmaktadır.

Ancak Cumartesi pazarında bu sıralama değişmekte ve ilk sırayı otopark, ikinci sırayı wc. almaktadır.

Çünkü Beşiktaş'da kurulan Cumartesi pazarı, pazarın kurulmadığı günlerde dahi kalabalık olan, Beşiktaş'ın hareketli alış-veriş yerinde bulunmaktadır.

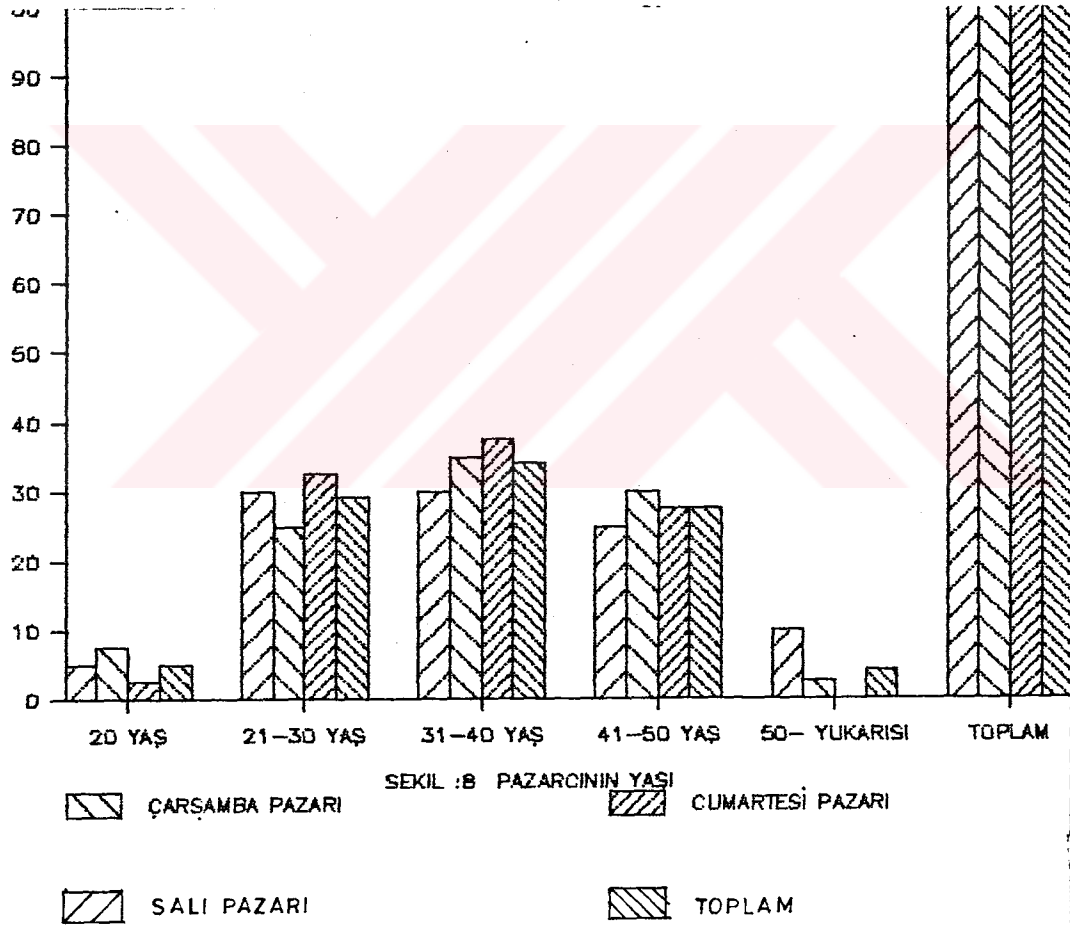
Bu nedenle çevredeki lokanta, büfe ve camiinin wc.si pazara gelen halk tarafından rahatlıkla kullanılmaktadır.

Oysa sadece pazarın kurulduğu günlerde değil, diğer günlerde de Beşiktaş ilçesinin dar ve kalabalık sokaklarında otopark yeri bulmak mümkün olmamaktadır.

Kadıköy ve Fatih ilçelerinde katlı ve açık otoparklar fazla olmamakla birlikte, Beşiktaş ilçesine göre yol kenarlarına kolay park edilmekte ve pazar yeri yanında, karşısında yeterli olmasada az sayıda otopark bulunmaktadır.

TABLO :8 PAZARCININ YAŞI

PAZAR YERLERİ	:20 YAS	:21-30 YAS	:31-40 YAS	:41-50 YAS	:50 YAS ÜZERİ	:TOPLAM
	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %
SALI PAZARI	: 2 : 5	: 12 : 30	: 12 : 30	: 10 : 25	: 4 : 10	: 40 : 100
ÇARŞAMBA PAZARI	: 3 : 7.5	: 10 : 25	: 14 : 35	: 12 : 30	: 1 : 2.5	: 40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	: 1 : 2.5	: 13 : 32.5	: 15 : 37.5	: 11 : 27.5	: - : 0	: 40 : 100
TOPLAM	: 6 : 5	: 35 : 29.2	: 41 : 34.2	: 33 : 27.5	: 5 : 4.1	: 120 : 100



Anket çalışmasının ikinci bölümü pazar esnafına yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Pazarcının yaşı incelendiğinde,

Salı pazarında, % 30 ile 21-30 ve 31-40 yaş grubu ilk sırayı paylaşmaktadır.

% 25 ile 41-50 yaş grubu ikinci sırayı, % 10 ile 50 yaş ve bu yaştan üzerindeki üçüncü sırayı, % 5 ile 20 yaş grubu dördüncü sırayı almaktadır.

Çarşamba pazarında, ilk sırayı Salı pazarında olduğu gibi % 35 ile 31-40 yaş, ikinci sırayı % 30 ile 41-50 yaş grubu, üçüncü sırayı % 25 ile 21-30 yaş grubu, dördüncü sırayı % 7.5 ile 20 yaş grubu almaktadır.

Cumartesi pazarında, ilk sırayı salı ve Çarşamba pazarlarında olduğu gibi % 37.5 ile 31-40 yaş grubu almakta, ancak % 32.5 ile ikinci sırayı 21-30 yaş grubu, üçüncü sırayı ise % 27.5 ile 41-50 yaş grubu, dördüncü sırayı % 2.5 ile 20 yaş grubu almaktadır.

Görülmektedir ki, her üç pazar yerinde de sırasıyla % 30, % 35, % 37.5 ile 31-40 yaş grubu ilk sırayı almaktadır.

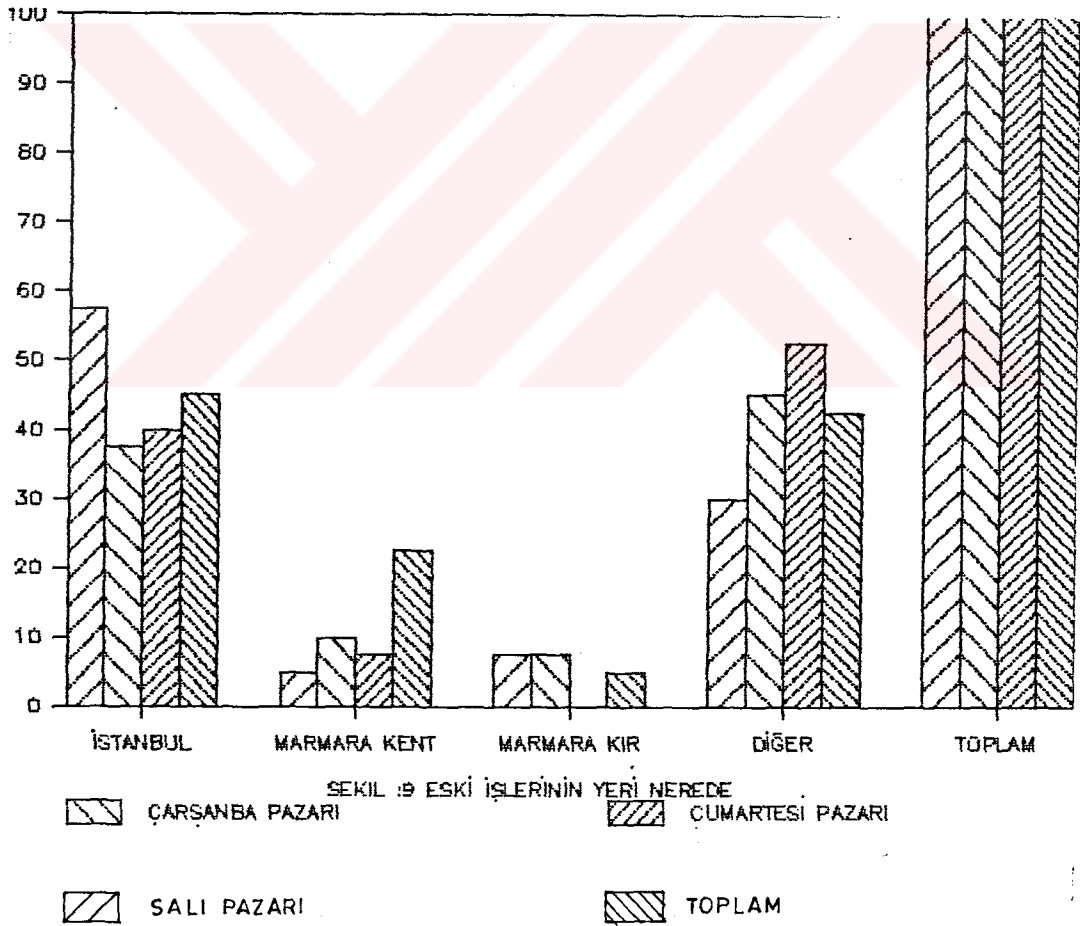
Salı ve Çarşamba pazarlarında ikinci sırayı % 25 ve % 30 ile 41-50 yaş grubu, cumartesi pazarında ise % 32.5 ile 21-30 yaş grubu ikinci sırayı almaktadır.

Üçüncü sırayı ise salı pazarında % 10 ile 50 yaş ve üzeri grubu, çarşamba'da % 25 ile 21-30 yaş grubu, cumartesi pazarında ise % 27.5 ile 41-50 yaş grubu almaktadır.

Pazarcı yaşının 31-40 ve maksimum 50 yaş olması, mesleğin çok güç koşullarda yapılmasındandır. Her mevsimde açık havada gün boyu ayakta durarak malları indir-bindir yaparak para kazanmaktadır. Bu bakımdan 20 yaşından küçük ve 50 yaşından büyüklerin pazarcılık yapmaları mümkün olmamaktadır.

TABLO: 9 ESKİ İŞLERİNİN YERİ NEREDE

PAZAR YERLERİ	İSTANBUL	MARMARA	MARMARA	DİĞER	TOPLAM
		KENT	KIR		
	SAYI %	SAYI %	SAYI %	SAYI %	SAYI %
SALI PAZARI	23 : 57,5	2 : 5	3 : 7,5	12 : 30	40 : 100
ÇARŞANBA PAZARI	15 : 37,5	4 : 10	3 : 7,5	18 : 45	40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	16 : 40	3 : 7,5		21 : 52,5	40 : 100
TOPLAM	54 : 45	9 : 22,5	6 : 5	51 : 42,5	120 : 100



Pazarcının eski işinin nerede olduğu incelendiğinde,

Salı pazarında, ilk sırayı % 57.5 ile İstanbul'un aldığı, ikinci sırayı % 30 ile diğerleri grubu, üçüncü sırayı ise % 7.5 ile Marmara bölgesi kır merkezinin, dördüncü sırayı % 5 ile Marmara kent merkezinin aldığı görülmektedir.

Çarşamba pazarında, ilk sırayı % 45 ile diğerleri, % 37.5 ile ikinci sırayı İstanbul ili, % 10 ile üçüncü sırayı Marmara kent merkezi, dördüncü sırayı ise % 7.5 ile Marmara kır merkezi almaktadır.

Cumartesi pazarında , ilk sırayı % 52.5 ile diğerleri, % 40 ile ikinci sırayı İstanbul ili, % 7.5 ile üçüncü sırayı Marmara kent merkezleri almaktadır.

Görülmektedir ki, Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında anket sorularına göre cevaplardan diğerleri grubu ilk sırayı almaktadır. Anket soruları dışında pazarcılarla yapılan görüşmelerde İç ve Doğu Anadolu'dan gelenler ilk sırayı almaktadır. Bu bölgelerde, Sivas, Malatya, Erzincan ve Kars ağırlık kazanmaktadır.

Pazar yerlerinde aynen kentin gelişme yerlerinde, gecekondu bölgelerinde olduğu gibi hemşehrilik ön plandadır. Örneğin Sivas'lıların tezgahları bir sokakta, Malatyalılar başka bir sokakta konumlanmaktadır.

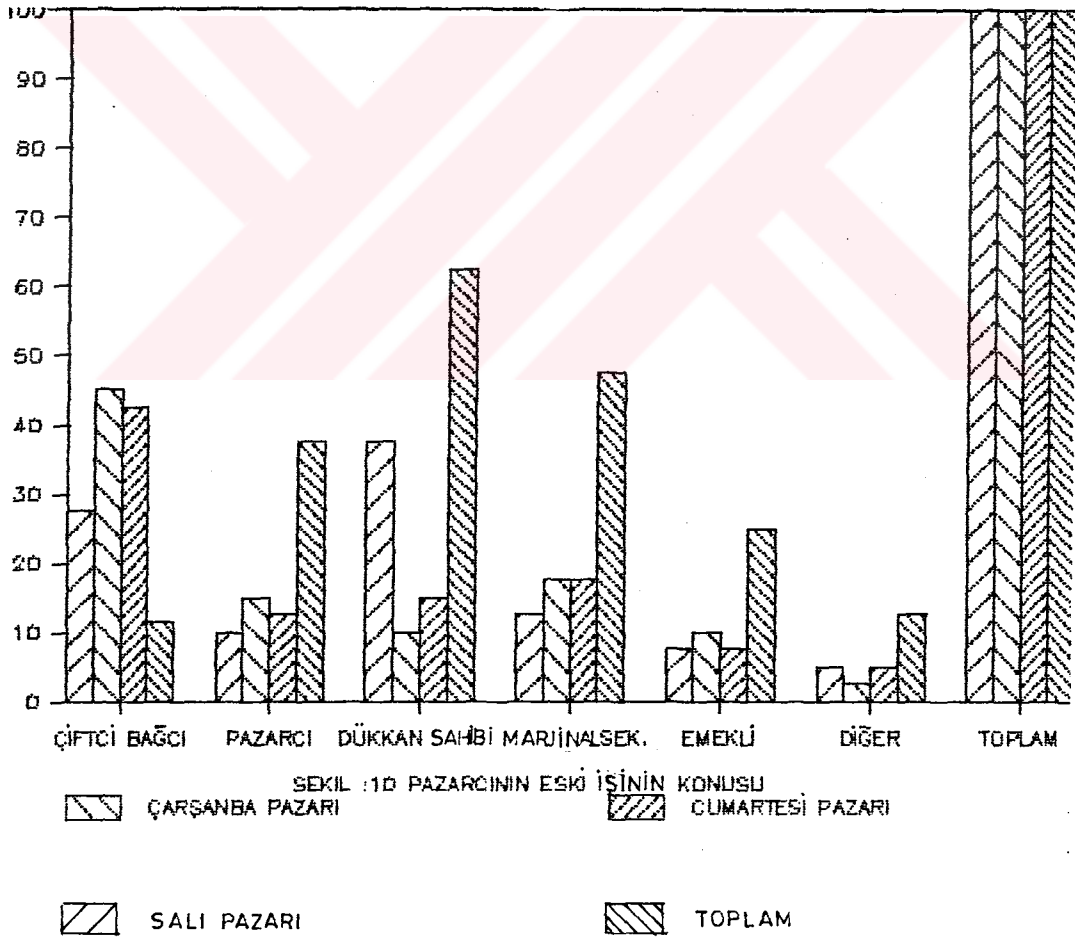
Salı pazarında ise eskiden yine İstanbul'da çalışanlar bulunmaktadır.

Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında ikinci sırayı % 37.5 ve % 40 ile daha öncede İstanbul ilinde çalışanlar almaktadır. Üçüncü sırayı ise Marmara kır, Marmara kent merkezleri almaktadır. Bu bölgelerde ağırlık Adapazarı, İzmit, Yalova, Bursa yerleşmeleridir.

TABLO :10

PAZARCIININ ESKİ İŞİNİN KONUSU

PAZAR YERLERİ	ÇİFTÇİ BAĞCI:PAZARCI		DÜKKAN SAHİBİ:MARJİNAL SEKTÖR:EMEKLİ		DİĞER		TOPLAM	
	SAYI	%	SAYI	%	SAYI	%	SAYI	%
SALI PAZARI	11	27.5	4	10	15	37.5	5	12.5
							3	7.5
ÇARŞANBA PAZARI	18	45	6	15	4	10	7	17.5
							4	10
CUMARTESİ PAZARI	17	42.5	5	12.5	6	15	7	17.5
							3	7.5
TOPLAM	46	115	15	37.5	25	62.5	19	47.5
							10	25
							5	12.5
							120	100



Pazarcıların pazarcılık yapmadan önceki işlerinin konusu sorulduğunda,

Salı pazarında, % 37.5 ile ilk sırayı dükkan sahibi olanların aldığı, % 27.5 ile çiftçi-bağcı olanların ikinci sırayı aldığı, % 12.5 ile marjinal sektörde çalışanların üçüncü sırada yer aldığı, % 10'un yine pazarcı % 7.5'un da emekli olduğu görülmektedir.

Çarşamba pazarında, % 45 oranı ile çiftçi-bağcı olanlar ilk sırada, % 17.5 oranı ile marjinal sektörde çalışanlar ikinci sırada, % 15 ile yine pazarcı olanlar üçüncü sırada yer almakta, bunları % 10 ile emekli ve dükkan sahibi olanlar izlemektedir.

Cumartesi pazarında, yine % 45 ile çiftçi-bağcı olarak çalışanlar ilk sırada, % 17.5 ile marjinal sektörde çalışanlar ikinci sırada, % 15 oranı ile dükkan sahibi olanlar üçüncü sırada yer almakta, bunları % 12.5 ve % 7.5 ile pazarcı ve emekliler izlemektedir.

Tablo 10, Tablo-9 ile birlikte incelendiğinde görülmektedir ki, Salı pazarında eski işi İstanbul'da olanlar ilk sıradadır. Tablo-10'da ise dükkan sahibi olanlar ilk sırada yer almaktadır. Böylece eskiden İstanbul'da dükkan sahibi olanlar bugün daha çok Salı pazarında pazarcılık yapmaktadırlar.

Yine iki tabloyu birlikte incelersek, Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında diğerleri dediğimiz, Anadoludan gelenlerin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Aynı pazarlarda eski işi Çiftçi-bağcı olanlar ilk sırada yer almaktadır. bu da bize tablo-9'da belirttiğimiz bölgelerde çiftçilik yapanların çeşitli nedenlerle İstanbul'da pazarcılık yaptıklarını göstermektedir. Üçüncü sırayı ise her pazarda farklı grup almıştır.

TABLO: 11

PAZARDA YERLEŞME SÜRESİ

PAZAR YERLERİ	:5 YIL ÖNCE	:6-10 YIL	:11-16 YIL	:16-21 YIL	:21-25 YIL	:25 + YIL	TOPLAM
:	:ÖNCE	:ÖNCE	:ÖNCE	:ÖNCE	:ÖNCE	:ÖNCE	:
:	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %
SALI PAZARI	: 22 : 55	: 11 : 22.5	: 1 : 2.5	: 2 : 5	: 3 : 7.5	: 1 : 2.5	: 40 : 100
ÇARŞANBA PAZARI	: 25 : 62.5	: 10 : 25	: 2 : 5	: 1 : 2.5	: 2 : 5	: - : -	: 40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	: 20 : 50	: 10 : 25	: 5 : 12.5	: 2 : 5	: 1 : 2.5	: 2 : 5	: 40 : 100
TOPLAM	: 67 : 55.8	: 31 : 25.8	: 8 : 6.66	: 5 : 4.16	: 6 : 5	: 3 : 2.5	: 120 : 100



SEKİL: 11 PAZARDA YERLEŞME SÜRESİ



Pazarcıların bu pazar yerlerinde kaç yıldır pazarcılık yaptıkları incelendiğinde,

Salı pazarında, % 55 oranı ile 5 yıl önce pazara yerleşenler ilk sırada, % 22.5 oranı ile 6-11 yıl önce pazara yerleşenler ikinci sırada, % 7.5 oranı ile 21-25 yıl önce pazara yerleşenler üçüncü sırayı almaktadır.

Daha sonra % 5 oranı ile 16-21 yıl önce, % 2.5 oranı ile 6-10 ve 25 yıl önce pazara yerleşenler gelmektedir.

Çarşamba pazarında, ilk sırayı % 62.5 oranı ile 5 yıl önce gelenler, ikinci sırayı % 25 ile 6-10 yıl önce gelenler, % 5 oranı ile 21-25 yıl önce üçüncü sırayı almaktadır. Bunları , yine % 5 oranı ile 11-16 yıl, % 2.5 ile 16-21 yıl önce gelenler izlemektedir.

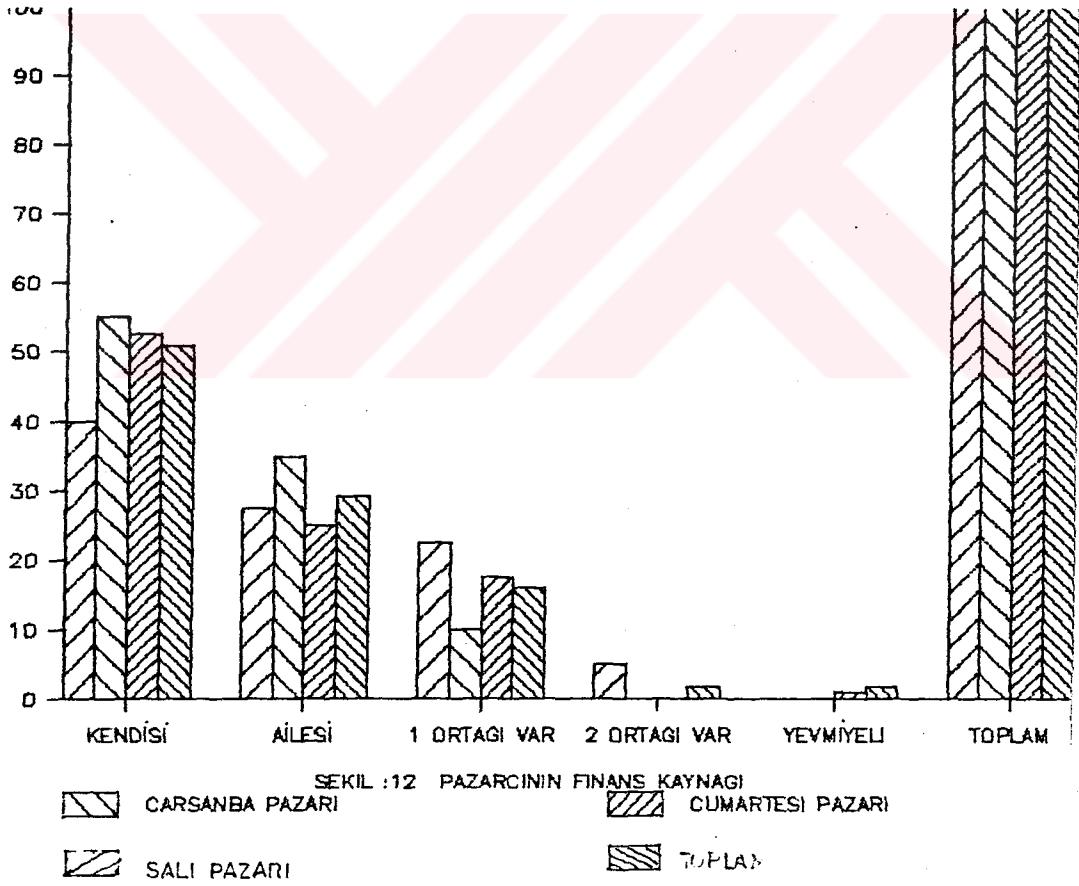
Cumartesi pazarında, ilk iki pazarda olduğu gibi ilk sırayı % 50 ile 5 yıl önce pazara yerleşenler, ikinci sırayı % 25 ile 6-10 yıl önce pazara yerleşenler, üçüncü sırayı ise % 12.5 ile 6-10 yıl önce gelenler almaktadır.

Görülmektedir ki, her üç pazarda da birinci ve ikinci sırayı alan gruplarda paralellik görülmektedir.

Salı ve Çarşamba pazarlarında üçüncü sırada yer alan 21-25 yıl önce pazara gelenlerde aynı sırada bulunmaktadır. Sadece Cumartesi pazarında üçüncü sırayı pazara 6-10 yıl önce gelenler almaktadır.

TABLO :12 PAZARCININ FINANS KAYNAĞI

PAZAR YERLERİ	:KENDİSİ		:AİLESİ		:1 ORTAGI VAR		:2 ORTAGI VAR		:SERMAYE YOK		:TOPLAM	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	18	40	11	27.5	9	22.5	2	5	-	0	40	100
CARSANBA PAZARI	22	55	14	35	4	10	-	0	-	0	40	100
CUMARTESİ PAZARI	21	52.5	10	25	7	17.5	-	0	2	1.66	40	100
TOPLAM	61	50.8	35	29.1	20	16	2	1.66	2	1.66	120	100



Pazarcının finans kaynağı araştırıldığında,

Salı pazarında, % 40 oranı ile pazarcının kendisinin ilk sırada yer aldığını, % 27.5 oranı ile ailesinin ikinci sırada yer aldığı, üçüncü sırada ise bir ortağı olanların % 22.5 oranına sahip oldukları görülmektedir. Bu sırayı % 5 oranı ile iki ortağı olanlar izlemektedir.

Çarşamba pazarında, % 55 oranı ile pazarcının kendisi ilk sırada, % 35 oranı ile ailesi ikinci sırada, % 10 ile bir ortağı olanlar üçüncü sırada yer almaktadır.

Cumartesi pazarında, % 52.5 oranı ile pazarcının kendisi, % 25 ile ailesi ve % 17.5 ile ortağı olanlar şeklinde sıralanmaktadır.

Görüldüğü gibi her üç pazar yerinde de ilk sırayı pazarcıların kendisi, ikinci sırayı ailesi, üçüncü sırayı ise bir ortağı olanlar almaktadır.

Aslında sadece kendisinin finansı sağladığını söyleyenlerde aile desteği bulunmaktadır. Çünkü pazarcılar bir aile şirketi gibi çalışmaktadırlar. Ancak aile yardımı % 50'ye ulaşmıyorsa kendilerinin tek başına finansı sağladıklarını düşünmektedirler.

Ailesi ile birlikte çalışanlar tüm pazarlarda ikinci sırada yer almaktadır. Hem pazarda satış yaparak, hem de parasal destek sağlayan aileler çoğunluktadır.

TABLO :13 ORTAKI OLANLARIN ORTAKLIK SEKLI NASIL

PAZAR YERLERİ	:TASIMA ARACI:		MALA ORTAK:		SERMAYE İLE		:TOPLAM	
:	:İLE		:	:	:	ORTAK		:

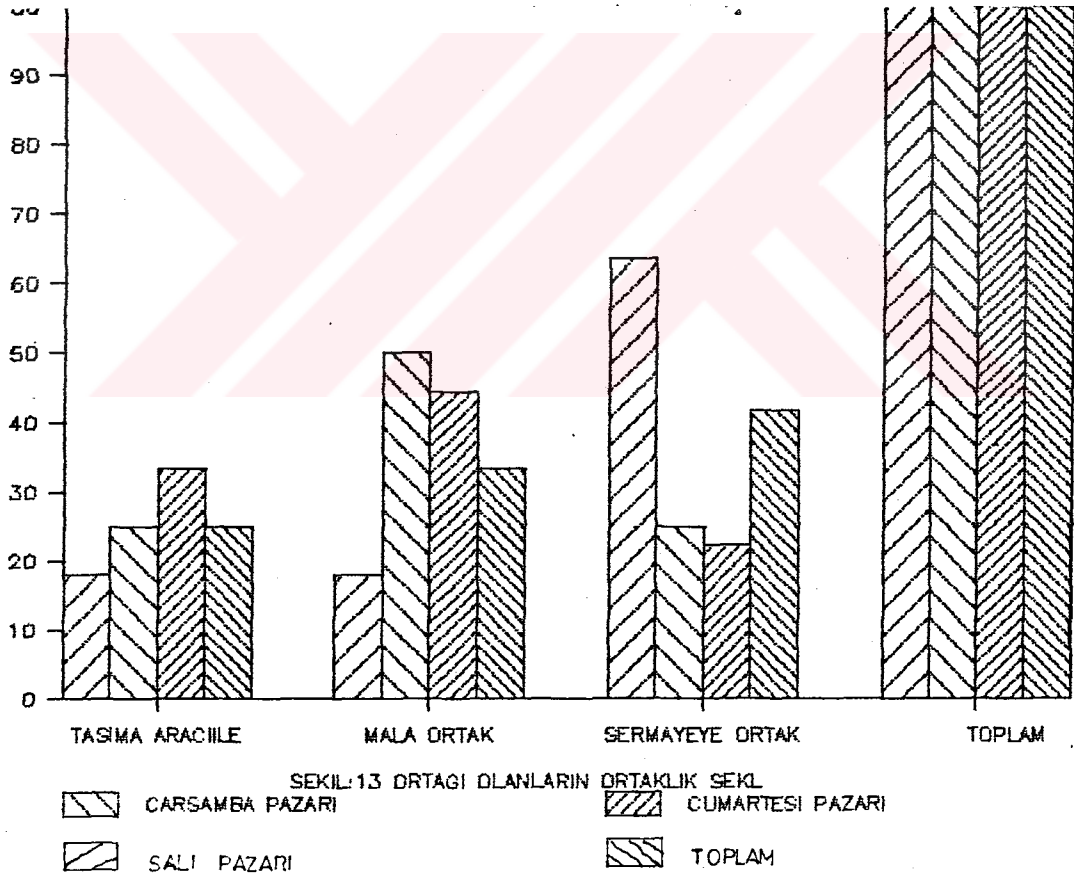
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%

SALI PAZARI	: 2 :	18.1	: 2 :	18.7	: 7 :	63.6	: 11 :	100

CARSAMBA PAZARI	: 1 :	25	: 2 :	50	: 1 :	25	: 4 :	100

CUMARTESİ PAZARI	: 3 :	33.3	: 4 :	44.4	: 2 :	22.2	: 9 :	100

TOPLAM	: 6 :	25	: 8 :	33.3	: 10 :	41.6	: 24 :	100



Pazar esnafının, ortağı olanların ortaklık şekli incelendiğinde,

Salı pazarında,Tablo-12 ile birlikte incelendiğinde, ortağı olanlar ilkişi görülmektedir.

Bunların 7'si sermayeye, 2'si mala, diğer ikisi ise taşıma aracı ile ortak olmaktadır.

Böylece ilk sırayı % 63.6 ile sermayeye ortak olanlar, % 18.1 ile hem mala hemde taşıma aracı ile ortak olanlar almaktadır.

Çarşamba pazarında, ilk sırayı % 50 ile mala ortak olanlar almakta, ikinci sırayı % 25 ile taşıma aracı ile ortak olanlar ve sermayeye ortak olanlar almaktadır.

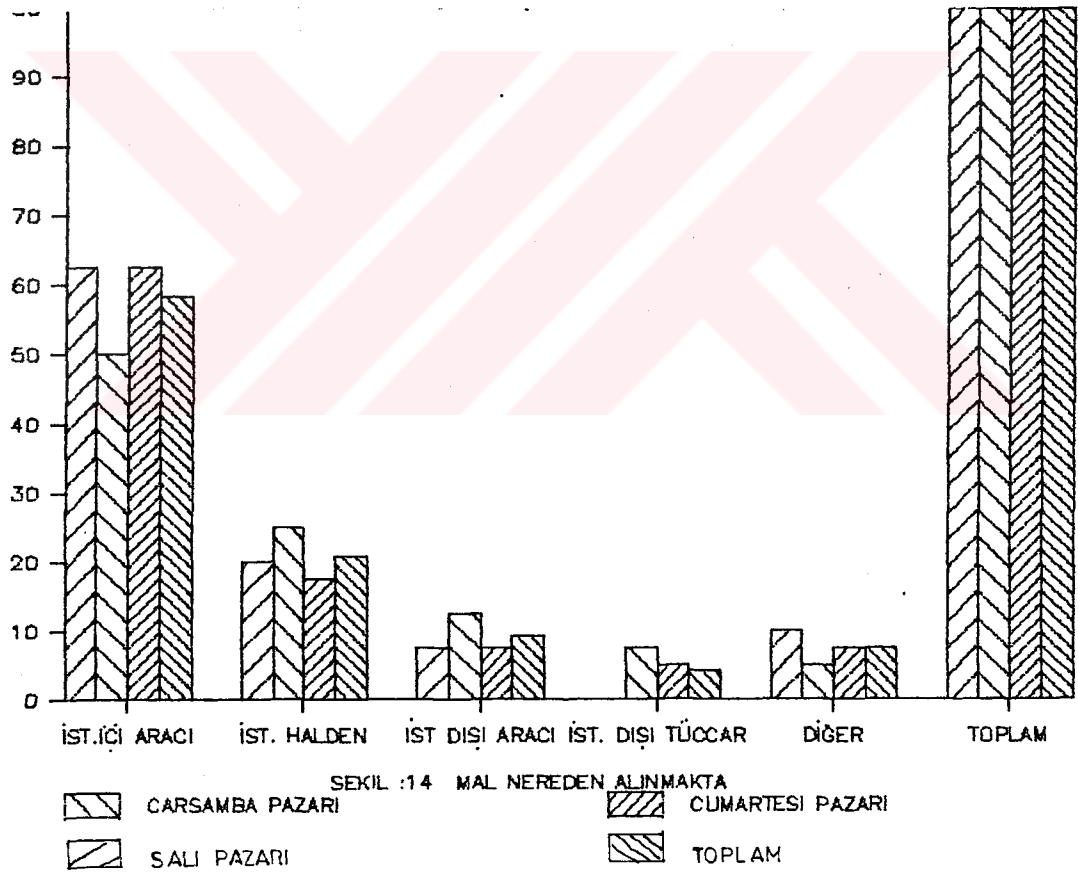
Cumartesi pazarında ise, % 44.4 oranı ile mala ortak olanlar ilk sırada, % 33.3 ile taşıma aracı ile ortak olanlar ikinci sırada, % 22.2 ile sermayeye ortak olanlar üçüncü sırada yer almaktadır.

Her üç pazarda da ikinci sırayı taşıma aracı ile ortak olanlar oluşturmaktadır. Bugün İstanbul gibi ulaşım ve nakliye herkes için olduğu gibi pazarcılar içinde büyük bir problemidir. Bu bakımdan pazarcılar taşıma aracı ile olan ortaklıkları daha çok tercih etmektedirler.

Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında ilk sırayı mala olan ortaklıklar almaktadır. Mala olan ortaklıkların büyük bir kısmı giyim eşyası ve elektronik eşya satıcılarında görülmektedir. Sermayey ortak olana sadece Cumartesi pazarında rastlanmıştır.

TABLO :14 PAZAR ESNAFININ MALI NEREDEN ALDIĞI

PAZAR YERLERİ	İST.ARACIDAN:İST. HALDEN:İST.DIŞI ARACI:İST.DIŞI TÛCCAR:DİĞER										:TOPLAM	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	: 25	: 62.5	: 8	: 20	: 3	: 7.5	:	:	:	:	: 4	: 10
	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
CARSAMBA PAZARI	: 20	: 50	: 10	: 25	: 5	: 12.5	: 3	: 7.5	:	:	: 2	: 5
	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
CUMARTESİ PAZARI	: 25	: 62.5	: 7	: 17.5	: 3	: 7.5	: 2	: 5	:	:	: 3	: 7.5
	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
TOPLAM	: 70	: 58.3	: 25	: 20.8	: 11	: 9.16	: 5	: 4.16	:	:	: 9	: 7.5



Pazar esnafının malı nereden aldığı incelendiğinde,

Salı pazarında, pazarcıların % 62.5'i malları İstanbul'da aracılardan, % 20'si İstanbul halinden, % 10'u diğerleri diye gruplandırdığımız İstanbul'da fabrikadan ya da başka bir pazarcıdan almaktadır.

Çarşamba pazarında, pazarcıların % 50'si malı İstanbul'da aracılardan, % 25'i İstanbul'da halden, % 12.5'u İstanbul dışı aracılardan almaktadır.

Cumartesi pazarında, % 62.5 oranı ile İstanbul'da aracılardan alanlar ilk sırayı almakta, ikinci sırayı % 17.5 İstanbul'da halden alanlar, % 7.5 ile İstanbul dışı aracılardan alanlar üçüncü sırayı almaktadır.

Tablodan da anlaşıldığı gibi, her üç pazar yerinde de ortalama % 58.3 ile mal İstanbul'da aracılardan alınmaktadır. Çünkü bu büyük ve kalabalık kentte direkt olarak malın kaynağına ulaşmak, 1. ele ulaşmak her zaman mümkün olmamaktadır.

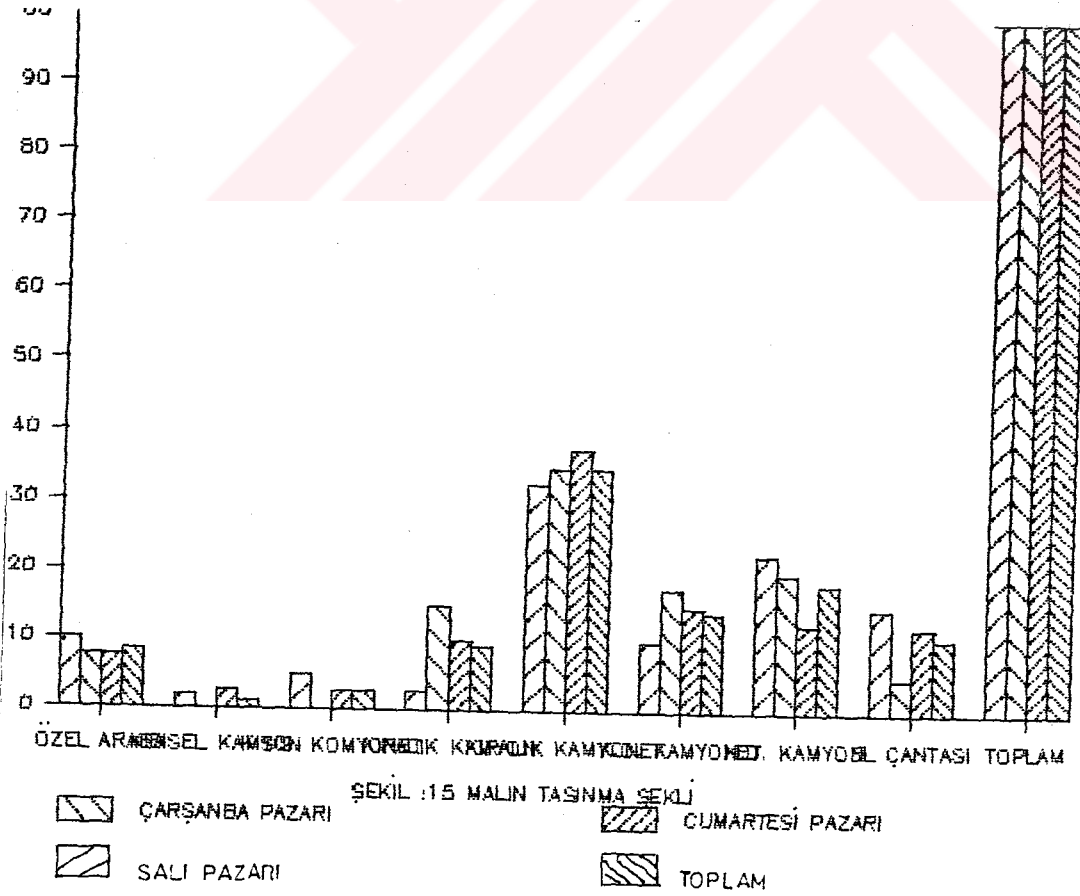
Yine üç pazarda da yiyecek sebze ve meyve satıcıları malları İstanbul'da halden almaktadırlar.

Çarşamba ve Cumartesi pazarlarında üçüncü sırada İstanbul dışında aracılardan satın alanlar bulunmaktadır. İstanbul dışında alınan malların bir bölümü Marmara bölgesinden (Bursa-havla-mefruşat gibi) sağlanmaktadır. Böylece satılan malların çoğunun İstanbul'dan alındığı saptanmaktadır.

TABLO: 15

ESNAF MALI NASIL TAŞIYOR

PAZAR YERLERİ	:ÖZEL ARABA		:KİŞİSEL		:KİŞİSEL		:KİRALIK		:KİRALIK		:KİRA ORTAK.		:KİRA ORTAK.		:EL ÇANTASI		:TOPLAM	
	:		:KAMYON		:KAMYONET		:KAMYON		:KAMYONET		:KAMYONET		:KAMYON		:		:	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	: 4 :	10 :	: 1 :	2 :	: 2 :	5 :	: 1 :	2.5 :	: 13 :	32.5 :	: 4 :	10 :	: 9 :	22.5 :	: 6 :	15 :	: 40 :	100
ÇARŞANBA PAZARI	: 3 :	7.5 :	: :	:	: :	:	: 6 :	15 :	: 14 :	35 :	: 7 :	17.5 :	: 8 :	20 :	: 2 :	5 :	: 40 :	100
CUMARTESİ PAZARI	: 3 :	7.5 :	: 1 :	2.5 :	: 1 :	2.5 :	: 4 :	10 :	: 15 :	37.5 :	: 6 :	15 :	: 5 :	12.5 :	: 5 :	12.3 :	: 40 :	100
TOPLAM	: 10 :	8.3 :	: 2 :	1.16 :	: 3 :	2.5 :	: 11 :	9.16 :	: 42 :	35 :	: 17 :	14.16 :	: 22 :	13.3 :	: 13 :	10.8 :	: 120 :	100



Pazara gelen satıcıların sattıkları malları ne ile taşıdıkları incelendiğinde,

Salı pazarında, pazarcıların % 32.5'u kira kamyonet ile , % 22.5'u kirası ortak kamyonet ile, % 15'i elinde çarta ile, diğerleri ise özel araba, kişisel kamyon, kira kamyon, kira ortak kamyonet ile taşımaktadır.

Çarşamba pazarında, % 35 ile ilk sırayı kiralık kamyonet ile taşıyanlar almakta, % 20 ile ikinci sırayı kirası ortak kamyon ile taşıyanlar, % 17.5 ile kirası ortak kamyonet ile taşıyanlar üçüncü sırayı almaktadır.

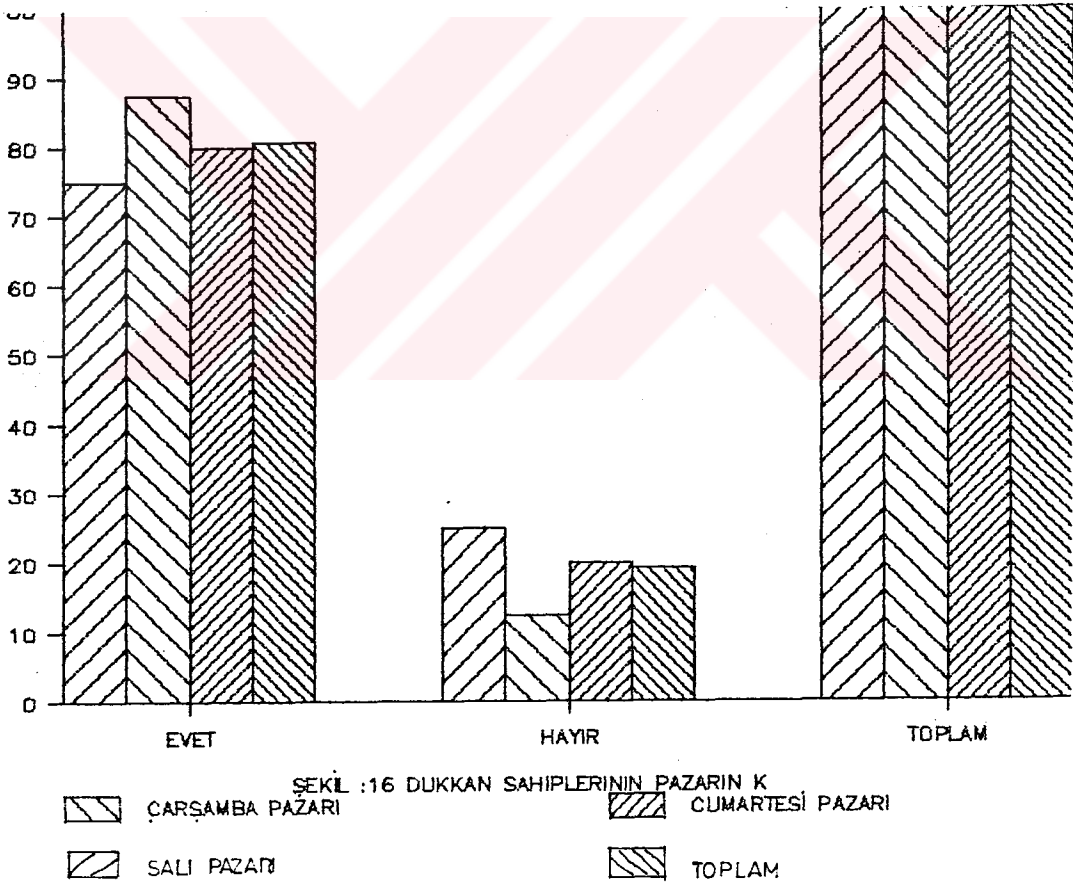
Cumartesi pazarında, % 37.5 oranı ile kira kamyonet ilk sırada, % 15 ile ikinci sırayı kirası ortak kamyonet üçüncü sırayı % 12.5 ile kirası ortak kamyon almaktadır.

Üç pazarda da görüldüğü gibi, ilk sırayı malı kira kamyonet ile taşıyanlar almaktadır. İkinci sırada kira ortak kamyon, üçüncü sırada kira ortak kamyonet almaktadır. Kişisel kamyonet, kişisel kamyon, özel araba ile taşıyanlar almaktadır.

Ayrıca malların ortak kamyon, kamyonet ile taşınması otopark probleminide bir ölçüde azaltmıştır. Araçların ortak olması nakliye fiyatlarının azalmasına neden olmaktadır.

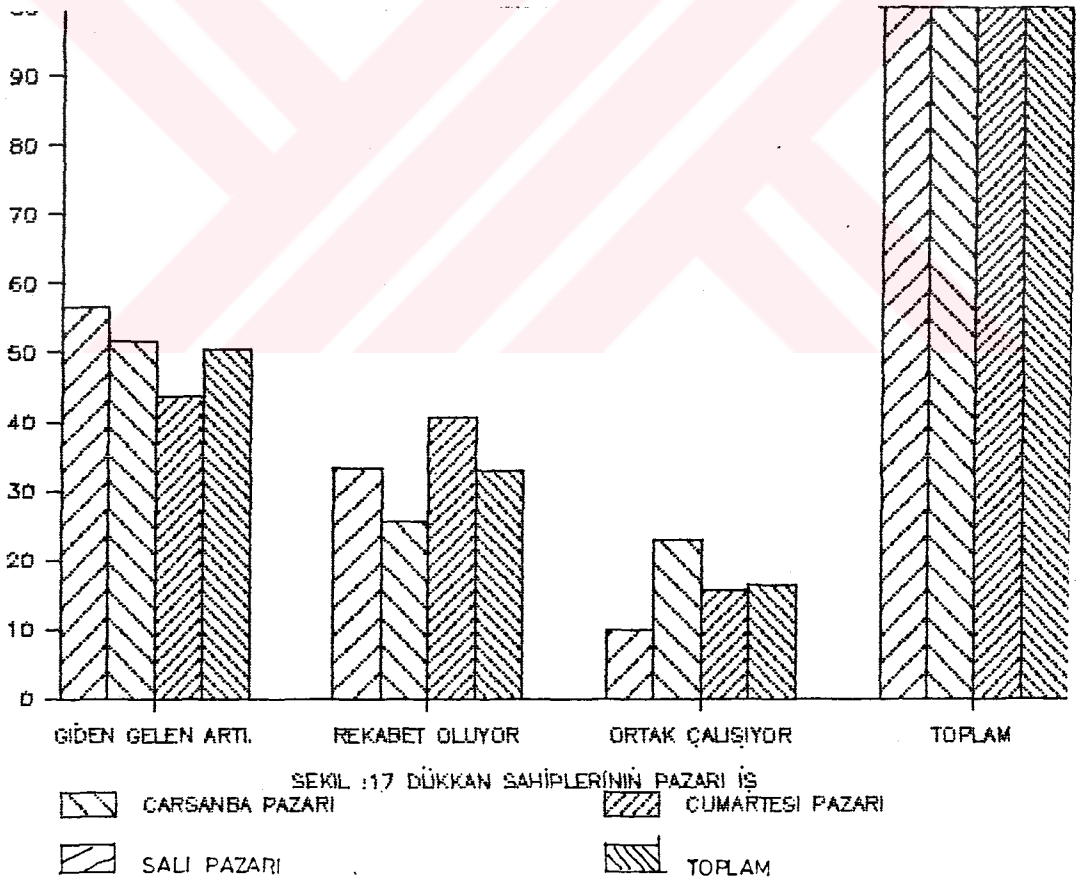
TABLO:16 DUKKAN SAHIPLERININ PAZARIN KURULMASINI
ISTEYIP ISTEMEMELERİ

PAZAR YERLERİ	EVET	HAYIR	TOPLAM
	SAYI %	SAYI %	SAYI %
SALI PAZARI	30 : 75	10 : 25	40 : 100
ÇARŞAMBA PAZARI	35 : 87.5	5 : 12.5	40 : 100
CUMARTESİ PAZARI	32 : 80	8 : 20	40 : 100
TOPLAM	97 : 80.8	23 : 19.2	120 : 100



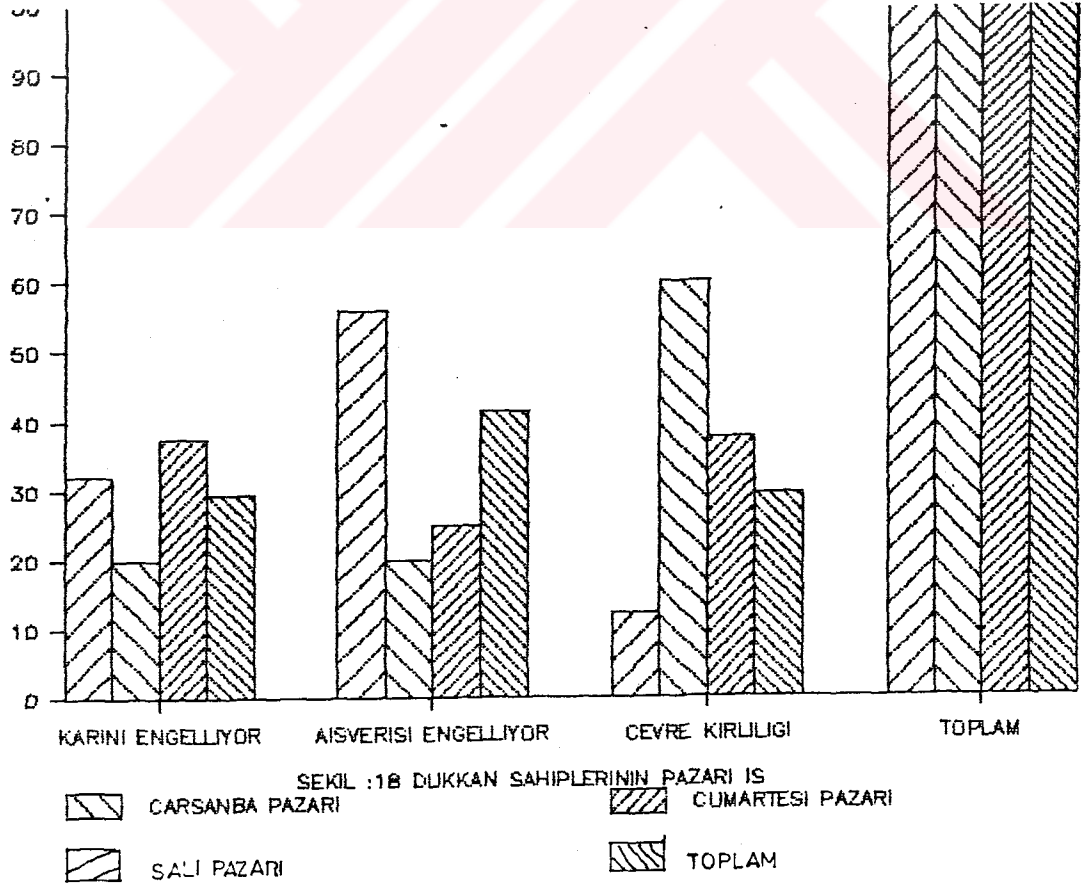
TABLO :17 DÜKKAN SAHİPLERİNİN PAZARI İSTEME NEDENİ

PAZAR YERLERİ	GİDEN GELEN:REKABET	ORTAK	TOPLAM
	:ARTIYOR	:OLUYOR	:ÇALIŞIYORLAR :
	:SAYI %	:SAYI %	:SAYI %
SALI PAZARI	: 17 : 56.6	: 10 : 33.3	: 3 : 10 : 30 : 100
CARŞANBA PAZARI	: 13 : 51.7	: 9 : 25.7	: 8 : 22.8 : 35 : 100
CUMARTESİ PAZARI	: 14 : 43.7	: 13 : 40.6	: 5 : 15.6 : 32 : 100
TOPLAM	: 49 : 50.6	: 32 : 32.9	: 16 : 16.5 : 97 : 100



TABLO :15 DUKKAN SAHIPLERININ PAZARI ISTENEME NEDENI

PAZAR YERLERI	:KARINI		:ALISVERISI:CEVRE		:TOPLAM	
	:ENGELLİYOR		:ENGELLİYOR:KIRLILIGI		:	
	:SAYI	%	:SAYI	%	:SAYI	%
SALI PAZARI	8	32	14	56	3	12
CARSABA PAZARI	1	20	1	20	3	60
CUMARTESI PAZARI	3	37.5	2	25	3	37.5
TOPLAM	12	29.3	17	41.4	12	29.3



Pazar yeri çevresindeki dükkan ve konut sahiplerinin pazar yeri ile ilgili düşünceleri incelendiğinde,

Tüm pazar yerlerinde dükkan sahipleri pazarın kurulmasını istemektedirler.

Salı pazarında, esnafın % 75'i, Çarşamba pazarında , % 87.5'i, cumartesi pazarında esnafın % 80'i pazarın kurulmasını istemektedir.

Pazarı isteme nedini (tablo-17) incelendiğinde, Salı pazarında, dükkan sahiplerinden % 56.6'sı dükkanlarına giden-gelen arttığı için, % 33.3'ü rekabetten dolayı satışların artmasından, % 10'u pazar esnafı ile ortak çalıştığından pazarı istemektedir.

Çarşamba pazarında, yine % 51.7'si giden-gelen arttığı için, % 25.7'si rekabet oluyor diye, % 22.8'i ortak çalıştıkları için pazarı istemektedirler.

Cumartesi pazarında, % 43.7 ile giden-gelen artıyor diyenler ilk sırada, % 40.6 ile rekabet oluyor diyenler ikinci sırada, % 15.6 ile ortak çalışanlar üçüncü sırada yer almaktadır.

Her üç pazar yerinde de ,pazarın istenme nedeni olarak mağazalarda hareket olduğu için, giden-gelenin artması ilk sırada yer almaktadır.

İkinci sırayı pazarda satılan malın ucuzluğu ile mağazadaki malın kalitesi ile esnaf arasında rekabet olmasının yarattığı avantaj almaktadır.

Üçüncü sırayı ise, pazarcı esnafı ile mağaza sahibi arasındaki ortaklıktan dolayı tercih etmektedir.

Dükkan sahipleri ellerindeki malların bir bölümünü (defolu, eski moda, mevsim sonu vb.) pazar tezgahında satışa sunmaktadırlar. Böylece mağazada satıcı bulması zor olan birtakım mallar biraz farklı fiyata alıcı bulmaktadırlar.

Dükkan sahiplerinin pazarı istememe nedeni incelendiğinde,

Salı pazarında, % 56 oranı ile alışverişin engellenmesi ilk sırayı, % 32 oranı ile karın engelleniyor olması ikinci sırayı, % 12 ile çevrenin kirlenmesi üçüncü sırayı almaktadır.

Çarşamba pazarında, % 60 ile çevre kirliliği ilk sırada, % 20 oranı ile alışverişin engelleniyor olması ve karın engelleniyor olması ikinci ve üçüncü sırada yer almaktadır.

Cumartesi pazarında ilk sırada % 37.5 oranı ile çevre ve karın engellenmesi ikinci sırada, %25 oranı ile alışverişin engellenmesi üçüncü sırada yer almaktadır.

Bazı mağazaların önünü tezgahları ile kapatan pazarcılar, dükkana girişi engellemekte, bu durumda dükkan sahiplerinin hoşuna gitmemektedir.

Ayrıca sebze-meyve kabuklarının çevreyi kirletmesinden esnafın bağırmasından ve kalabalıktan şikayetçi olmaktadır.

Pazar yeri yakınındaki konut sakinleri ile yapılan görüşmeler sonucunda da, pazarı % 62.5'u istememektedir. Bunun nedeni olarak % 60'ı gürültüden, % 24'ü kirlilikten, %16'sı ulaşımın aksamasından şikayet etmektedirler.

Konut sakinlerinden % 37.5'i pazara yakın olmaktan memnun olmaktadır. Pazarı eğlenceli-renkli bulmakta, gidip-gelenin artmasından memnunluk duymaktadır.

BÖLÜM 4

SONUÇ

Açık pazar sisteminin gelişmesi, ulaşım sistemindeki ilerlemeler, belediyelerin ekonomik hayata daha etkin biçimde karışmasını gerektirmiştir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında temizliğe, imara ağırlık veren belediyeciliğimiz sonradan halk kitlelerinin ekonomik sorunlarına eğilmeye yönelmiştir.

1970'li yıllarda ağır enflasyon sonucu halk kitlelerinin temel sorunlarının belediyenin elindeki fiat denetleme düzenekleriyle çözümlenemediği anlaşılmıştır.

1970 yerel seçimlerinde, özellikle büyük kentlerimizde işbaşına gelen belediye başkanları fiat denetimlerinin dışında, daha etkin politikalar geliştirerek kentlerde yaratılan rantların azaltılması ya da topluma mal edilmesi doğrultusunda "üretici", "kaynak yaratıcı" belediye anlayışının gelişmesine yol açan örnek girişimlerde, deneyimlerde bulundular. 1978-79 yıllarında yerel yönetimler Bakanlığınca belediye birlikleri yoluyla bir yandan tüketicinin korunmasına yönelik çabalara girilmişti. 1980'den sonra belediyecilikde özel kesimi devreye sokan uygulamalara geçildi. Böylece bugüne kadar belediyelerin yürüttüğü bazı kamu görevleri özel sektöre verilmeye başlandı. [20]

Kapitalist ilişkilerin artması, kentleşme sonucu, bir yünden yüzyüze ilişkilerin sona ermesi, öte yandan işyeri konut uzaklığının uzaması belli sayıdaki işyerlerinin tekelci rantlarını arttırmış, bunlar arasındaki rekabet koşullarını ortadan kaldırmış bulunmaktadır. Ortaklaşa gereksinmelerin karşılanması özel kişi

ya da girişimlere bırakılması yüzünden bunların aralarında kurdukları açık ya da kapalı bağlar, oluşturdukları örgütlü baskı kümeleri yoluyla fiat yarışını gerektirmeyen bir tarife düzeni belirlenmektedir.

Bu da söz konusu rantların doğmasına neden olmaktadır. Bu rantların eritilmesi ya da topluma mal edilmesi doğrultusunda belediyelere önemli görevler düşmektedir.

Bu konuda tarife yönetiminin kaldırılması olanaksız olduğuna, girişimci ya da işyeri sayısını arttırmak yetersiz kaldığına göre, belediyelerin bu süreci denetim altına alabilmesi için en iyi yol bu sürecin içinde yer almak, kısacası doğrudan doğruya üretim, dağıtım, pazarlama sürecine katılmaktır. [21]

Geleneksel fiat denetimi dışında belediyelerin bu konuda yüklenebilecekleri görevleri başlıca üç kümede toplayabiliriz.

- . Piyasayı düzenlemek (tanzim satışları, halk pazarı)
- . Üretim yapmak, tesis kurup işletmek.
- . Alt yapı.

1580 sayılı Belediye yasası, piyasayı denetlemekle, düzenlemekle ilgili çeşitli görevler öngörmüştür. Yasanın 15. maddesinin 31, 16, 43. fıkraları, halkın yiyip içmesi yatıp kalkması, temizlenmesiyle ilgili konularda sağlık denetimi, işletme izni, tarifeleri onaylama, satış fiyatlarını saptama gibi denetleme görevleri yanında besi ve zorunlu gereksinim maddelerini satın almak, saklamak, satın aldırarak, sattırmak, gereksinimi olanlara dağıtmak üzere bir fon oluşturmak "tanzim satış mağazaları" açmak yaşamı ucuzlatacak önlemleri almak yetkisini belediyelere vermiştir. 23. 3. 1978 günkü resmi gazetede yayınlanan TİP TANZİM SATIŞLARI, yönetmeliği ile kurulacak tanzim satış mağazaları ile yaşamı ucuzlatacak önlemlerin alınması amacı güdülmüştür. Tanzim satışları ile tarifeleri, piyasa fiyatlarının altındaki fiatlarla satış yaparak, piyasa fiyatlarının

düşmesini sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu amaçın gerçekleşmesi için kentteki istemin tümünü tanzim satış mağazaları ile karşılamak gerekmez. İstemin önemli dilimini bu yoldan karşılamakla piyasa fiyatlarını düşürmek olanaklıdır.

TANSA girişimi belediyelerin üretim, tüketim kooperatifleri, kamu iktisadi kuruluşları ile belediye birlikleri yoluyla işbirliği ilkesine göre başlatılan bir örnektir.

Belediyelerin üretime katılması, kentlerde oluşmuş tekelci rantların eritilmesi, topluma mal edilmesi, konusunda başarıya ulaşması, ulusal ve yerel siyasal güç yapısına bağlıdır. Öte yandan belediye yönetim ve işletmeleri ekonomik ve toplumsal yapıdan ileri gelen sınırlılıklarda taşımaktadır.

Belediye fen işleri pazar yeri seçiminde kamu mülkiyetinde olan yerlere öncelik tanınmalıdır. Pazarların alt yapı hizmetleri yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle fen işlerinin pazar yeri inşaatı, planlaması yaparken bu durumu gözönüne alması, pazarın ilerde genişleyebileceğini düşünmesi gerekmektedir.

Belediye bugüne kadar halde pazarcılara yer vermemektedir. Yer verdiği takdirde pazarcılar halde bir kooperatif kurarak, toptancının aldığı yüzde onluk karı ortadan kaldıracabileceklerdir. Hal dışında kooperatifin kurulabilmesi için, hal toptan satışa izin verilmesi gerekmektedir. Bugün yürürlükte olan yönetmeliklere göre hal dışında yapılan toptan satışlar para cezası ile cezalandırılır.

İstanbul'da mevcut bulunan semt pazarlarının bir çoğunun herhangi bir planda yeri bulunmamaktadır. Bu pazarların bir bölümü, semt sakinlerinin muhtarlığa

başvurması ile oluşmuşlardır. Muhtar, pazarcılar derneği ile konuşarak, belediyeye müracaat etmektedir. Böylece pazar, deneme amacı ile muhtarın uygun gördüğü sokaklarda kurulmaktadır. Üç-beş aylık denemeden sonra yasal mevzuat uygulanarak, kesinlik kazanmaktadır.

İstanbul'un Fatih-Çarşamba pazarı 1953 yılında, Kadıköy-Salı pazarı ise 1963 yılından beri çalışmaktadır. Bu pazarlar herhangi bir prosedüre uymaksızın kendiliğinden oluşmuş pazar yerleridir.

Bugün çok geniş alanlarda kurulu olan bu pazar yerlerinin, belediye encümeninde sadece iki-üç sokağı kayıtlı bulunmaktadır. Her yıl pazar esnafının artması ile bugünkü haline ulaşmıştır.

Yapılan çalışma sonunda İstanbul ilinde, Şile, Yalova Çatalca, Silivri, B.Çekmece, Adalar dışındaki 18 belediye de resmi olarak 110 semt pazarı, 33 sabit halk pazarı bulunmaktadır. (Bkz. EK- B1)

Bunların dışında, deneme amacı ile kurulan pazarlar, kentin yeni gelişme alanlarında belediyeden izin almaksızın kurulan pazarlar da bulunmaktadır.

Bu pazarlar ile sayısı 200'ü geçen semt pazarları bulunmaktadır.

Kent merkezinde bulunan mevcut semt pazarları doygunluğa erişmiş durumdadır. Bu pazarlarda yeni esnafa gerek duyulmamakta, bu bakımdan belediyece izin verilmemektedir.

Ancak bugünkü durumları ile pazar yerlerinin ve pazar esnafının bir çok problemi bulunmaktadır.

Pazar yerleri ya herhangi bir plana bağlı olmadan rastgele bir bölgede oluşmakta, ya da belediye tarafından, kamulaştırma problemi olmaması için, kamu

mülkiyetinde olan yerler seçilerek oluşmaktadır.

Böyle olunca, pazar yeri olmaya uygun olmayan yerler de pazar kurulmaktadır. Dolayısıyla, çevre kirliliği, ulaşım güçlüğü gibi problemlerle karşı karşıya kalınmaktadır.

Pazar yerleri kısa vadede düşünüldüğünde ileride genişleme olanağı ortadan kalkmaktadır.

Pazar yeri çevresindekilerin pazarı istememe nedeni, esnafın düzensiz, kirli, çevreyi kötü etkileyen bir imaj yaratmasıdır.

Ayrıca konutlara ve pazar yeri çevresindeki mağazalara yaya ve taşıt ulaşımının aksamasıdır.

Pazarcıların, pazar yerinde hareketleride kısıtlanmaktadır. Pazarcılar, kuruluş ve toplanma esnasında, satış ve depolama imkanları açısından yetersiz bir alanda sıkışmışlardır.

Ayrıca pazara gelenler için oturup dinlenme, wc, günlük fiat cetveli (çeşitli malların belediyece belirlenmiş o günkü fiatlarını gösterir tabela) bulunmamaktadır.

Bu problemlerin ortadan kalkması için pazar yerlerinin imar planları ile belirlenmiş alanlarda kurulmaları gerekmektedir.

Ancak, şu anda bu mümkün olmadığından, mevcut aksaklıklara kısa vadede çözümler aramak olanağı bulunmaktadır.

Pazar yerlerinde en acil çözümlenmesi gereken sorun yaya ve taşıt trafiğinin birbirinden ayrılmasıdır. En azından pazarın kurulduğu günler, taşıt trafiğinin pazarın içinden geçmesini engellemek, taşıt trafiğine ayrı bir güzergah belirlemek gerekmektedir.

Böylece pazarın kurulduğu günler, hem pazara gelen vatandaş daha rahat alış-veriş yapabilecek, hem de pazar ile ilgisi olmayan vatandaş, pazar yeri kalabalığından

etkilenmeyecektir.

Pazar için ayrılan alanlar beton kaplanmalı, yağmur suyu için gereken eğim verilerek sokak kanalizasyonuna bağlanan ızgaralar konmalıdır. Böylece yağışlı günlere de pazar yerinin daha çok kirlenmesine, alışverişe gelenler ile pazar esnafının, su birikintileri içinde kalmaması, herhangi bir kaza durumunun ortaya çıkmaması sağlanacaktır.

Pazar yeri yanında pazar esnafının nakliye işlemleri ve alış-verişe gelen özel araba sahipleri için yeterli sayıda otopark yeri planlanmalıdır. Bu otoparkın belediyeye ait olması halinde, elde edilecek gelir yine otopark ve pazar yeri için gerekli bakım-tamirat işleminde kullanılabilecektir.

Pazar yerinde, satılan mallara göre esnafın belli bir düzen içinde konumlanması (sebze, giyim, mefruşat vb.) gerekir. Bu suretle alış-verişe gelen kalabalığın düzensizliğine son verilecektir. Böylece pazara gelen halk kendiliğinden alacağı malın bulunduğu tarafa giderek, pazar yerinde gereksiz kalabalık yaratmayacaktır.

Ayrıca pazar yerindeki esnafın daha düzgün ve temiz giyinmesi, ya da tek tip forma-önlük giymesi pazarın daha güzel görünmesine neden olacağı gibi, estetik duygularla hitap edecek, alış-verişi arttıracaktır. Tezgahlar üzerinde, şemsiye veya tentelerin bulunması bunların renkli bir şekilde yer alması, çeşitli tabelalar, çeşme, wc, belediye zabıta yeri gibi donanımlar pazar yerlerini güzelleştiren, tamamlayan öğelerdir. Bunların gerçekleştirilmesinde gerekli hassasiyet gösterilmelidir.

Pazar yerinde, pazarın konumundan kaynaklanan sorunlar yanında pazarcılarında çözüm bekleyen sorunları bulunmaktadır.

Ülkemizde çok rahat para kazanan, serbestçe çalışan kişiler olarak görünselerde pazar esnafının önemli sorunları vardır.

Pazar esnafı yasalar, belediye yetkilileri, üreticiler, kent hali, pazarcılar derneği, tüketiciler gibi birçok kişi ya da kuruluşlarla, gerek iletişimsizlik, gerek eğitimsizlikten dolayı anlaşmazlıklara düşmektedirler. Ancak bundan önce sosyal ve kültürel açıdan da sorunları olan bir topluluktur. Daha çok iç ve Doğu Anadolu kökenli bu kişilerin kente uyumu, konut, barınma sorunu, hava şartlarının olumsuz etkileri, herhangi bir sosyal güvencileri olmaması gibi problemleri bulunmaktadır.

Bütün bunların yanısıra, pazar esnafı yukarıda adı geçen kuruluşlarca sürekli zora sokulan, en küçük bir aksaklıkta suçlanan, hep cezalandırılması gereken bir topluluk olarak görülmektedir.

Pazarcı esnafını korumak, pazarı güzelleştirmek amacı ile kurulan pazarcı esnafı derneğini 300-400 pazarcı oluşturmaktadır. Bu derneğin faydalarında da (yeni tezgah açmak, tezgah kiralamak, devretmek, vb.) bu azınlık yararlanmaktadır. Oysa İstanbul'da 30 000 pazarcı bulunmaktadır. Bu pazarcılardan her hafta dernek adına, pazarına göre 1000-2000TL. makbuz karşılığı ücret alınmaktadır.

Sıkışık bir alanda her sabah kurulma, akşam toplanma mücadelesi veren esnaf, akşam hava karardığında tezgahını toplamak zorundadır. Bu zamanı aştığı takdirde zabıta tarafından ceza kesilmektedir.

Bu yüzden pazar esnafı ve zabıta memurları arasında bir geçimsizlik söz konusudur. Böyle bir durumda zabıta yetkisinde olan aylık işgaliyelerin toplanmasında da problem çıkmaktadır.

Esnaf haftalık ödemelerini düzenli olarak yapmadığından, birkaç hafta birikince daha sonra ödemeye güçleri

yetmemektedir. Bu yüzden belediye yetkilileriyle a-
ralarında anlaşmazlık çıkmaktadır.

Bu duruma çözüm olarak;

Ya belediye yeterli sayıda memuru her pazar için gö-
revlendirilecektir, ya da yeni bir uygulama ile esnaf
işgalîyesini ödemek için kendisi belediyeye giderek
aylık ücreti verecektir.

Zabıta memurlarının adedinin az oluşu, pazarın çok bü-
yük oluşu nedenleriyle ücretler toplanamamaktadır.

Bu nedenlerden dolayı, belediye mali olanaklardan yok-
sun kalmaktadır.

Belediyelerin gerek pazar yerlerinin yerseçimi, gerek
organizasyonu yönünden görevlerini yerine getirmeleri
gerekmektedir. Bu tür görevler, zorunlu görevler ara-
sında yer almaktadır. Pazarların fiyat kontrolü için
zabıtanın adet, yetenek bakımından, kuvvetlendirilmesi
çöplerin pazar yerinden zamanında kaldırılması işleri-
de ivedilikle üzerinde durulması gereken hususlar ol-
maktadır.

EK_A1



İnsana "Bu kadarı da olmaz" dedirtiyor
Büyük emek ve unutulmaz yetiştirilen ürünler Antalya Halli'nde sıradanlaşıyor. Burada inanılmaz pazarlıklara tanık da olunabiliyor. 5-6 tonluk limonun kilosu 200 liradan satılırken, manavda tanesine 300 lira vermek insanı şaşırtmaz mı?

Sebze-meyvede TELE FİYAT

Antalya halli... Tonlarca, sebze ve meyve 1 saat içinde adeta yok oluyor... Ve korkunç bir telefon trafiği... Başta Ankara ve İstanbul olmak üzere birçok ille yapılan telefon görüşmeleriyle, fiyatlar 1 saat içinde yukarı çıkarılabildiği gibi indirilebiliyor da...

Antalya Halli'ne gittiğimizde bizi müthiş bir manzara karşıladı. Sabahın 4'ünden itibaren binlerce kamyonun giriş-çıkışı ve günde ortalama 600-800 ton ürünün geldiği devasa Hal, bir renk cümbüşünü sergiliyordu. Her türlü sebz ve yeni yeni piyasaya çıkmakta olan tarla ürününün yüklendiği Antalya Halli'nde binlerce ton ürün bir kaç saat içinde "Yok oluyor".

Türkiye'nin hemen hemen bütün illerine sebze ve meyve veren Antalya Halli, adeta bir borsa. Fiyatların bir kaç saat içinde yükseldiği veya tani teraile indiği bu Hall'de, çevre ilçelerden gelen ürünler büyük pazarlara pazarlanıyor.

Sandıklama
Antalya Halli'ndeki komisyoncular adına çevre ilçelerden alıveren yapan komisyoncular veya direktör olarak üreticilerle getirdiği ürünler burada ya tucarcılara veriliyor ya da büyük şehirlerdeki komisyonculara gönderiliyor. Antalya Halli'ndeki komisyoncu tarafından ürünün tucarcıya verilmesi durumunda, tucarcılar Hall'in arka tarafında bulunan depolarda sandıklama işini yapıyor. Hall'deki komisyoncunun bir başka ürün satma biçimi ise, direktör olarak büyük şehirlerdeki komisyoncularla anlaşarak buralara göndermek.

Avans istemiyor
Antalya Halli'nde araştırma yaparken, buradaki komisyoncuları gören üreticinin avans para istememesi de tanık olduk. 50 yaşlarındaki Fatma Gök, Antalya Halli'nde komisyonculuk yapan Ahmet Öz'den onunmuzeleki dönemde satacağı ürünler karşılığında 1 milyon lira avans istiyordu. Fatma teyze biraz sıkıştıktan sonra da utanır bir sesle paraya ihtiyacı olduğunu ve bu paranın karşılığında 10-12 ton domatesi getirebileceğini söylüyordu. Fatma teyzinin istediği çok fazla bir para değildi ama, utanıyordu işte. Sanki karşılıksızmış gibi.

Senetle-sepetle
Komisyoncu Ahmet Öz, onun- de bulunan kadın ancak "Kara" olmayan defteri açarak, daha önce alınmış bir avans bulunup bulunmadığını kontrol ettikten sonra, 1 milyon lrayı Fatma teyzeyle verdi. Ne bir senet ne de paranın alındığına dair bir kağıt istedi. Verilen para büyük bir miktar değildi ama, yataz ve senetle verilmesi de ilginçti. Ahmet Öz, bizim şaşkınlıkla sorduğumuzu görünce, "Bizim burada

işler böyle yürür. Biz, üreticiye güveniriz, üretici de bize. Ürünün elde ettikten sonra, başka birine vermez. Vermek istese de buradaki herkes birbirini tanır. Hemen haber verilir" diyordu.

Berakettli topraklar
Berakettli topraklarda büyük emeklerle ve unutulmaz yetiştirilen ürünler Hall'e geldiğinde sıradanlaşıyor. Üreticiler için "Akn terti" olan bu ürünler, komisyoncu ve tucarcı için bir "Mesa"ydı. Hall'de renk renk ve peşit peşit ürünleri seyrederken, bize "Bu kadarı da olmaz" dedirtecek alıverişlere tanık oluyorduk. Komisyoncu Ahmet Öz'e çevre ilçelerden gelen 5-6 ton limonun kilosunun 200 liraya satıldığını hatırlarken, İstanbul'da limonun tanesinin 250-300 liradan satıldığını bilmenin acısını, biraklılığını yapıyordu.

Fiyat mekanizması
Antalya Halli'nde Ahmet Öz, Türkiye'nin çeşitli illerinden kendisini telefonla arayan komisyoncularla olan konuşmalarını ve pazarlıklarını bize paralel telefonla dinletti. Fiyatların nasıl ve neye göre oluştuğunu tanık olduk. Gaziantep'ten arayan bir komisyoncu ürünleri ucuz satmak zorunda kaldıklarını ve "Malı yememem"di istiyordu Ahmet Öz'den. Ankara'dan arayan bir başka komisyoncu ise, mal alması için fiyatların düşmesini beklemesini istiyordu.

Antalya Halli'nde tanık olduğumuz bir başka olay da, Ahmet Öz'e, O'nun adına komisyonculuk yapan bir alıcı arasında geçen pazarlıktı. Telefonda konuştuğumuz konuşma şöyleydi:

Ahmet Öz: "Bakle gelirse kaç olur?"

Alıcı: "Bilmiyorum."

Ahmet Öz: "Aynı fiyata olur mu?"

Alıcı: "Bilmiyorum. Fiyatlar daha belli değil."

Ahmet Öz: "1000 lira olur mu?"

Alıcı: "Hiç belli olmaz. Fazla da olabilir, düşük de..."

Ahmet Öz: "Pahalı olursa, az yaparsın."

Alıcı: "Ne kadar olursa, az yaparım?"

Ahmet Öz: "1000 liradan fazla olursa az yap."

Alıcı: "Tamam."

Ahmet Öz'e göre, meyve ve sebze işinden en çok manavlar kazanıyor. Üreticilerin iyi kazandığını belirten Ahmet Öz, kooperatifleşme konusunda ise şunları söylüyor:

"Kooperatifleşlik, ancak bu işin içinden yetenlerle olur. Oyle takım elbiseyle, masa başında oturmakla olmaz. Ancak, gerçekten temiz ve namuslu çalışan adamlar kooperatifleşkin başına gelirse, büyük şehirlerdeki tüketiciler ucuz meyve ve sebze yiyebilir. Üreticiler de ürünlerini iyi değerlendirerek, daha iyi kazanabilirler."

Antalya Halli'nde komisyoncuların yanında tucarcılar da var. Tucarcılar, komisyonculardan aldıkları ürünleri Hall'in arkasında bulunan depolarda önce kalitesine göre ayırıyorlar. Daha sonra paketlenme ve ambalajlama işini yapıyorlar. Bunun bu işlemlerden geçen ürünler, kamyonlara yüklenerek tüketim bölgelerindeki komisyonculara gönderiliyor.

Antalya Halli'nde ambalajlama ve paketlenme deposu bulunan Vazirli Şenol, işlerinin sancıklığı kadar basit olmadığını, büyük emek ve masraf olduğunu kaydederek, "Biz, sadece paketlenme, yükleme ve taşıma için domatese kilo başına 400-500 liralık masraf yapıyoruz. Aldığımız ürünler içinde çürüğü de çıkıyor, çürüğü de. Aldığımız ürünü büyük şehirlere gönderdiğimizde bazen zarar da yapıyoruz. Tabii bu her zaman zarar ettiğimiz anlamına gelmez. Bu işten para kazanmamaş niye yapalım ki?" diyor du.

Antalya Halli'nde işleyiş ve fiyatlar böyle belirlenirken, Hall'in hemen dışında manavlardaki fiyatlar İstanbul'dan çok farklı değil. Hall'den çıktığımızda 1400 liralık domatesi, 3000-3500 liradan almak zorunda kalıyorduk.

İstanbul'da durum

Meyve sebzelerin Antalya manavran, 18 saat süren bir kamyon yolculuğundan sonra İstanbul'da satışa eriyordu. Sonra eren, sadece için Antalya ve üretici kasaydı. Ürünler İstanbul'a gelince önce Hall'e uğruyordu. Hall'de o günkü piyasanın durumuna göre fiyatlar oluşuyor ve ürünler İstanbul'un çeşitli semtlerinde bulunan manavların ve pazarların sevk ediliyordu. İstanbul Halli'nde fiyatlar, birçok komisyoncunun gücüne bir arasya gülecek verdikleri kararlar üzerine oluşuyor. Fiyatların oluşmasıyla birlikte, yeni ürün alımları için Türkiye'nin birçok yerine atında bağlantı yapılıyor ve talimatlar verilmeğe başlanıyordu.

Yarın
Ateş pahası etiketler

EK_A2

ET FİYATLARIN
HİKAYESİ

SECRET

Üretici ve komisyoncular tüccarı, tüccar da manavı suçluyor...

**ET FİYATLARIN
HİKAYESİ**
Her adımın ayrı bir hikayesi var

Her adımın ayrı soygun var

Domates Antalya'da, Üretim merkezinde 1000 lira. Ancak İstanbul gibi büyük şehirlerde tüketiciye 3 bin 500 liradan ulaşıyor. "Bu fark nasıl meydana geliyor?" sorusu ortaya atılınca, herkes suçunu birbirinin üzerine yığıyor. Tabii bir de devlete...

Tenth, 21 May 1960.
 Dromedary, Antalya, 10
 1960, 100 km, 100 km, 100 km
 100 km

Tam tamslys Antaiys' da 7 tuz, Istanbul' da 12

[illegible]

"Siapa yang gigit
harapan Takuu di Hy
votuu, habul cangg
sundaya. Muz pilla
mangimuk mah kum
aya vortu U di bl
adahan tikauk vort
ca yidur ba bi p
harap ter kumma
mayu may harap
yah."

[illegible]

Birliklerimi Bağlayalım

Yahudi-dok: nacher Tur
hijs'n den steyn te welen
en andertien dach belanden
Antioch, twelckere een
der alderste steden was in
der westelijcke wlegen van
der goudrijck vander armen
wereldt vande glijen dier
Antioch's den dach, dat
dierg' kender de supernumer
in alreijke kringelijck
Almogen den Donsen's te
den: twelckende yndelick
201. kintententien gijlen
was: te hemmegeren
ijylerste yndelickententien
te welen dier dach den
monnachten twelckere
samen twelckende, twelckende
den twyfel gijlen dier
nederden, nederden

Malaya'ya gulliyenler
 de de uğraş yoruların kum-
 bulat'ı. Kambuca, portu-
 kal, patlıcan ve domates
 ayda nahi bir kile. Buras-
 ın en güzel ürünleri urucuk-
 gübre, bızılardan, ama
 yapamamış kılımları ay-
 ın ve cam bızılardan, bu-
 nur. Bızılardan ilaç
 yediler ama bızıl her gü-
 çün çözüldü. Kılımların
 cam, mermer, ölür ölmeyen her-
 ye çalıştırılıyor, bama her-
 ne'ye çalıştırıldı. Bu-
 ran ayamlama yapamamış
 halatları bir fiyat 80 mil-
 lyon kuruş kadar deşip-
 ın. İndi bir Kambuca kıl-
 ınları: en iyi yün-
 ın.

[illegible]

Seraların maliyetleri yitmiş

Antalya'da Bretin: Antalya'da yaptıkları. En fazla verim de cam aeralardan alınıyor. Ama cam aera kılmanın fiyatları 50 milyon lira. Bu yüzden üretici 5-6 milyon liraya malolan naylon aeraları seçiyor. Tabii, bu aeralar da verim düşüyor. Üstelik her yıl naylonları yenilerinin de geliyor

her alın dünyada sayı
12 dağılırken garkiyar.

**"Kamlayucayn
tion shunay"**

Kirdel, bənkaların və digər binaların çub dəpələri aşıya. Bu əməliyyat mayda və iyunun əvvəllərində edilən. Əvvəlcə çubun içi boşaltılır və sonra içi qaynatılır. Çubun içi boşaltıldıqdan sonra çubun içi qaynatılır. Çubun içi boşaltıldıqdan sonra çubun içi qaynatılır.

bu ve buhar olan du-
kan alüminyum, lityum
sulfatları gibi asitlerle
sıvı ve buhar olarak

Siyalium, alimlari gun tas-
simlan dugil, porchala dila
dugil, gunka siyal qasrinda
bonaylanligin, kulaq mla
kirdel, "Mondalar ham qor-
tashora 8 milyun hrodi v
vishon, digar yashan la

Bazı ürünler

millyana kender benderi vande
 gi shroottich do nityar. De
 ba shroottich bhangimand
 - nityar vo tatheti bhaccham
 "sodim" nityarun. Man
 bhagvatsid bhagvati dhat
 nityarun, ome tam his gi
 vandeit shindadi ipa bu
 do do vanyajnyarun. V
 panchajanya bhang his go
 bhagvatsid do bhagvatsid
 bhagvatsid vandeit n
 vande bhagvatsid "gahind
 bhagvatsid.

Culture vs. Education
oleq pahaai

ekimünde günde bir kez (her gün) yaparlar. Tam bu şekilde duyulduktan sonra, aldıkları gıda ya da yarı bağımsızdır.

Antalya Hall v

Ürütillerin "Bella
bahar" emarifaru
legende gubir ve sakine
harcamalar gubir Ayı
ca, acaligis tate elenir
p. doumarda hollonice
harcam tuncir de bu mas
rallir. bu hai daka ar
tuyur.

Alayak mus tawakia
Muhaimi Oatari, tani ba
topak anan. Yaliand
yapik musubak, ana sh
nai alayak baylayak
mus tarlamu amu duma
tus va alayak tarlamu
gawing Acan, bu uru
tarlam de tarlam somu
akid alayayak, alayak
mulam parno bagdo,
amuk Gugayda akid
alayak somu amuk
baylay. Mus tarlam
alayak mus Muhaimi

Istanbul'daki

Başlarken

[illegible][illegible]

Qatır, səhifə münasir
yaxın əlign bəzəyər tər
mə ləvə münasir, ləvə
də cəzəyər bəzəyər
"bən və mənəyər Qatır
gəzər və mənəyər gəzər
Qatır ləvə bəzəyər
bən bən cəzəyər
bəzəyər, bən bən
məzəyər bən bən

Deviation big yard
gettonchikharu in clove
tin benditiona thannara
nashu torshinnigini shak
chun chigat, lin dinnachik
mush torlon igu 1 1/2 met,
in last gulera baranashu
yapichashu anyanashu
chikash, apashu in digh
manasharin shupashashu
dun: gash 1 dinnachik mush
lin lannashu anash 2 met,
shik ash lin 1/2 yara ash ash
barin ashashu ash yaru.

Urethral Discharge...

Bir bəşqə əvvəlki məqalədəki kimi, bu dəfə də Azərbaycanın ənənəvi sənətlərindən biri olan xalçaçılıq haqqında danışmaq istəyirik. Xalçaçılıq Azərbaycanın milli sənəti və sənətçiliyidir. Xalçaçılıq Azərbaycanın milli sənəti və sənətçiliyidir. Xalçaçılıq Azərbaycanın milli sənəti və sənətçiliyidir.

dalauna soybayard
 Mamey-gai le watekibi
 yapan Adli Yedurun, arde
 cinda an dawa mado ukungu
 an bawartihon, digas ba
 tashila de baaluyayuribi
 Adli Yedurun, baaluyayur
 ya to baq ayi; kan alibi
 bi: fiya wotomoni baalun,
 fiyalara dugacafu baal
 towa, baalun baal wotayay
 ba de baaluciyi buyah
 hara cagay mafu soybe
 murin

Yediden, "Bin anbi
lyot nuygulannum vort.
Yeter hi hoy aningum
n' ducenon belon hi an
de haimon? 7 his lita cive
rendo aningum anbi lita
yotat 3.18 litan, ducenon
ei de 16 litan vortoy
haure" gahunde lita
nuygulat.

VAIR: Berada 20
described by the author

Ürün Adı	Antalya Mali Fiyatı	İstanbul Mali Fiyatı	Manava Fiyatı
Domates	1.400	2.500	3.500
Portakal	700	1.000	2.500
Patlıcan	3.400	4.000	5.000
Yarık Patlıcan	7.000	8.000	13.000
Bahar	2.500	3.500	4.000
Soğan	2.500	4.000	5.000
Acıbadem	2.000	3.200	4.000
Domates	600	1.200	2.000
Yarık Patlıcan	4.800	8.000	7.500
Soğanlı Patlıcan	2.300	3.500	4.000

EK_A.3

UCUZLUK
NEREDEFİLENİN
SERÜVENİTÜKETİCİNİN
SESİ

Sera ürünlerinden tarla ürünlerine geçişin yarattığı boşluk fiyatları artırdı

Sebze, bütçeyi zorluyor

●Havalanın ısınmasıyla birlikte sera ürünlerinin azalması- na karşın, tarla ürünlerinin henüz bollaşmaması sebze fiyatlarını artırdı. Geçen hafta kütüsü 3 bin lirayla 4 bin lira arasında sevilan domates, manavlarda 5 bin liraya kadar yükseldi. Antalya hal yetkilileri önümüzde gün- lerde tarla ürünlerinin bollaşmasıyla birlikte, fiyatların istikrarlı bir yapıya kavuşacağını tahmin ediyorlar...

GEÇEN hafta içinde havalanın ısınmasıyla birlikte toptancı bor- gerde sebze fiyatlarında gözlenen düşüş henüz büyük şehirlere yansı- madan, fiyatlar yeniden toptancıya bağlı. Üreticiler, bu artışın sera ürünlerinden tarla ürünlerine geçiş- in yarattığı boşluktan kaynaklandığı- nı belirttiler.

Üretim bölgelerindeki ucuzluk- arında büyük şehirlerde yansımıyor- ama, fiyat artışları büyük tüketim- merkezlerinde arında yansıyor. Geç- en hafta kütüsü 3 bin lirayla 4 bin lira- arasında sevilan domatesin satış- fiyatı, İstanbul'da bazı semtlerde ki- manavlarda 5 bin liraya kadar yük- sekti.

NEDEN ARTTI?

Yetkililer, fiyatları bu artışın sera ürünlerinden, tarla ürünlerine- geçişteki boşluk nedeniyle, bu dö- nemde toptancı halilere gelen mal- miktarının azalmasından kaynaklan- dığını belirtiyorlar.

Havalanın ısınmasıyla birlikte se- ra ürünleri azalmaya başladı. An- cak, tarla ürünleri yetiştirilme bollu- ğuna, sebze fiyatları yeniden artmaya başladı. Antalya hal yetkilileri önümüzde günlerde tarla ürün- lerinin bollaşmasıyla birlikte, fiyatları- n istikrarlı bir yapıya kavuşmasını- bekliyorlar.

"ARTIŞ SÜRECEK"

On gün önce üretim bölgelerinde 1800 liraya kadar giren domates- fiyatı, hafta içinde önce 2 bin 200 liraya sonra 3 bin liraya yükseldi. Domatesin altın çağını yaşadığını- belirtilen yetkililer, "Fiyatların istik- rarsız olmasına rağmen, toptancı halilere gelen tarla

ürünlerinin çoğelmeye kadar sür- cek. Domates, mayısın kadar 7-8 bin lirayla bulur. Sonra fiyatlarıdaki yük- selime durur. Fiyatlar düşer" diyorlar.

TEZGAHA FİYATLARI

Geçen hafta 8 bin liraya kadar dü- şen taze fasulyenin fiyatı da bu haf- ta 9 bin 500 liraya çıktı. Geçen hafta üretim bölgelerinde 6 bin liradan iş- lem gören sarmısak, 7 bin liraya, 4 bin 500 liraya işlem gören patlıcan 5 bin 500 liraya, 1500 liraya işlem gö- ren soğan ise 2 bin liraya yükseldi. Manavlarda domates 4 bin 500 li- ra ile 5 bin lira, fasulye 11 bin lira ile 12 bin 500 lira, biber 6 ile 10 bin lira, kuskak 3 bin lira ile 3 bin 500 lira, patlıcan 6 bin lira ile 8 bin lira, salata- tak 3 bin 500 lira ile 4 bin lira ara- sında satılıyor.



Domates 5 bin lira

Antalya'da artan fiyatlar arasında büyük yekünle yükseliyor, bazı semtlerdeki manavlarda bir hafta önce kütüsü 2 bin 500 lira ile 3 bin 500 lira arasında sa- tılan domatesin kütüsü yaklaşık bir misli artarak 5 bin liraya kadar yükseldi...

Artık alışveriş aile işi oldu

GÖNÜMÜZDE alışveriş, sadece kadın işi olmaktan çıkmaya başladı.

Hacettepe Üniversitesi Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü tarafından yapılan bir araştırmaya göre, eğitim düzeyi yükseldikçe, kadın ve erkeğin birlikte alışveriş yap- maları da artıyor.

Araştırmaya göre, erkekle katı- larının yüzde 46,8'i yiyecek alış- verişini paylaşarak yapıyor. Aile- lerden yüzde 26,1'inde alışverişe- devamı olarak kadınlar çıkıyor. Ailelerin baştanına ve alışveriş- alışkanlıklarının incelendiği araş-

tırma Hacettepe Üniversitesi Ev İdaresi ve Aile Ekonomisi Bölümü tarafından yapılan bir araştırmaya göre, eğitim düzeyi yükseldikçe, kadın ve erkeğin birlikte alışveriş yap- maları da artıyor.

tırma göre, eğitim düzeyi yük- seldikçe, aileler arasında kadın ve erkeğin birlikte alışveriş yap- maları da artıyor.

FİYAT KARŞILAŞTIRMASI

Tüketicilerin yüzde 60,9'u alış- veriş yerleriyle fiyatlarını devamlı- olarak karşılaştırıyor. Tüketiciler- in yüzde 38,1'i ise bu kıyaslamayı

asla yapmıyor. Gıda maddeler- rinin satın alınacağı yerlerin seçimi- ni etkileyen faktörlerin başında ise fiyatlar, malların çeşit ve kalite- si geliyor.

Araştırmaya göre, tüketicilerin- sadece yüzde 10,9'u hazır veya- yarı hazır yiyecek maddeleri kulla- rıyor. Yıyacak alışverişleri ise dar- ha çok haftada bir yapıyor.

Fatih Belediyesi, pazarcılarla işportacıların arasında kaldı

Pazarcı-işportacı çekişmesi

Çaramba pazarında, işportacıların satış- yaptırması belediye- tarafından izin verilmesini- protesto eden pazarcı esnafı, 2 saatlik "tergülat" kapama- eylemi yaptı.

Fatih Belediye Başkanı Yusuf Günaydın, taraf tutmanın söz konusu- olmadığını söyledi.

Kuşamba Mahallesi'nde, "İş- portacıların satış- yaptırması belediye- tarafından izin verilmesini- protesto eden pazarcı esnafı, 2 saatlik "tergülat" kapama- eylemi yaptı. Fatih Belediye Başkanı Yusuf Günaydın, taraf tutmanın söz konusu- olmadığını söyledi. Çaramba Pazarı'nda pazarcı-



PAZARCILARIN PROTESTO - İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

ettiler. İşportacıların pazarcıların- da "tergülat" satış yapmalarına, "tergülat" eylemiyle protesto-

EK_A4

1990'ın ilk üç ayında iller arası pahalılık şampiyonası

Istanbul yine birinci

Geçen üç ay içinde fiyatlar yaklaşık yüzde 15 arttı. Gıda mallarında en yüksek zam Bilecik'te gerçekleşti. Üç ayda yüzde 29 zamlı Bilecik pahalılık sıralamasında 60'lıktan 18'liğe yükseldi. Elazığ, Artvin, Sivas, Maraş, Antalya sıralamada yukarılara tırmandılar.

Bu yılın ilk üç ayı için yapılan sıralamada, en pahalı fiilenin 100 bin liraya dolduğu görüldü. En ucuz file ise 60 bin 757 liraya pathyor. Kuru soğan, pahalılaşıma yarışında birinciliği korudu; üç ayda yüzde 162 oranında arttı. İkinciliği ise patates aldı.

Ekonomi Servisi Yarı Haberleri Servisi — Türkiye'de en pahalı tencere yine İstanbul'da kayıyor. İstanbul'da yaşayan 4 kişilik bir aile, bir file gıda maddesini alıp pişirebilmek için 92 bin 923 lira harcıyor. Harcamanın 100 bin liraya dayandığı İstanbul'u, Zonguldak izlerken, en az harcama 60 bin 757 lira ile Kutahya ilinde gerçekleşiyor.

Cumhuriyet muhabirleri 1990'ın ilk üç ayı için 71 ilde fiyat taraması yaparak Türkiye'nin mutfak haritasını çıkardılar. Beslenme uzmanı Prof. Ayşe Baysal'ın "orta düzeyde, 2 çocuklu, ağır lete çalışmayan" bir aile için hazırladığı haftalık alışveriş listesine göre İstanbul, 1989'un son üç ayında olduğu gibi 1990'ın ilk üç ayında da yine en pahalı il oldu. Sıralamada ilk 10'a giren kentlerin daha ol. sanayi ve turizm. Kentleri olduğu dikkat çekiyor. İstanbul'u

85 bin 575 lirayla Zonguldak izlerken, 81 bin 387 lirayla Kocaeli, üçüncü sırada yer alıyor. Başkent Ankara'nın geçen üç ay önce sıralamadaki yerini koruduğu gözleniyor. Başkentte bir fiilenin maliyeti 77 bin 358 liraya varıyor.

3 ayda bir gıda mallarında yapılan belirleme, geçen 3 ay içinde fiyatların yaklaşık yüzde 15 arttığını ortaya koydu. Gıda mallarında ortalama en yüksek zam: Bilecik'te gerçekleşti. Bilecik'te gıda harcaması 3 ayda yüzde 29 artarak 56 bin 14 liradan, 72 bin 757 liraya çıktı. Ve Bilecik sıralamasında 60'ncilikten 18'nciliğe yükseldi. İstanbul'da gıda malları fiyatı yaklaşık yüzde 19 zamladı, geçen 3 ayın sonuncusu Hataş'da ise bir file yüzde 28 zamlı doldu. Ve böylece Hataş da sonunculuktan 50'nciliğe yükseldi.

Geçen 3 aylık sıralamada bir file en pahalı 77 bin 889 liraya dolarken, son yapılan belirleme bir

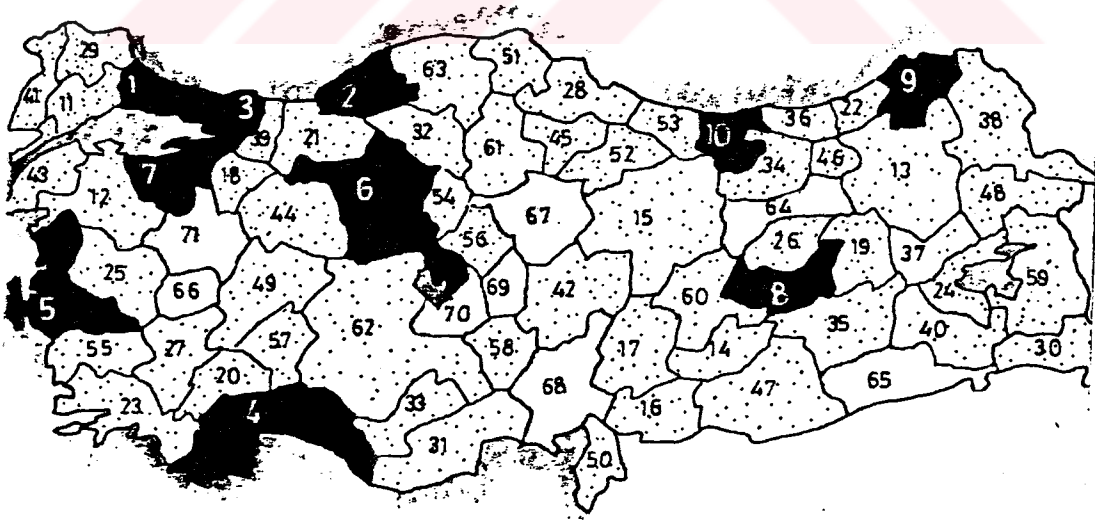
fileyi doldurma maliyetinin 100 bin liraya dayandığını ortaya koydu. En ucuz file ise 60 bin 757 liraya dolarken, 60 bin 757 liraya yükseldi.

Geçen 3 ay içinde birçok gıda maddesinin önemli oranlarda artışı gözleniyor. Örneğin 1989 yılına huzul giren ve hızını kesemeyen soğan geçen dönem de en pahalı olanlar listesinin başında yer aldı. Kuru soğan fiyatı geçen ocak ayında 700-1300 lira arasında değişirken, son belirlemeler soğanın 1500 liradan ucuza bulunmadığını gösteriyor. Hatta bazı illerde 1 kilo soğan fiyatı 3 bin liraya varıyor. Üç ay içinde pahalılık sıralamasında birçok yer değiştiren oldu. Bazı iller yularlara doğru urmanırken, bazılarında düşüş gözlemlendi. Geçen 3 ayın 21'ncisi Elazığ bu dönemde 8. sırada yerim alırken, Artvin 39'unculuktan 9'unculuğa, Sivas 54'uncülükten 15'nciliğe, K. Maraş da

47'ncilikten 17'nciliğe yükseldi. Turizm merkezi Antalya da 16 basamak atlayarak 20'ncilikten 4'üncülüğe çıktı. Geçen 3 ayın 4'üncüsü Gümüşhane 34'üncü sıraya düşerken S. Hakkâri de 30. sıraya yuvarlandı. Bu dönemin sonuncusu Kutahya ise ocak ayındaki sıralamada 61. basamakta bulunuyordu.

Prof. Ayşe Baysal'ın 4 kişilik bir ailenin mutfak alışverişi için hazırladığı file şu mallardan oluşuyor:

"1,5 kilo kuşbaşı dana eti, 20 adet yumurta, 1 kilo 250 gram yeşil mercimek, 7 litre süt, yarım kilo beyaz peynir, 3 kilo ispanak, 6 adet limon, 3 kilo patates, 1 kilo soğan, 4 kilo portakal, 5,6 kilo ekmek, 2 paket makarna, 1 kilo baldo pirinç, yarım kilo ayçiçek yağı, 250 gram margarin, 1 kilo toz şeker, yarım kilo salça, yarım paket tuz, bir küçük paket çay ve yüzde 10 pişirme payı."



Çıktık açık bütçeyle 10 yılda her pazardan

- On yıl önce yaptığımız gibi 24 Ocak kararları ile milletçe sükündük, sınırladık, dize ağıldık. Duvamız bollaştı, A'F kapesına dayandık. İhracatçılarımız yanı kazandı... Ama bunun bedelini bütçesi gittikçe açık veren vatandaşımız ödedi. Vatandaş için 24 Ocak bitmez tükenmez bir zaman sağaşağı oldu.

Sabotajcılarının yığıl-
mış olduğu bir yerde bir-
birini öldürüyorlar. Bu-
nunla birlikte, bu tür bir
suikastın yapılması, bu tür
suikastın yapılması
"Bu tür bir suikastın
yapılması, bu tür bir
suikastın yapılması"

Երկրպետը ընդ չվի կարճ
 երկուսից իր ժամերը քանակ
 դրուեալ, եւ շատով երեսուն
 հարանոց անցան իր ժեռ
 ետեւ չարագի, եւս ինչ ժեռ
 յարչի անուր զնա անի,
 եւս ինչ անուր ինչ արդարեւ
 ինչ ժեռն արդ յարչի, անի
 եւս ինչ ժեռն անիւն:

Բնաբանի հաւանանք 70
 եւս ի ի նախա անանանի-
 ցի, եւս հաւանք անի ի
 եւս անանի, արդ ինչ
 եւս անի, քանի ինչ
 անի անանանի անի
 ան չվի անանանի հաւ:

[illegible]

Iti yā sora
galeṁ pāṭhane

[illegible]

President Kennedy's Bay-
 rre, which President Kennedy
 had, was not the same as
 the one which Kennedy had

apilide. KTT hari ini menerima banyak undangan untuk menghadiri berbagai kegiatan keagamaan, sosial, dan budaya. KTT juga akan mengadakan berbagai kegiatan keagamaan, sosial, dan budaya.

[illegible]

5.1 ve yuvarak 5.9 iketi, 19

Arnak ilk yilni kucuk
1981 yilini kucuk yulduz
lar buldu. Qizilqanarlar ul
narak verilmeyen fagim
dolu buldu. Qizilqanarlar
ali

Atun începe dispu
sura parlatu

1962 de ymade 25.7
1963 de ymade 37.1'e
gashiyau 197. Tuhetia
yathia fashichia, dafu
wastak waz gashiyau hax
mashik yashukhi 197
1964 de ymade 49.7ye
mashik 1979'da yash

[illegible]

Abstract

Ama ilk yıl, katarların
denizi, arduvanın dalgası
buzakların dumanı da etki
aykırı aitti byulaların geri
letmiş olmasa; daha sonra
yıldızlar tary güncelini bu
ke lezzetli şarkıların her
birini gıcıklaştırmış yeri günün
de kışkırtıcı ağladı. Duvana
sıcak, duvara cıvıltıları
sıcak, taliviller, en mense
kızların gıcıklaştırmış gü
de. İkiyüz kırk altı
gram 31 bin liradan, me
randa. Çimninin Altın
210 bin lira dalgaydı

Arina altuna ne esku talap,
In de guvelli val.

24 Ülkemizde, ayrıca altmış yeriye çok yakın bir süre devrilecek. Karafaklar ise devrilecek diğer yerine değeri olarak 67 lira, karabulbul 52 lira ve Karafaklar arasında da devrilecek değeri 70 kuruş olacaktır. Ülkemiz içinde hep bulguryurtu, ama özellikle her Karafak devriyle birlikte her karafak arazi için rakı kullandıklarını ünlüleri vererek olduğu yukarıda yazıldı. Hayatın devrilecek her ünlüleri arasında da her devriyle, iki karafaklar arasında oldu. Bulguryurt devri değeri devri devriyle, karafaklar her yeri kazandı. Böylece Çankırı emlaklarının altmış beş değeri her arazi üzerine devrilecek.

24 Orak'ın ena bazarı
libaratı alanda gürur
da 1975'de 2 milyar 20
milyon dolar olan dış
tari sakarı 1981 yılında
milyar 171 milyona ulaş
tı. Makamları
uzun sayıp düşünceye ge
rirdi. Duvra Syalları
yukarıdaki ve büyük ve
vakti, bu arada o pay
mı düşünülmesi belki
düşünülmesi bu arada
mı düşünülmesi bu arada

Heckel Köper

24 Ocak'ta in akmamla ya
baradon: bari de vatam
qin gunluk dilim deqim
sevrek nigude wuk Aq
mudu. Eñlasyon, devalua
yon, kıyı bankacılığı, i
ne, lusa: seimel, deval
ek-şeykliği, emasyon: gik

Kırmıncı derse desin, 24 Ocak hepimizin
ulkuunu gürleyeli, dilimize yarı kavramlaştı
soktu. Dava, tahvil, bonsoy tenite. Köyü
doğru me hepimizle sarı. Ama bu
arada uluk ilek kazalar da yegredik.
Örneğin bu kezlere mülkiyetlerca para
kayıp uluk, bunlarda kızgınları
dörtük tenayutulduk.

[illegible]

YILLAR VE FİYATLAR

[illegible][illegible]

Unrelated

Bağışları, kuruma para
kaynakları dışında kalan
genel ve vatansever kesim
tarafından 24 Ocak'ta bağışları
akademi tarafından alınarak
başka birerşeye yitirilmez
24 Ocak bağışları vatansever
kültür adamı bağışları ve ge-
nel bağışları arasında. Üçer
ve tamamı vatansever kesim
Çağırışın en büyük de-

24 Ocak hepimizin
ilimimize yeni kavramlar
getirdi, borsaya tanıttı. Köprü
bizimle sarı. Ama bu
kavramlarla geçirdik
e miyalarla da para
kazanılmı
yük

DAK verilemeye gure olan
ret alımlarını 1979 maddesi
da 4 bin 300 lira oluyordu
daydı. İlim maddesinde ki
rahane yapıları 4 bin 300
liraya çıktı. Yeni halde
yüzde 32,5 artış oldu. Ama
güçlü oyle çalıştı ki u
retiler fiyatları yetmiş
tane geldi. Tıflet Hakkında

[illegible]

Chank'asi huanchuraw diya:
puy: alikai. 1976 amashu
urallama dachir amashu
ayli: 5 hin 138 litya 14
ayly huanchuraw: wita
lari: gashu lai yil huanchu
yachir 27.5 amashu achashu
1979 amashu 181 alai: 2
ch-ka 24 Chank'asi amashu
181 amashu 72.5 yr. 180
amashu ch yachir 43.5 g
fikiru.

[illegible]

EK_B2
SABİT PAZARLAR

İLÇELER	SEMT-MAHALLE ADI
FATİH	Ahmediye- Çukurbostan
BEŞİKTAŞ	Ortaköy Levent Merkez
BAKIRKÖY	Zeytinlik Kartaltepe Merkez
BEYOĞLU	Tophane Balık pazarı Kasımpaşa Kalaycibahçe Aynalıkavak
SARIYER	Merkez
ŞİŞLİ	Merkez Kurtuluş
ÜSKÜDAR	Fıstıkağacı Acıbadem Ünalan Merkez
PENDİK	TANSA-Merkez)
MALTEPE	Merkez Küçükyalı
KADIKÖY	Moda Feneryolu Fikirtepe Göstepe

İLÇELER	SEMT-MAHALLE
KADIKÖY	Hasanpaşa
	Erenköy
	Bostancı
	Sahrayı-Cedid
ÜMRANİYE	İstiklal
	Çakmak
	Merkez

EK_B1

İlçe	Semt sokak		Günler					
	adı	sayısı	Pzt.	Salı	Çrş.	Perş.	Cuma	Cmt. Pazar
KADIKÖY	çemenzar	2	x					
	bostancı	2			x			
	göstepe	2			x			
	erenköy	1				x		
	kadıköy			x				
ÜSKÜDAR	B.başı	2	x					
	ferah	1		x				
	selimiye	5			x			
	barbaros	1				x		
	merkez	1					x	
	ünalan	1						x
	örnek	1						x
	koşuyolu	1						x
ÜMRANIYE	dudullu	1						x
	kazımKrb.	1	x					
	Acısu	1		x				
	İhlamur	1			x			
	m.Kemal	1				x		
	çakmak	1				x		
	merkez	2					x	
	T.blok	1					x	
KARTAL	merkez	4						x
	soğanlık	3						x
	topselvi	2						x
	Esentepe	1	x					
	Yakacık	1						x
	küçükyalı	1				x		
	maltepe	1	x					
	t.yolu	2				x		
	cevizli	1		x				
MALTEPE	Gülen	1			x			
	gülsuyu	1						x
	esenkent	1					x	
	zümrütler	1				x		

ilçe	semt adı	sokak sayısı	Günler					
			pzt.	salı	çrş.	prş.	cuma	cmt. pz.
PENDİK	e.yalı	1	x					
	a.kaynarç	1		x				
	dolayoba	2			x			
	yayla	3				x		
	ü.kaynar	1					x	
	merkez	3						x
	tuzla	2						x
BEŞİKTAŞ	merkez	3						x
	akatlar	1				x		
	levent	1		x				
	dikilitaş	1		x				
	arnt.köy	1				x		
FATİH	k.gümrük	3	x					
	unkapanı	6	x					
	şehremini	13			x			
	a.saray	4			x			
	fatih	30				x		
	k.m.paşa	4					x	
	fındıkzade	8						x
	k.m.paşa	7						x
BEYOĞLU	hasköy	1	x					
	cihangir	6		x				
	k.bahçe	1			x			
	sütlüce	1				x		
	k.paşa	7					x	
	örnektepe	1						x
	y.şehir	1						x
BAKIRKÖY	b.evler	2	x					
	hastane	1		x				
	yeşilköy	1			x			
	merkez	2					x	
	kartaltep	1						x

ilçe	semt adı	sokak sayısı	Günler						
			pzt.	salı	çrş.	prş.	cuma	cmt.	pz.
K.ÇEKMECE	cennet	2	x						
	yeşilova	4		x					
	sefaköy	1			x				
	yeni mah.	1			x				
	kanarya	1				x			
	merkez	2					x		
	sefaköy	1					x		
	kumsal	1							x
	tatarlar	1							x
E.ÖNÜ	sultanah.	1			x				
	kumkapı	1				x			
ŞİSLİ	feriköy	1	x						
	o.meydanı	2		x					
	fulya	1			x				
	feriköy	5				x			
	h.e.adıvar	2							x
	kuştepe	2							x
	m.köy	2							x
SARIYER	istinye	1	x						
	r. paşa	1		x					
	merkez				x				
	büyükdere	1				x			
	çayırbaşı	1					x		
	hisarüstü	1						x	
	yeniköy	1							x

EK-C ANKET SORULARI

EK-C1 PAZAR ESNAFINA SORULAN SORULAR

- 1- Kaç yaşındasınız?
a) 20 b) 21-30 c) 31-40 d) 41-50 e) 50 yaş
- 2- Eski işiniz neredeydi?
a) İstanbul b) Marmara kıyı merkezi c) Marmara
kent merkezi d) diğer
- 3- Eski işiniz nedir?
a) Çiftçi-bagcı b) dükkan sahibi c) marjinal
sektör
d) emekli e) diğer
- 4- Kaç yıldır pazarcılık yapıyorsunuz?
a) 5 b) 6-10 yıl c) 11-16 yıl d) 16-20 yıl
e) 21-25 yıl d) 25 yıldan fazla
- 5- Finansınızı kim karşılıyor?
a) kendisi b) ailesi c) 1 ortağı var d) 2 or-
tağı var e) sermaye yok yövmiyeli
- 6- Ortağı olanların, ortaklık şekli nasıl?
a) taşıma aracı ile b) mala ortak c) sermaye
ile ortak
- 7- Malı nereden alıyorsunuz?
a) İstanbul'da halden b) İstanbul'da aracından
c) İstanbul dışı aracından d) İstanbul dışı tüc-
car e) diğer
- 8- Malı nasıl taşıyorsunuz?
a) Özel araba b) Kişisel kamyon c) kiralık kam-
yon d) kiralık kamyonet e) kira ortak kamyonet
f) kira ortak kamyon g) el çantası

EK-C2 PAZARA GELENLERE SORULAN SORULAR

- 1- Neden pazara geliyorsunuz?
a) ucuz b) mal taze c) mal daha bol d) gelmek kolay e) pazarlık imkanı var.
- 2- Pazara ne kadar uzaktan geliyorsunuz?
a) 10-15 dk. yürüyerek b) otobüsle c) tren d) özel araba e) diğer.
- 3- Malı nasıl taşıyorsunuz?
a) el ile b) Hamal ile c) Özel araba d) diğer
- 4- Pazara ne kadar sıklıkta geliyorsunuz?
a) Her hafta b) iki haftada bir c) ayda bir d) Belli bir düzen yok
- 5- Yiyecek dışında başka alış-veriş yapıyor musunuz?
a) Evet b) Hayır
- 6- Yiyecek dışında en çok ne tür alış-veriş yapıyorsunuz?
a) Züccaciye b) Giyim c) Mefruşat d) Elektronik e) Diğer
- 7- Pazar yerinde olmasını istediğiniz donatılar neler?
a) wc b) Düzgün yol c) otopark

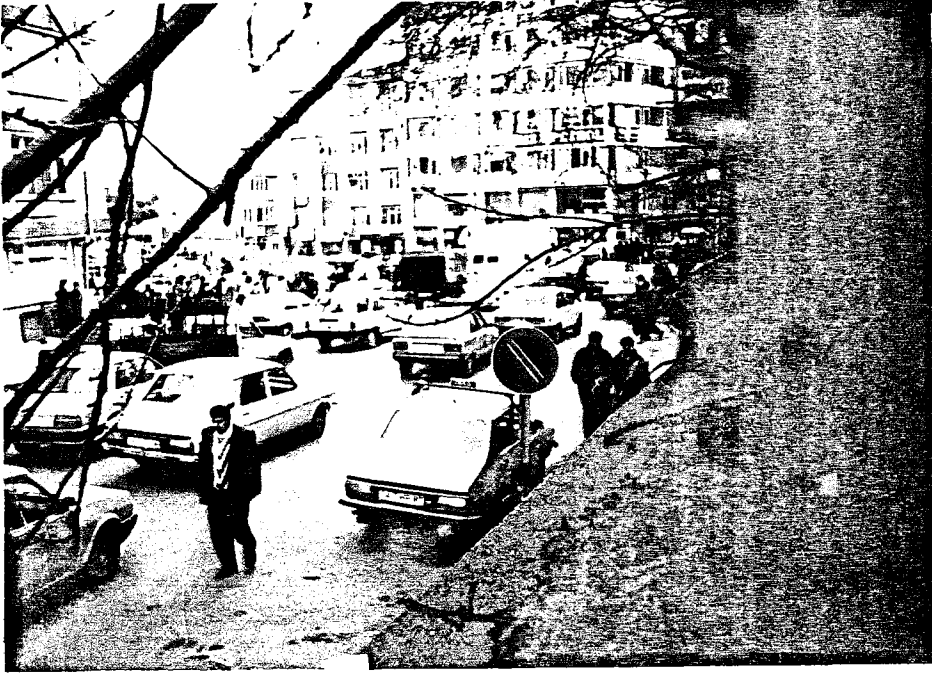
EK-C3 PAZAR YERİ YAKININDAKİ DÜKKAN SAHİPLERİNE
SORULAN SORULAR

- 1- Pazarı istiyormusunuz?
a) Evet b) Hayır
- 2- Pazarı isteme nedeniniz?
a) Giden-gelen artıyor b) rekabet oluyor
c) ortak çalışılıyor
- 3- Pazarı istememe nedeniniz?
a) Karı engelliyor b) Alış-verişi engelliyor
c) çevreyi kirletiyor



EK_D1

PAZAR YERLERİNDEN GÖRÜNTÜLER

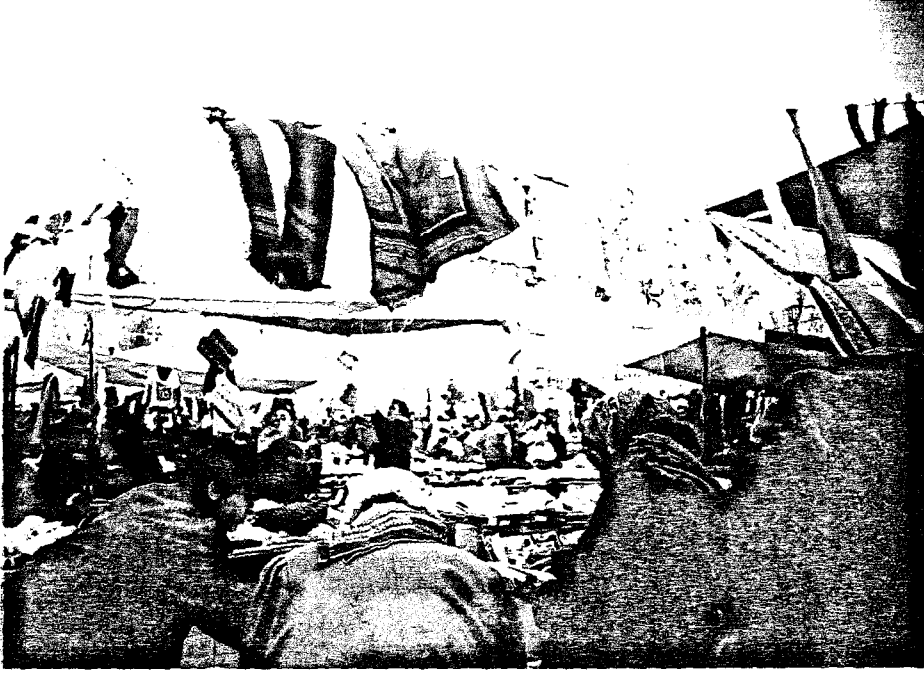


Kadıköy-Salı Pazarı Girişi

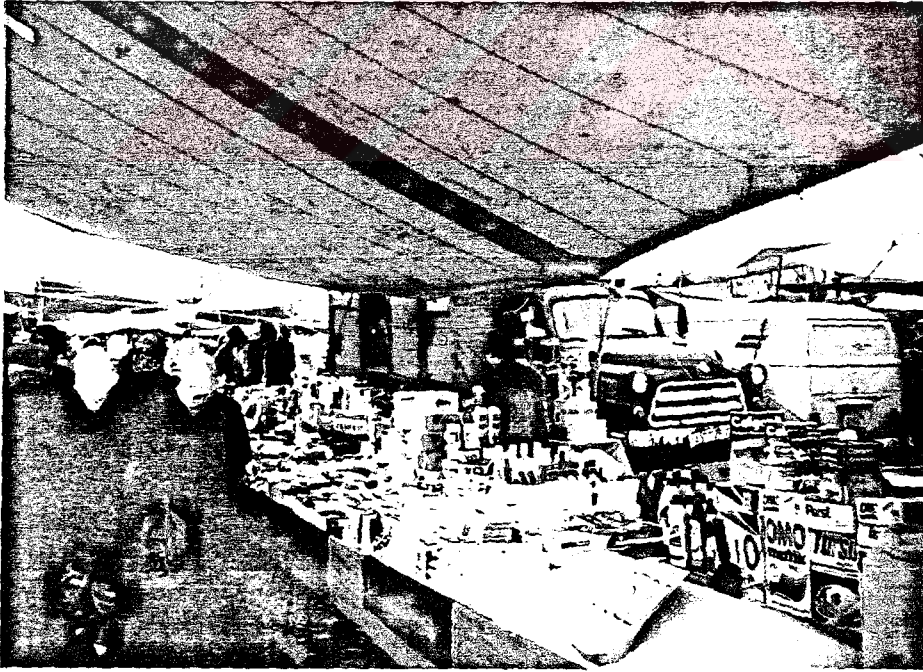


Kadıköy-Salı Pazarı

EK.D2

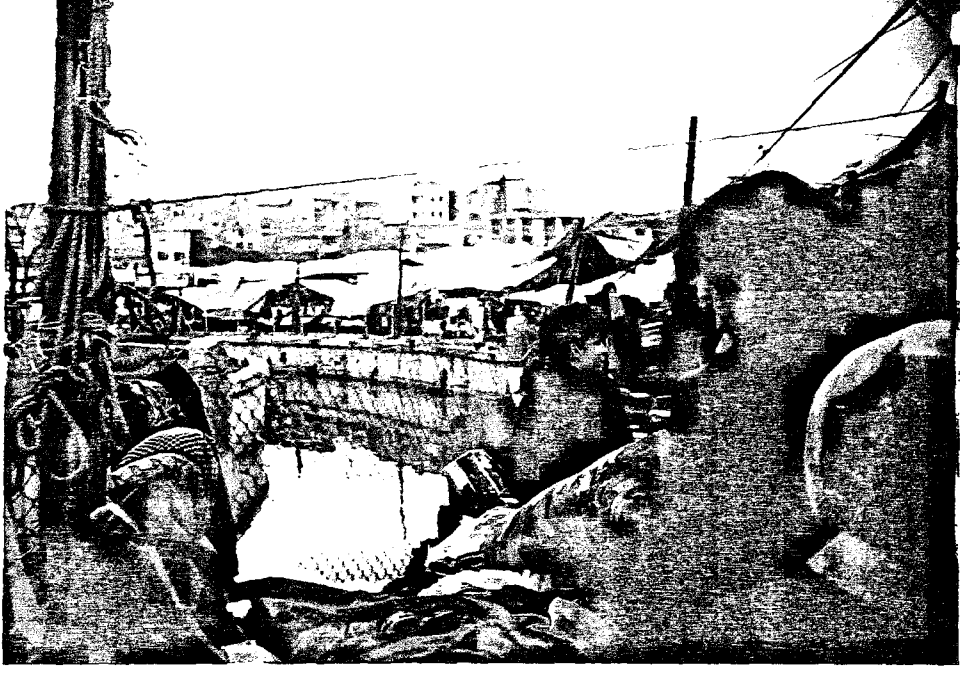


Fatih-Çarşamba Pazarı



Beşiktaş-Cumartesi Pazarı

EK_D3



Kadıköy-salı Pazarı



Fatih-Çarşamba Pazarı

EK_D4



Fatih-Çarşamba Pazarı



Fatih-Çarşamba Pazarı

KAYNAKLAR

- [1] KELEŞ, R. Türkiye'de Şehirleşme, Konut ve Gece-kondu. Gerçek Yayınları, 1985.
- [2] ÇETİNER, A. Şehircilik Çalışmalarında Donatım İlkeleri. (doçentlik Tezi)
İTÜ Matbaası, Gümüşsuyu-1972, s.109
- [3] MEYDAN LAROUSSE, Cilt 9, s.110
- [4] TÜRK DİL KURUMU Sözlüğü, s.843
- [5] EROĞLU, G. Kurtuluş Semt Pazarı Araştırması,
İTÜ-Mimarlık Fakültesi, Bitirme Tezi
1976, s.4
- [6] ÇETİNER, A. Şehircilik Çalışmalarında Donatım İlkeleri. (doçentlik Tezi)
İTÜ Matbaası, Gümüşsuyu-1972, s.110
- [7] KENT BİLİM Sözlüğü
- [8] OKYANUS Ansiklopedisi Sözlüğü
- [9] CEMALCILAR, İ. Pazarlama, Eskişehir İktisadi Ticari ilimler Akademisi Yayınları, s.90-95

- [10] OKYANUS ansiklopedisi Sözlüğü
- [11] EROĞLU, G. Kurtuluş Semt Pazarı Araştırması
İTÜ-Mimarlık Fakültesi, Bitirme Tezi
1976, s.2
- [12] CEZAR, M. Tipik Yapılarıyla, Osmanlı Şehirciliğinde Çarşı ve Klasik Dönem İmar Sistemi. Milli Eğitim Bakanlığı Basım Evi. İstanbul-1985
- [13] EROĞLU, G. Kurtuluş Semt Pazarı Araştırması
İTÜ-Mimarlık Fakültesi, Bitirme Tezi
1976, s.1
- [14] GÖÇER, O. Şehirlerde Ticaret Alanları
(Doçentlik Tezi) İTÜ Matbaası
Gümüşsuyu, 1984, s.61
- [15] ÇETİNER, A. Şehircilik Çalışmalarında Donatım İlkeleri. (doçentlik Tezi)
İTÜ Matbaası, Gümüşsuyu-1972, s.110
- [16] CEMALCILAR, İ. Pazarlama, Eskişehir İktisadi Ticari İlimler Akademisi Yayınları, s. 96
- [17] GÖKÇER, F. Belediyeler ve Toptancı Halleri
İller Ve Belediyeler Dergisi
Sayı-267

- [18] MUTLU, H. Tüketici Açısından İstanbul Yerleşiminde Hal ve Diğer Çözümler Üzerine Bir İnceleme. Y.Ü-1988
- [19] 1580 Sayılı Belediye Kanunu, Belediye Zabıta Yönetmeliği. S.105-107
- [20] TEKELİ, İ. Türkiye'de Belediyeciliğin Evrimi Türk İdareciler Derneği, Bilimsel Araştırma Dizisi 2
- [21] AKALIN, M. Belediyelerimiz ve Fiat Kontrol Yetkileri. İller ve Belediyeler Dergisi.

ÖZGEÇMİŞ

N. Hülya Berkmen 1965 yılında Mersin'de doğmuştur. 1982 yılında İstanbul Kadıköy Kız Lisesinden, 1987 yılında İstanbul Yıldız Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümünden üçüncülükle mezun olmuştur. Aynı yıl İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümünde yüksek Lisans programına başlamıştır.

Bu süre içinde Protaş A.Ş., Aşkın Şehir Planlama Bürosu ve Sentez Şehir Planlama A.Ş.'de şehir plancısı olarak çalışmıştır. Halen Sentez Şehir Planlama A.Ş.'de şehir plancısı olarak çalışmaktadır. İngilizce bilmektedir.