

**Atf İçin:** Can BA, 2021. COVID-19 Pandemisinin Semt Pazarıcıları Üzerindeki Sosyoekonomik Etkisi: Kocaeli İli Örneği, İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 11(2): 1540-1549.

**To Cite:** Can BA, 2021. Socioeconomic Impact of COVID-19 Pandemic on the Sellers in Street Markets: A Case Study of Kocaeli Province, Journal of the Institute of Science and Technology, 11(2): 1540-1549.

## COVID-19 Pandemisinin Semt Pazarıcıları Üzerindeki Sosyoekonomik Etkisi: Kocaeli İli Örneği

Bahar AYDIN CAN<sup>1\*</sup>

**ÖZET:** Semt pazarıcıları, tarım ürünlerinin tüketicilere ulaştırılmasında önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada, koronavirüs (COVID-19) pandemi sürecinin semt pazarıcıları üzerindeki sosyoekonomik etkisi araştırılmıştır. Çalışmada önce pazarıcıların sosyoekonomik özellikleri incelenmiş, daha sonra pandemi sürecinin ve uygulanan önlemlerin pazarıcılar üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Bu amaçla, Kocaeli'nin Kartepe ilçesinde en büyük pazar yeri olan salı pazarında kayıtlı 60 pazarıcı arasından tam sayım yöntemiyle görüşmeyi kabul eden 56 pazarıcıya anket uygulanmıştır. Araştırmada, pazarıcıların pandemi sürecinde etkilendikleri konuların demografik özellikler ile ilişkisi khi-kare ile test edilmiş ve varyans analizi yapılarak incelenmiştir. Pazarıcıların COVID-19 süreci hakkındaki düşünceleri ve uyguladıkları önlemler hakkındaki tutum ve görüşlerinin ortaya konulmasında beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, pazarıcıların %89.3'ünün COVID-19 pandemisinin pazardan sağladıkları gelirden düşüşe neden olduğunu ve %96.4'ünün de pazardaki tüketici sayısının azaldığını belirtmişlerdir. Bu süreçte pazarıcıların en fazla uyguladıkları önlemler arasında; ürünlerin poşetle sunulması, eldiven kullanmak ve maske takmak yer almaktadır. Çalışmada, pandemi sürecinde semt pazarıcılarının sorunları ile ilgili çözüm önerileri de sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19, pandemi, Kocaeli, semt pazarıcıları

### Socioeconomic Impact of COVID-19 Pandemic on the Sellers in Street Markets: A Case Study of Kocaeli Province

**ABSTRACT:** Sellers in street markets play an essential role in the supply of agricultural products to consumers. This study was conducted for the purpose of investigating the socioeconomic impact of the COVID-19 pandemic on sellers in street markets. In the study, first the socioeconomic characteristics of sellers in street markets were analyzed and then the impact of the pandemic and measures taken on sellers in street markets was demonstrated. For this purpose, a survey was conducted on 56 sellers who accepted to interview out of 60 sellers registered to the largest street market established every Tuesday in Kartepe district of Kocaeli province. In the research, a chi-square test and a variance analysis were carried out to test and analyze the relationship between the impacts of pandemic on street market sellers and their demographic characteristics. 5-point Likert scale was employed to demonstrate sellers' thoughts about the COVID-19 pandemic and their attitudes towards and opinions on the measures they took. According to the research results, 89.3% of the sellers stated the COVID-19 pandemic had caused a decrease in the income earned from the street market and 96.4% of them indicated the number of consumers in the street market had decreased. Besides, the measures taken most by the sellers were found to be offering the products in plastic bags and using gloves and masks. In the study, street market sellers' solution suggestions for their problems during the pandemic were presented as well.

**Keywords:** COVID-19, pandemic, Kocaeli, sellers in street markets

<sup>1</sup> Bahar AYDIN CAN ([Orcid ID: 0000-0003-1096-7875](https://orcid.org/0000-0003-1096-7875)), Kocaeli Üniversitesi, İzmit Meslek Yüksekokulu, Bitkisel ve Hayvansal Üretim Bölümü, Kocaeli, Türkiye

\*Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Bahar AYDIN CAN, e-mail: baharcan@kocaeli.edu.tr

## GİRİŞ

Semt pazarları, hemen hemen tüm dünyada gelişen teknolojiye rağmen, bulunduğu yerin kültürel özelliklerini yansıtarak günümüze kadar gelebilmiş mekanlardır. Geleneksel alışverişi tercih eden tüketiciler için vazgeçilmez yer olan semt pazarları, günlük yaşamda ailelerin haftalık taze sebze-meyve ihtiyaçlarının uygun fiyatlarla karşılanabildiği önemli yerlerdir. Semt pazarları alışverişte aynı zamanda tüketiciler tarafından süpermarketlere göre daha samimi olarak da görülmektedir (Sommer et al., 1981; Williams and Paddock, 2003). Bununla birlikte ekonomik açıdan daha uygun olması nedeniyle, özellikle dar gelirli kesimler için özellikle tercih edilmektedir (Ruzhank and Chintan, 2013).

Bilindiği üzere tarım sektörü sahip olduğu pek çok önemli fonksiyonları nedeniyle stratejik bir özellik arz etmektedir. Tarımın üstlendiği bu fonksiyonlar; beslenme, nüfus ve istihdam, milli gelir ve dışsattım, sanayiye hammadde temini ve üretim faktörlerinin transferi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Erbaş, 2020). Semt pazarları, tarım sektöründen tedarik ettiği ürünleri tüketiciye ulaştırarak insanların sağlıklı ve dengeli beslenmesinde önemli rol üstlenmektedir (Lopez Ridaura et al., 2019; Abdelhedi and Zourani, 2020; Kogo et al., 2020).

2019 Aralık ayında ilk olarak Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkan küresel koronavirüs (COVID-19) pandemisi hemen hemen tüm ülkeleri etkilemiştir. Pandemi süreciyle birlikte insan beslenmesinde büyük önem arz eden tarım ürünlerinin piyasaya zamanında arz edilmesi ve tüketiciyle buluşturulması, devletlerin öncelikli görevleri haline gelmiştir.

COVID-19 pandemi sürecinin, insanlarda uzun süreli evde vakit geçirme, sosyal mesafeye uyma gerekliliği ve oluşabilecek risklerden kaçınma amaçlı olarak, günlük yaşamdaki davranışlarda değişikliğe yol açmıştır (Çakıroğlu ve ark., 2020). Bu değişiklikler neticesinde dünyada ve Türkiye'de tüketicilerin çoğu beslenme gibi temel ihtiyaçlarını karşılamak üzere çevrimiçi alışverişi daha fazla tercih etmişlerdir (Danışmaz, 2020; He and Harris, 2020; Knotek et al., 2020).

Ülkemizde de pandeminin yaşandığı ilk dönemlerde insanlar marketlere yönelmiş, kuru baklagiller, makarna, bulgur, sebze ve meyve stoğu yapmışlardır. İlerleyen dönemlerde virüsün yayılmasıyla birlikte, tüketiciler kendilerini sağlık açısından koruyabilmek için internet üzerinden alışveriş yapmaya başlamışlardır. Bu durum semt pazarlarında alışverişlerin düşmesine neden olmuştur.

Yaşanan bu zorlu süreçte, ekonomik anlamda birçok sektör olumsuz yönde etkilenmiştir. Şehirlerin önemli alışveriş merkezi olan semt pazarlarında çalışan pazarcılar da COVID-19 pandemi döneminden en çok etkilenen kesimlerden biri olmuştur. Ticaret Bakanlığı'nın Hal Kayıt Sistemi 2019 Eylül ayı istatistik verilerine göre semt pazarcılığı esnaf ve sanayiciler arasında %28 ile en büyük paya sahiptir (Anonim, 2019a).

Semt pazarları kurulduğu bölgelerde uygun fiyatla taze sebze-meyve ürünlerini sunarak, tüketiciler için vazgeçilmez mekanlar olmaktadır. Şehirlerde kurulan semt pazarları, gerek yerel kalkınma gerek bölgesel kalkınma açısından önemli rol oynamaktadır (Can ve Ünal, 2016).

Semt pazarları ile ilgili yapılmış birçok çalışma bulunsa da, COVID-19 pandemi döneminin pazarcılar üzerindeki sosyoekonomik etkisini inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bugüne kadar farklı ülkelerde semt pazarları üzerine yapılmış bu araştırmalardan bazıları: Semt pazarlarının tarım ürünleri pazarlamasındaki yeri ve önemi (Bromley, 1976), ...bölgesel kalkınmadaki önemi (Schweizer, 1984), ...şehir planlamasındaki önemi, ...kültürel ve ekonomik etkisi (Khan and Alamtar, 1998; Ardhiansyah and Mahendarto, 2020; Jeong and Ban, 2020), ...işleyiş yapısı ve sorunları (Ehinmoyo and Ibitoye, 2010)'dır.

Türkiye'de de semt pazarları konusunda birçok araştırmanın yapıldığı, fakat semt pazarcılığı ile ilgili alan araştırmalarının sınırlı sayıda (Oğulata ve Akdemir, 1992; Gavcar ve ark., 2006; Koday ve

Çelikoğlu, 2011; Koçak ve Uygun, 2014; Can ve Ünal, 2018; Yüceer ve Demiryürek, 2020) olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte; semt pazarlarının kuruluş yeri bakımından önemi (Özgüç ve Mitchel, 2000; Tuncel, 2009; Berkman, 1991; Akbaş, 2019), semt pazarlarının şehirleşme üzerindeki etkisi ve katkısı (Güler, 2006; Çalışkan, 2007), semt pazarlarında alışveriş yapan tüketicilerin sosyoekonomik yapısı ve tercihleri (Tuncel, 2003; Evcil, 2014) konusunda yapılan çalışmalar da bulunmaktadır.

Bu çalışma, pandemi döneminde semt pazarıcılarının bu süreçte yaşadıkları durumun ortaya konulması, alınabilecek önlemlerin belirlenmesi ve pandemi sonrası süreçte de tarım sektörü için yol gösterici olması bakımından önem arz etmektedir.

Türkiye'nin Marmara Bölgesi'nde yer alan Kocaeli ili, km<sup>2</sup>'ye düşen 541 kişi ile İstanbul'dan sonra 2. en çok nüfus yoğunluğuna sahip olan ildir (Anonim, 2019b). Toplam nüfusu 1 953 035 olan Kocaeli ili, bir sanayi kenti olması nedeniyle oldukça fazla göç almaktadır. Bu husus, ilin nüfus yoğunluğunun fazla olmasında etkili olmaktadır.

Araştırma yöresi olarak Kocaeli ilinin seçilmesinde, bölgede COVID-19 pandemi sürecinden en fazla etkilenen bir yer olması etkili olmuştur.

Bu çalışmanın temel amacı, Kocaeli ilinde semt pazarıcılarının COVID-19 pandemi sürecinde etkilendikleri konuları ve uyguladıkları önlemleri belirleyerek, onların semt pazarlarında karşılaştıkları sorunlara yönelik çözüm önerileri sunmaktır.

## MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırmanın ana materyalini, Kocaeli ilinin Kartepe ilçesinde semt pazarcılığı yapan 56 pazarcıya uygulanan anketler yoluyla elde edilen veriler oluşturmuştur. Anket yoluyla elde edilen bu veriler, araştırmanın birincil verilerini oluşturmuştur.

Araştırmada Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Zabıta Dairesi Başkanlığı ve Kocaeli Seyyar Esnaf Pazarıcılar Odası'nın istatistikî kayıtları ile konuyla ilgili yapılmış tez, makale ve web'ten de önemli ölçüde yararlanılmıştır. Bunlar da araştırmanın ikincil verilerini oluşturmaktadır.

Araştırmada, Kartepe ilçesinde en büyük semt pazarcısına sahip olan "Salı Pazarı" gayeli olarak seçilmiş ve 56 pazarcıya anket uygulanmıştır. Örneklem yöntemi olarak tam sayım yöntemi uygulanmış ve tam sayım yöntemi ile belirlenen 60 pazarcıdan 56'sı ile görüşme yapılmıştır.

Anketler yapılırken, sosyal mesafe, maske ve hijyen kurallarına da dikkat edilmiştir. Pazarıcılar ile yapılan anketler 2020 yılının Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen verilerin analizinde SPSS 22.0 paket programı kullanılmıştır. Analizde, incelenen pazarıcıların sosyoekonomik özelliklerinin ortaya konulmasında ve karşılaştırılmalarında frekans dağılımı, ortalama ve yüzde hesaplarından yararlanılmıştır.

Verilerin analizinde öncelikte pazarıcıların demografik özellikleri ortaya konulmuş, daha sonra pazarıcıların COVID-19 pandemi sürecinde semt pazarları hakkındaki düşünceleri, etkilendikleri konular ve pandemi sürecinde çalışırken uyguladıkları önlemler ve bu konudaki görüşlerine yer verilmiştir.

Analizde, pazarıcıların COVID-19 sürecinde tutum ve görüşlerinin ortaya konulmasında beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeğinde, tutum ölçeğinde yer alan ifadeler 5'li bir ölçeğe göre değerlendirilmiştir. Tutum şiddeti değerlendirilirken 1'den 5'e doğru olumlu yönde artacak şekilde ölçeklendirilmiştir.

Analizde ayrıca, sayım ile elde edilen verilere ilişkin karşılaştırmalarda khi-kare testi uygulanmıştır. Sürekli değişkenler için ise, öncelikle Kolmogorov-Simironov testi ile normal dağılım testi uygulanmış, normal dağılım gösteren ve göstermeyen değişkenler saptanmıştır. Normal dağılım gösteren değişkenler için varyans analizi yapılmıştır (Özdamar, 2004).

## BULGULAR VE TARTIŞMA

### İncelenen Pazarcuların Sosyoekonomik Özellikleri

Araştırmada, öncelikle pazarcuların demografik özellikleri belirlenmiş olup Çizelge 1’de verilmiştir. Çizelge incelendiğinde, incelenen pazarcuların %67.9’unun erkek ve %37.1’nin ise kadın pazarcıdan oluştuğu görülmektedir. Pazarcılık mesleği çalışma şartları nedeniyle daha çok erkekler tarafından tercih edilmektedir. 46 yaş ve üzerinde olanlar %32.1 ile en yüksek payı oluştururken, 24-28 yaş arası pazarcular ise %16.1 ile en düşük payı oluşturmuştur. Pazarcuların yaş ortalaması 39.55’dir. İncelenen pazarcular eğitim durumlarına göre incelendiğinde ise, ortaöğretim mezunu olanlar %46.4 ile ilk sırada yer alırken, lise mezunu olanlar %28.5 ile ikinci sırada ve ilköğretim mezunu olanlar %14.3 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Pazarcular mesleki deneyim bakımından incelendiğinde ise, %32.1’inin 16 yıl ve üzeri, %28.6’sının 1-5 yıl, %23.2’sinin 6-10 yıl ve %16.1’nin ise 11-15 yıl arasında mesleki deneyimi olduğu görülmektedir. Kadın pazarcuların ortalama deneyim süresi 13.8 yıl ve erkek pazarcuların ortalama deneyim süresi 11.50 yıl bulunmuştur. Tüm pazarcuların ortalama deneyim süresi 12.27 yıl olarak hesaplanmıştır. Semt pazarcuları ikamet ettikleri konutların sahipliği bakımından incelendiğinde, %51.8’inin ikamet ettiği konutun sahibi olduğu belirlenmiştir. Samsun ilinde Koçak ve Uygun (2014)’un pazarcular üzerinde yapmış oldukları benzer çalışmada da bu oran %51.1 olarak bulunmuştur. İncelenen pazarcular medeni durumuna göre incelendiğinde de, %50’sinin bekar, %41.1’inin evli, %5.4’ünün eşinden ayrılmış ve %3.6’sının ise eşinin vefat etmiş olduğu belirlenmiştir. Pazarcular ailedeki birey sayısı incelendiğinde, ailedeki birey sayısı 3-4 kişi arası olanlar %51.8 ile ilk sırada yer alırken, ailedeki birey sayısı 5 kişi ve üzeri olanlar %33.9 ile ikinci sırada ve ailedeki birey sayısı 2 kişi ve altı olanlar % 14.3 ile üçüncü sırada yer almaktadır.

**Çizelge 1.** İncelenen pazarcuların demografik özellikleri

Demografik Yapı	n	%		n	%
Cinsiyet			Medeni Hal		
Kadın	18	32.1	Evli	23	41.0
Erkek	38	67.9	Bekar	28	50.0
Toplam	56	100.0	Eşi vefat etmiş	2	3.6
			Eşinden ayrılmış	3	5.4
Yaş			Toplam	56	100.0
24-28	9	16.1			
29-35	13	23.2	Ailedeki Birey Sayısı		
36-45	16	28.6	≤2	8	14.3
46+	18	32.1	3-4	29	51.8
Toplam	56	100.0	≥5	19	33.9
			Toplam	56	100.0
Eğitim					
Okuryazar	2	3.6	Deneyim		
İlköğretim	8	14.3	1-5 yıl	16	28.6
Ortaöğretim	26	46.4	6-10 yıl	13	23.2
Lise	16	28.5	11-15 yıl	9	16.1
Meslek Lisesi	3	5.4	16 yıl +	18	32.1
Üniversite	1	1.8	Toplam	56	100.0
Toplam	56	100.0			
Ev Mülkiyeti					
Mülk	29	51.8			
Kira	15	26.8			
Anne/Babadan	12	21.4			
Toplam	56	100.0			

Pazarcuların sosyal güvence durumu incelendiğinde, pazarcuların %48.2'sinin sosyal güvencesinin olmadığı, %37.5'inin Bağ-Kur'lu, %10.7'sinin SSK'lı ve %3.6'sının ise Emekli Sandığı'nda olduğu belirlenmiştir. Sosyal güvencesi olmayan pazarcular, gelecek ile ilgili endişe duyduklarını ifade etmektedir. İncelenen pazarcuların haftalık sağladıkları gelir düzeyi incelendiğinde, pazarcuların %26.8'inin 900 ₺ ve altı gelire, %41.1'inin 901 ₺-1200 ₺ arası gelire ve %32.1'nin 1201 ₺ ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir (Çizelge 2). Araştırmada, pazarcuların haftalık ortalama geliri 1200.46 ₺ olarak tespit edilmiştir. İncelenen pazarcuların haftada pazara çıktıkları gün sayısı incelendiğinde ise, haftada 3 gün pazara çıkanlar %41.1 ile ilk sırada yer alırken, haftada 4 gün pazara çıkanlar %33.9 ile ikinci sırada ve haftada 5 gün pazara çıkanlar %10.7 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Pazarcuların sattıkları ürünleri temin ettikleri yere gelince, pazarcuların %53.6'sının sattıkları ürünleri halden, %17.8'nin halden ve köylülerden, %12.5'nin köylülerden temin ettiği ve %16.1'nin de sattığı ürünü kendisinin yetiştirdiği belirlenmiştir. Yüceer ve Demiryürek (2020)'in Samsun'da semt pazarları üzerinde yapmış oldukları benzer çalışmada da pazarcuların %49'unun ürünlerini halden temin ettiği belirtilmiştir. Çalışmada, pazarcuların %87.5'inin ise asıl mesleğinin pazarcılık olduğu tespit edilmiştir.

**Çizelge 2.** İncelenen pazarculara yönelik ekonomik bilgiler

Ekonomik Durum	n	%		n	%
Sosyal Güvence			Haftalık Gelir Düzeyi		
SSK	6	10.7	≤ 900 ₺	15	26.8
Bağ-Kur	21	37.5	901 ₺ -1200 ₺	23	41.1
Emekli Sandığı	2	3.6	≥1201 ₺	18	32.1
Sosyal Güvence Yok	27	48.2	Toplam	56	100.0
Toplam	56	100.0			
Haftada Pazara Çıkılan Gün Sayısı			Ürünlerini Temin Etme Şekli		
1 gün	-	-	Halden	30	53.6
2 gün	4	7.1	Halden ve köylülerden	10	17.8
3 gün	23	41.1	Köylülerden	7	12.5
4 gün	19	33.9	Kendi yetiştiriyor	9	16.1
5 gün	6	10.7	Toplam	56	100.0
6 gün	2	3.6			
7 gün	2	3.6			
Toplam	56	100.0			

### İncelenen Pazarcuların COVID-19 Pandemisi Sürecinde Semt Pazarcılığı ile İlgili Düşünceleri

Araştırmanın bu bölümünde incelenen pazarcuların COVID-19 pandemi sürecinde semt pazarları ile ilgili tutum ve görüşleri değerlendirilmiş ve Çizelge 3'de verilmiştir. Pazarcuların pandemi sürecinde semt pazarları hakkında katıldıkları düşünceler ortalama puanlara göre sırasıyla; “ürünler poşetlenerek satılmalıdır” (4.86), “belediyeler tarafından pazarımızda gereken önlemler alınmaktadır” (4.82), “sebze fiyatlarında artışa neden olmuştur” (4.73), “meyve fiyatlarında artışa neden olmuştur” (4.64), “pazarıcı tezgahlarında mesafe kurallarına uyulmaktadır” (3.82), “pazarıcı arkadaşlarımız gereken hijyen kurallarına dikkat etmektedir” (3.77), “müşterilerde yaşlılar hijyen kurallarına daha çok dikkat etmektedir” (3.64), “müşteriler pazarda alışverişte hijyen kurallarına dikkat etmektedir” (3.61) ve “müşterilerde gençler hijyen kurallarına daha çok dikkat etmektedir” (3.25) olarak tespit edilmiştir.

İncelenen pazarcuların %80.3'üne göre, COVID-19 pandemi sürecinde pazara çıktıkları gün sayısında azalma olmaktadır. Pazarcuların COVID-19 pandemi sürecinde pazara çıktıkları gün sayısındaki azalma ile haftalık ortalama gelir arasında ilişki olup olmadığına yönelik yapılan normal

dağılım testinde, değişkenlerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir (Çizelge 4). Yapılan varyans analizinde pazarcuların haftalık sağladıkları ortalama gelire göre, pazara çıktıkları gün sayısındaki azalma arasındaki fark, istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ( $p=0.031<0.05$ ). Pazarcuların %96.4'ü pazara gelen müşteri sayısında azalma olduğunu düşünmektedir. Müşteri sayısının azalmasına bağlı olarak haftalık gelirlerinde düşüş olduğunu belirten pazarcular %89.3'lük oran oluşturmaktadır. Araştırmada, pandemi sürecinde pazarcuların haftalık gelirlerindeki düşüş oranı da araştırılmış ve bu oranın %27.02 olduğu belirlenmiştir.

**Çizelge 3.** İncelenen pazarcuların COVID-19 sürecinde semt pazarları hakkındaki düşünceleri

Düşünceler		Katılma Durumu*					Ortalama
		1	2	3	4	5	
Ürünler poşetlenerek satılmalıdır.	n	-	-	2	4	50	4.86
	%	-	-	3.6	7.1	89.3	
Belediye tarafından pazarımızda gereken önlemler alınmaktadır.	n	-	-	2	6	48	4.82
	%	-	-	3.6	10.7	85.7	
Sebze fiyatlarında artışa neden olmuştur.	n	-	-	2	11	43	4.73
	%	-	-	3.6	19.6	76.8	
Meyve fiyatlarında artışa neden olmuştur.	n	-	1	4	9	42	4.64
	%	-	1.8	7.1	16.1	75.0	
Pazarıcı tezgahlarında mesafe kurallarına uyulmaktadır.	n	1	12	7	12	24	3.82
	%	1.8	21.4	12.5	21.40	42.9	
Pazarıcı arkadaşlarımız gereken hijyen kurallarına dikkat etmektedir.	n	-	2	24	15	15	3.77
	%	-	3.6	42.9	26.8	26.8	
Müşterilerde yaşlılar hijyen kurallarına daha çok dikkat etmektedir.	n	-	7	20	15	14	3.64
	%	-	12.5	35.7	26.8	25.00	
Müşteriler pazarda alışverişte hijyen kurallarına dikkat etmektedir.	n	-	9	14	23	10	3.61
	%	-	16.1	25.0	41.1	17.9	
Müşterilerde gençler hijyen kurallarına daha çok dikkat etmektedir.	n	1	13	21	13	8	3.25
	%	1.8	23.2	37.5	23.2	14.3	

\*1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Fikrim yok, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum

**Çizelge 4.** İncelenen pazarcuların COVID-19 pandemi sürecinde pazara çıktıkları gün sayısındaki azalma ile haftalık ortalama gelir arasındaki ilişki

Ortalama Gelir	Pazara Çıktıkları Gün Sayısında Azalma Olup-Olmama Durumu						F Değeri	p Değeri*
	Evet			Hayır				
	N <sub>1</sub>	X	Sd	N <sub>2</sub>	X	Sd		
	45	1129.33	274.288	11	1490.91	509.322	2.053	0.031

\* istatistiksel anlamlı ( $p<0.05$ )

Pazarcuların COVID-19 pandemi sürecinde etkilendikleri durumları ve uyguladıkları bazı önlemler ile onların demografik özellikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için khi-kare analizi yapılmış ve test sonuçları ise Çizelge 5'te verilmiştir. Buna göre, pazarcuların müşteri sayısında azalma olması ile cinsiyet arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p=0.036<0.05$ ). Pazarcuların medeni hali ile pazara giden müşterilerin yaşında etkili olma arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p=0.000<0.01$ ). Pazarcuların maske kullanması ile yaş arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır ( $p=0.069>0.05$ ). Analiz sonuçlarına göre, pazarcuların eğitim düzeyi ile pazarda çalışırken sık sık el yıkama arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p=0.022<0.05$ ). Pazarcuların sosyal mesafeye dikkat etmesi ile cinsiyet arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p=0.043<0.05$ ). Ayrıca sosyal mesafe kurallarına kadınların, erkeklerden daha fazla dikkat ettikleri belirlenmiştir. Yaz aylarında tarım ürünleri üretiminde azalma olacağını düşünme ile pazarcuların gelir düzeyi arasındaki ilişki anlamlı bulunmamıştır ( $p=0.273>0.05$ ). Pazarcuların gelir düzeyi ile devletin pazarculara destek olması arasındaki ilişki de anlamlı bulunmuştur ( $p=0.005<0.01$ ).

**Çizelge 5.** Ki-Kare testlerine ilişkin sonuçlar

Değişkenler	$\chi^2$	SD	p
Müşteri sayısında azalma-cinsiyet ilişkisi	4.379	1	0.036*
Müşterilerin yaşında etkili olma-medeni hal ilişkisi	27.491	3	0.000**
Pazarcuların maske kullanması-yaş ilişkisi	19.901	12	0.069
Pazarcuların sık sık el yıkaması-eğitim ilişkisi	34.700	20	0.022*
Pazarcuların sosyal mesafeye dikkati-cinsiyet ilişkisi	9.918	4	0.043*
Yaz aylarında tarım ürünleri üretiminde azalma olması-gelir ilişkisi	2.597	2	0.273
Devletin pazarculara destek olması-gelir düzeyi ilişkisi	10.683	2	0.005**

\* istatistiksel anlamlı( p<0.05), \*\*istatistiksel anlamlı (p<0.01)

İncelenen pazarcuların %87.5'i devlet desteğini istediklerini, %12.5'i ise istemediklerini belirtmişlerdir. Devlet desteğini istemeyenlerin %85.7'sini 1201 ₺ ve üzeri haftalık gelir düzeyine sahip olanlar oluşturmaktadır (Çizelge 6). Devlet desteğini istemeyenler arasında, haftalık 900 ₺ ve altında gelir elde eden semt pazarcusı bulunmamaktadır.

**Çizelge 6.** İncelenen pazarcuların gelir düzeylerine göre devlet desteğini isteme durumu

Gelir Düzeyi	Pazarcuların Devlet Desteğini İsteme Durumu					
	Evet		Hayır		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
<900 ₺	15	100.0	-	-	15	100.0
901 ₺ -1200 ₺	22	95.7	1	4.3	23	100.0
1201 ₺ ve üzeri	12	66.7	6	33.3	18	100.0
Toplam	49	87.5	7	12.5	56	100.0

**Çizelge 7.** İncelenen pazarcuların COVID-19 ile ilgili önlemlere uyma durumu

Önlemler		Katılma Durumu*					Ortalama
		1	2	3	4	5	
Ürünleri poşetli olarak sunma	n	-	3	3	14	36	4.48
	%	-	5.4	5.4	25.0	64.3	
Eldiven kullanma	n	2	-	1	22	31	4.43
	%	3.6	-	1.8	39.3	55.4	
Maske kullanma	n	1	2	15	9	29	4.13
	%	1.8	3.6	26.8	16.1	51.8	
Paraya dokunmama	n	2	6	9	15	24	3.95
	%	3.6	10.7	16.1	26.8	42.9	
Sosyal mesafeye dikkat etme	n	4	9	11	12	20	3.63
	%	7.1	16.1	19.6	21.4	35.7	
Sık sık el yıkama	n	7	20	7	6	16	3.07
	%	12.5	35.7	12.5	10.7	28.6	
Dezenfektan kullanma	n	10	18	8	7	13	2.91
	%	17.9	32.1	14.3	12.5	23.2	
Kolonya kullanma	n	11	23	4	6	12	2.73
	%	19.6	41.1	7.1	10.7	21.4	

\*1: Hiçbir zaman, 2: Nadiren, 3: Bazen, 4: Sıklıkla, 5: Her zaman

**İncelenen Pazarcuların COVID-19 Pandemi Sürecinde Uyguladıkları Yöntemler**

COVID-19 pandemi sürecinde tüm çalışanlar gibi pazarcuların da dikkate almaları gereken birçok önem bulunmaktadır. Semt pazarlarının COVID-19 ile ilgili önlemlere uyma durumu ile ilgili belirtilen düşüncelere karşı tutum ve görüşleri Çizelge 7'de verilmiştir. Buna göre, pazarcuların uyguladıkları yöntemler puanlama sırasına göre; ürünleri poşetle sunma (4.48), eldiven kullanma (4.43), maske kullanma (4.13), paraya dokunmama (3.95), sosyal mesafeye dikkat etme (3.63), sık sık el yıkama (3.07),

dezenfektan kullanma (2.91) ve kolonya kullanma (2.73) olarak tespit edilmiştir. Tüketicilerin ürünlere dokunması sağlık açısından sakıncalı olduğu için, “ürünleri poşetle sunma”, pazarcılarının en fazla uyguladıkları önlem olmaktadır.

## SONUÇ

Kocaeli ili, nüfus yoğunluğu yüksek olan illerden biridir. Pandemi sürecinde vaka sayılarının artışında bu durumun büyük etkisi olmuştur.

Pandemi sürecinde taze sebze-meyve tüketimi, virüse karşı bağışıklık sisteminin güçlendirilmesi ve sağlıklı beslenme açısından daha fazla önem taşımaktadır. İşte, semt pazarları pandemi sürecinde de insanların uygun fiyatla taze sebze-meyve ihtiyacının karşılanmasında önemli rol oynamıştır. Toplum kültüründe önemli yeri olan semt pazarlarının pandemi sonrası süreçte il yerel yönetimleri tarafından yeniden incelenmesi gerekmektedir. İlerleyen dönemlerde şehir bölge ve planlamasına uygun, modern şekilde inşa edilecek semt pazarları ile toplum sağlığı ve güvenliği daha uygun hale gelebilecektir.

Araştırmada, pandemi döneminde semt pazarlarına gelen müşteri sayısında azalma olduğu belirlenmiş ve bu azalışın pazarcılarının gelirinin düşmesinde önemli etken olduğu görülmüştür. Pazarcılar pazara gelen tüketicilerin yaşında pandeminin etkili olduğunu, pandemi öncesine göre pazarcılar, genç müşterilerin pazara daha fazla geldiklerini belirtmişlerdir.

Pandemi sürecinde pazarcılarının en fazla hassasiyet gösterdikleri konu, ürünleri poşetli olarak sunmaları olmuştur. Maske ve eldiven kullanma konusunda da dikkatli oldukları görülmektedir. Bu konuda belediyenin pazarlarda yapmış olduğu denetimlerin büyük etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu tedbir ve denetimler sayesinde müşterilerin de daha güvenli bir şekilde alışveriş yapması sağlanmaktadır.

Araştırmada, COVID-19 pandemi sürecinde pazarcılarını en fazla etkileyeni konunun, haftalık gelir miktarındaki düşüşün olduğu belirlenmiştir. COVID-19 ile mücadelede, semt pazarcılarına yönelik uygulamalı eğitimler ile onlara sağlanacak sosyal güvence imkanları ve pazar yerlerinin daha hijyenik hale getirilmesi gibi önlemler sayesinde, bu sürecin daha az kayıpla atlatılabileceği düşünülmektedir.

## Çıkar Çatışması

Makaleye ait çalışmanın planlanması, yürütülmesi ve makalenin yazılması aşamalarında herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederim.

## Yazar Katkısı

Makalenin planlanması, yürütülmesi ve yazılması makale tek yazarı olarak tarafımda yapıldığı beyan ederim.

## KAYNAKLAR

- Abdelhedi IT, Zouari SZ, 2020. Agriculture and Food Security in North Africa: A Theoretical and Empirical Approach. *Journal of the Knowledge Economy*, 11: 193-210.
- Akbaş F, 2019. Anadolu'daki Semt Pazarlarına Bir Örnek: Salihli (Manisa) Semt Pazarları. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1):17-30.
- Anonim, 2019a. Hal Kayıt Sistemi Bildirimci İstatistikleri, <http://www.hal.gov.tr/Sayfalar/Bildirimci-istatistikleri.aspx> (Erişim Tarihi: 01.08.2019).
- Anonim, 2019b. Türkiye İstatistik Kurumu, İl ve İlçelere Göre Nüfus ve Nüfus Yoğunluğu İstatistikleri (Erişim Tarihi: 01.08.2019).
- Ardhiansyah NN, Mahendarto T, 2020. Revitalizing and Reimagining the Indonesian Traditional Market (Case Study: Salaman Traditional Market Indonesia). *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science* No: 436, p.1-7, Berkeley-USA
- Berkman H, 1991. İstanbul'da Semt Pazarları Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmış).



- Bromley R, 1976. Periodic Markets and Rural Development Policy. *Ekistics*, 248: 49-61.
- Can Aydın B, Ünal M, 2016. Semt Pazarıcıları ve Pazarlama Yapıları: Kocaeli İli Merkez İlçe Örneği. XII. Tarım Ekonomisi Kongresi, 25-27 Mayıs 2016, Isparta.
- Çakıroğlu KI, Pirtini S, Çengel Ö, 2020. COVID-19 Sürecinde ve Post-Pandemi Döneminde Yaşam Tarzı Açısından Tüketici Davranışlarının Değişen Eğilimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı*, 19 (37): 81-103.
- Çalışkan V, 2007. Kentsel Mekan Kullanımındaki Farklılıklar Üzerine Bir Yaklaşım: Bursa ve Çanakkale'nin Periyodik (Haftalık) Pazarlarından Örnekler. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12 (18): 49-78.
- Danışmaz AT, 2020. Covid-19 Salgının Tüketicilerin Online Alışveriş Tercihine Etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 9 (2): 83-90.
- Ehinmoyo AA, Ibitoye AO, 2010. Periodic Market, a Common Marketing Feature in Akoko Southwest. *Journal of Geography and Regional Planning*, 3 (12): 361-364.
- Erbaş N, 2020. Yozgat İli Tarım İşletmelerinde Kışlık Buğday (*Triticum aestivum* L.) Üretiminin Maliyet Analizi. *İğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10(2): 1318-132
- Evcil NA, 2014. İstanbul'un Anadolu Yakasındaki Pazarlar. *Yapı*, 119: 53-58.
- Gavcar E, Uçma T, Köroğlu Ç, 2006. Seyyar Pazar Esnafının Sorunları ve Çözüm Önerileri (Muğla İli Örneği). *İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9): 133-142.
- Güler EG, 2006. Kentsel Kamusal (Dış) Mekanlar Sistemi İçinde Sosyal Bir Mekan Olarak Açık Pazar Yerlerinin Rolü ve Kent Kimliğine Etkisi: İzmir ve Londra Kent Merkezi Örnekleri, *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmış)*.
- He H, Harris L, 2020. The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 116: 176-182.
- Jeong SK, Ban YU, 2020. Spatial Configurations for The Revitalization of a Traditional Market: The Case of Yukgeori Market in Cheongju, South Korea. *Sustainability*, 12(7): 1-17.
- Khan N, Alamtar A, 1998. Periodic Markets and Rural Transformation in Gonda District, Uttar Pradesh, India. *Focus*, 45(1): 34.
- Knotek ES, Schoenle R, Dietrich A, Kuester K, Müller G, Myrseth KOR, Weber M, 2020. Consumer and COVID-19: A Real- Time Survey. *Economic Commentary*, 8: 1-6.
- Koçak O, Uygun E, 2014. Göçün Tarım Sektöründe Faaliyet Gösteren Pazar Çalışanlarına Etkisi ve Yalova Örneği. *Emek ve Toplum*, 3 (5): 192-213.
- Koday S, Çelikoğlu Ş, 2011. Geleneksel Alışveriş Mekanlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2): 243-262.
- Kogo BK, Kumar L, Koech R, 2020. Climate Change and Variability in Kenya: A Review of Impacts on Agriculture and Food Security Environment. *Development and Sustainability*, <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10668-020-00589-1.pdf> (Erişim Tarihi: 13.07.2020).
- Lopez-Ridaura S, Barba-Escoto L, Reyna C, Hellin J, Gerard B, Van Wijk M, 2019. Food Security and Agriculture in The Western Highland of Guatemala. *Food Security*, 11: 817-833.
- Oğulata F, Akdemir Ş, 1992. Adana İli Seyhan İlçesi Yeni Baraj Mahallesi Semt Pazarı Satıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 6(2): 51-61.
- Özdamar K, 2004. Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi-1, Kaan Kitabevi, 649s.,Erzurum.
- Özgüç N, Mitchell W, 2000. Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekanları: İstanbul'da Haftalık Pazarlar. *Tasarım+Kuram*, 1(2): 35-58.
- Ruzhank M, Chintan G, 2013. Design for Natural Markets: Accomodating The Informal. *Built Environment*, 39(2): 277-296.
- Schweizer G, 1984. Traditional Distribution Systems Under the Influence of Recent Development Processes: Periodic Markets in the Yemen Arab Republic as an Example. *Applied Geography and Development*, 24: 24

- Sommer R, Herrick J, Sommer T, 1981. The Behavioral Ecology of Supermarkets and Farmers' Markets. *Journal of Environmental Psychology*, 1(1): 13-19.
- Tunçel H, 2003. Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elazığ Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1): 49-70.
- Tunçel H, 2009. Geleneksel Ticaret Mekanı Olarak Türkiye'de Haftalık Pazarlar. *Journal of New World Science Academy*, 4 (2): 35-52.
- Yüceer SE, Demiryürek K, 2020. Kırsal Kadının Semt Pazarlarındaki Girişimciliğini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Samsun İli Örneği. *Türk Tarım- Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8 (2): 301-307.
- Williams CC, Paddock C, 2003. The Meaning Of Alternative Consumption Practices. *Cities*, 20(5): 311-319.