

Bu makaleye atıfta bulunmak için/Tocitethisarticle:

AKBAŞ, F. ATIŞ, E. KODAY, S.(2021). Semt Pazarlarının Coğrafi Mekân Üzerindeki Etkilerine Bir Örnek: Akhisar (Manisa) Semt Pazarları. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25 (1) , 363-375.

## Semt Pazarlarının Coğrafi Mekân Üzerindeki Etkilerine Bir Örnek: Akhisar (Manisa) Semt Pazarları<sup>(\*)</sup>

Ferdi AKBAŞ<sup>(\*\*)</sup>

Evren ATIŞ<sup>(\*\*\*)</sup>

Saliha KODAY<sup>(\*\*\*\*)</sup>

**Öz:** Bu çalışma ile coğrafi mekân üzerinde sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri olan semt pazarları Akhisar (Manisa) ilçesi özelinde ele alınmıştır. Araştırma sahasını oluşturan Akhisar ilçesinde semt pazarları (periyodik pazar) ilçedeki iş alanlarının yakın çevresinde ve özellikle de ulaşılabilirlik açısından en elverişli mevkiinde yer almaktadır. Semt pazarları buldukları yerleşim birimlerini sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan etkilemektedir. Akhisar'daki pazarlarda da bu etkiyi açık bir şekilde görmek mümkündür. Bu çalışmada semt pazarlarının ilçe üzerindeki etkileri hem sahada yapılan anket, mülakatlar ve arazi gözlemleri hem de bugüne kadar bu konu ile yapılmış çalışmalardan faydalanılarak detaylı bir şekilde değerlendirilmiştir. Yapılan anket ve mülakatlar Akhisar semt pazarlarında alışveriş yapan nüfus kitlesinin sosyo-ekonomik yapıları ve pazarları tercih etme nedenlerini ortaya çıkarmıştır. Elde edilen sonuçlar haftalık pazarların daha çok dar gelirli ve yoksul tüketicilere hizmet verdiği gerçeğini göstermektedir. Çalışma neticesinde elde edilen bulguların göz önünde alınmasıyla semt pazarları ile ilgili birtakım önerilerde bulunulmuştur.


**Anahtar Kelimeler:** Semt Pazarları, Coğrafi Mekân, Akhisar, Haftalık Pazar.


### An Example of the Effects of District Markets on Geographical Location: Akhisar (Manisa) District Markets


**Abstract:** In this study, the district markets which have socio-economic and socio-cultural effects on the geographical location are handled in Akhisar (Manisa) district. The district markets (periodical market) in the Akhisar district, which constitutes the research area, are located in the immediate vicinity of the business districts in the district, and in particular the most convenient location in terms of accessibility. The neighborhood markets affect their settlements in socio-economic and socio-cultural terms. It is possible to see this effect clearly in the markets in Akhisar. In this study, the effects of neighborhood markets on the district were evaluated in detail by using surveys, interviews and field observations conducted in the field as well as studies conducted to date. The surveys and interviews revealed the socio-economic structures of the population who shop in Akhisar district markets and their reasons for choosing markets. The results show that weekly markets serve mostly low-income and poor consumers. Considering the findings of the study, some suggestions were made about the neighborhood markets.

<sup>\*</sup>Bu çalışma 2018 yılındatamamlanan “Akhisar (Manisa) Semt Pazarları”adlı araştırmanın sonuçlarından hazırlanmıştır.

<sup>\*\*</sup>Dr.Öğr. Üyesi Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Kadirli Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi Coğrafya Bölümü (e-posta:ferdi.akbas45@gmail.com)  ORCID ID:https://orcid.org/0000-0003-1899-1458

<sup>\*\*\*</sup>Dr.Öğr. Üyesi Kastamonu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü (e-posta: evrencografya@gmail.com)  ORCID ID:https://orcid.org/0000-0002-5886-3169

<sup>\*\*\*\*</sup>Prof.Dr.,Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü (e-posta: skoday@atauni.edu.tr)  ORCID ID:https://orcid.org/0000-0003-2515-4287

Bu makale araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmıştır  iThenticate for Authors & Researchers intihal incelemesinden geçirilmiştir.

**Keywords:** District Markets, Geographical Location, Akhisar, Weekly Market.

**Makale Geliş Tarihi:** 25.02.2021

**Makale Kabul Tarihi:** 28.03.2021

## I.Giriş

Semt pazarları ya da diğer bir ifade ile periyodik pazarlar kuruldukları günden bu yana üreticiler ile tüketicileri bir araya getiren ve onlar arasında bağ kuran alanlardır. Kırsal yerleşim birimlerinin büyük bir bölümünde pazarlar genellikle haftada bir kurulurken, bazı yerleşmelerde ise mevsimlik ya da yıllık periyotlarla kurulmaktadır. Büyük şehir olarak tabir edilen coğrafi mekanlarda ikamet edenler ihtiyaçlarının bir bölümünü yakın çevrelerinde yer alan bakkal, manav, manifaturacı, market ya da alışveriş merkezlerinden karşılarken haftada bir, iki ya da üç gün boyunca yerleşim biriminin muhtelif yerlerinde kurulan semt pazarlarından da karşılamaktadır. Periyodik pazarlar tüm dünyada tarihi süreçler boyunca hem önemini korumuş hem de değişerek ve gelişerek ekonomik ve sosyal hayattaki varlıklarını sürdürmüşlerdir. Günümüz itibarıyla günlük yaşamın vazgeçilmez ve yadsınamaz bir parçası olan haftalık pazarlar, çoğunlukla ailelerin ve bireylerin yiyecek, içecek, giyim-kuşam, ayakkabı, züccaciye ve oyuncak gibi gereksinimlerini bütçeleri ölçüsünde karşılayabildikleri belirli gün ve yerlerde kurulan alışveriş organizasyonlarıdır (Tunçel, 2003; Çalışkan, 2007).

“Ülkemizde günümüze kadar semt pazarları ve onların zaman-mekan organizasyonları ile ilgili olarak yapılmış olan çalışma sayısı oldukça azdır. Pazarları konu edinen çalışmaların en önemlilerini 1959’da Trak, 1961’de Tümerterkin, 1976’da Oettinger, 1976’da Gaube vd., 1983’de Fisher ile Beaujeu, Garnier ve Delobez, 1987’de Mazlum, 1992’de Oğulata ve Akdemir, 2000’de Özgüç ve Mitchell, 2003, 2006 ve 2009 yıllarında Tunçel tarafından çalışmalar oluşturmaktadır” (Tunçel, 2003; Trak, 1959). Söz konusu çalışmalarda pazarları coğrafyanın bakış açısıyla değerlendiren çalışmalar, Tunçel, Koday ile Çelikoğlu ve Özgüç ile Mitchell tarafından yapılanlardır. Bu çalışmada ise 2018 yılında nüfusu 170 binin üzerine çıkmış olan Akhisar’ın (Manisa) periyodik pazarları ele alınarak, ilçedeki haftalık pazarların kuruldukları coğrafi mekan üzerindeki etkileri coğrafi bakış açısıyla analiz edilmiştir.

## II. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Semt pazarlarının incelenmesi birçok yönden önem arz etmektedir. İlk olarak pazar içerisindeki aktif kitleyi oluşturan üretici, tüketici ve satıcılar arasındaki bağın kurulması, ikinci olarak pazarın çevresindeki işyerleri, son olarak da yerel halk ile yerel yönetimler açısından pazaryerleri önem taşımaktadır. Bu çalışmanın amacını Akhisar ilçesindeki semt pazarlarının sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin coğrafi bakış açısıyla analiz edilmesi, pazarların mevcut potansiyelleri ile mekânsal dağılımlarının ortaya çıkarılması oluşturmaktadır. Zaman-mekan ilişkileri kapsamında ele alınan ve periyodik pazarlarla ilgili olan bu çalışmayla bir yandan üretici, tüketici ve satıcıların pazar alanlarından yararlanma şekilleri aydınlatılacak, diğer taraftan ise yerel yönetim birimlerinin pazarlara olan hizmetleri analiz edilecektir.

Bu çalışmada Akhisar ilçesinde haftanın belirli günlerinde kurulan semt pazarlarının mekan üzerindeki dağılımları ortaya çıkarılarak pazarların şehrin hem sosyo-ekonomik yapısına hem de şehrin çehresi üzerindeki etkileri tespit edilmiştir. Pazar yerlerinde ve ilçe genelinde yapılan anket ve mülakatlarla tüketicilerin sosyo-ekonomik yapıları ile alışveriş biçimleri, zamanları ve türleri ile bunlar üzerinde etkisi bulunan faktörler tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak tüketicilerin yanında pazar içinde aktif olan üretici ve satıcıların pazar yerleri ve insanlar hakkındaki beyan ettikleri istekleri belirlenerek geleneksel alışveriş merkezlerini temsil eden bu organizasyonun temel problemleri ortaya çıkarılmıştır.

### III. Materyal ve Metot

Bu çalışmaya dayanak oluşturan esas veriler araştırma sahasındaki semt pazarlarında 2018 yılında yapılan anket ve mülakatlarla toplanmıştır. Anket çalışmaları ile mülakatlar yaklaşık 12 aylık sürede tamamlanmıştır. “*Ulakbim TR Dizin tarafından alınan “2020 yılı öncesi araştırma verileri kullanılmış, yüksek lisans/doktora çalışmalarından üretilmiş (makalede belirtilmelidir), bir önceki yıl dergiye yayın başvurusunda bulunulmuş, kabul edilmiş ama henüz yayımlanmamış makaleler için geriye dönük etik kurul izni gerekmektedir”* kararı doğrultusunda araştırmada kullanılan verilerin 2018 yılına ait olması nedeniyle etik kurul izin belgesi alınmamıştır.

Akhisar semt pazarlarında uygulanan anketler yazarlar tarafından oluşturulmuş olup, bunlardan ilki satışı yapılan ürünler ve satıcıların sosyal niteliklerini tespit etmek, ikincisi ise tüketicilerin (müşterilerin) sosyo-ekonomik durumları ile pazar hakkındaki tutum ve görüşlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Sahadaki anketlerin temel özellikleri aşağıdaki paragraflarda ifade edilmiştir. Satıcıların özelliklerini tespit etmek amacıyla uygulanan anketler 18 sorudan oluşmaktadır. Bu soruların ilk altısı satışı yapılan ürünlerin tür ve çeşitleri ile bunların alındığı yerleri, yıl içerisindeki değişimleri, 7 ile 12. sorular satıcının penceresinden kar – zarar durumunu, 13 ile 16. sorular satıcıların sosyo-kültürel niteliklerini, 17 ve 18. sorular ise pazar alanları ile burada devamlı ya da geçici süreli yerleri olan satıcıların sorunlarını tespit etmek amacıyla hazırlanmış ve ilgili kişilere uygulanmıştır.

Anket ve mülakatlar vasıtasıyla edinilen verilerin gerçeklik payları tamamıyla bireylerin verdiği cevaplara bağlıdır. Bundan dolayı anketler uygulanmadan evvel Akhisar’daki pazarcı esnafı, alışveriş için pazarı tercih edenler ve pazarın yakınında yer alan işyerlerini çalıştıranların bir bölümüne çalışmanın amacı ve içeriği hakkında bilgiler verilerek çalışma konusunda yardım etmeleri ricasında bulunulmuştur. Pazar esnafının ve pazar alanlarının mevcut durumlarını belirleyebilmek amacıyla anketler 12 aylık süre içerisinde ve hemen her mevsimde belli sayıda anket uygulanmıştır. Pazarcılara toplamda 1440 adet anket uygulanmıştır (Tablo 1).

İnceleme alanını oluşturan Akhisar’daki semt pazarlarında sürekli satış yapanların yanında ürettikleri ihtiyaç fazlası ürünlerini getirip satanlarla da mülakat yapılmıştır. Araştırma sahasında uygulanan ikinci ankette pazarı alışveriş mekânı olarak tercih edenlere yönelik olarak hazırlanmıştır. Toplam 20 sorudan oluşan bu ankette

müşterilerin sosyo-ekonomik durumları, pazar alanları hakkındaki görüş ve düşüncelerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Bu anketlerin ilk 8 sorusu pazar esnafı ile müşteriler arasındaki karşılıklı ilişkileri belirlemeye yöneliktir. Bunlar arasında pazarı alışveriş mekânı olarak tercih etme nedenleri, alışveriş zamanları ve tercih edilen ürünlerin tespitine yönelik sorular bulunmaktadır. 9-16. sorular pazar müşterilerinin sosyal ve ekonomik durumlarının tespitine yönelik olup bu sorular gelir, hane halkı sayısı ve meslekle ilgili konuları içermektedir. Son 4 soru ise pazar müşterilerinin pazar alanları ve esnaflar hakkında görüş ve önerilerini öğrenmeye yöneliktir.

Anket ve mülakatlar sonucunda elde edilecek olan bilgilerin gerçeği yansıtması, pazarların şehir içindeki etki alanlarının doğru tespit edilebilmesi ve pazar müşterilerinin niteliklerinin doğru ve mümkün olduğunca ayrıntılı bir şekilde belirlenebilmesi için senenin dört mevsiminde ve 12 ay içerisinde farklı zamanlarda; pazarın kurulduğu gün dört vakitte (sabah, öğle, akşamüzeri ve akşam) olmak üzere farklı zaman dilimlerinde anket uygulaması ve mülakatlar yapılmıştır. Çalışma Akhisar ilçesi sınırları dahilinde kurulan 3 semt pazarını da kapsadığı için anket ve mülakatlar bu pazarların tamamında yapılmıştır. Semt pazarlarının her birinde her mevsimde toplam 120 adet anket yapılmıştır. Böylece bir mevsimde tüm pazarlarda 360, dört mevsimde ise 1440 adet anket uygulaması yapılmıştır (Tablo 1, Tablo 2). Anket uygulamasının yapıldığı günlerde pazarcıların satış alanlarının yakınında bulunan ve kendi rızasıyla anket ve mülakat yapılmasını kabul eden pazar müşterilerinden ürün çeşitliliği, pazarların durumu, sosyo-ekonomik durumları, istek, öneri ve şikayetleri hakkında bilgiler edinilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırma Sahasında Uygulanan Anket Sayısı ve Zaman Dilimleri

Semt Pazarları	Mevsimler				
	İlkbahar	Yaz	Sonbahar	Kış	Toplam Değer
Çarşamba Pazarı	120	120	120	120	480
Cuma Pazarı	120	120	120	120	480
Pazar Pazarı	120	120	120	120	480
Toplam Değer	360	360	360	360	1440

**Tablo 2.** Araştırma Sahasında Günlük Anket Uygulama Sistemi

Alınan veya Tezgahtaki Ürün	Pazar Müşterilerine Yapılan Anket Sayısı ve Zaman Dilimleri			
	Sabah (09:00-11:30)	Öğle (11:30-14:30)	Akşamüzeri (14:30-16:00)	Akşam (16:00-18:00)
Meyve	8	5	8	21

Sebze	7	3	5	15
Sebze-Meyve	3	4	6	13
Patates	3	4	3	10
Soğan	5	4	2	11
Patates-Soğan	8	3	4	15
Giyim	6	4	3	13
Ayakkabı	2	3	4	9
Züccaciye	4	1	3	8
Oyuncak	2	1	2	5
Toplam	48	32	40	120

Anketler neticesinde elde edilen veriler excel ortamında tablolara dönüştürülmüş ve bu şekilde istatistiki değerlerin daha kolay anlaşılması sağlanmıştır. Sonraki süreçte elde edilen veriler vasıtasıyla haftalık pazarlar mevcut durumları, pazarcı-müşteri ilişkileri, müşterilerin sosyo-ekonomik durumları gibi birçok konu gün yüzüne çıkarılmıştır. Çalışmada kullanılan anket ve mülakatların yanında yazarın yaklaşık 6 yıldır ilçenin pazarlarında yaptığı gözlemler gerek satıcı ve müşteri kitlesi gerekse yakın çevredeki esnaflarla kurulan ilişkiler sonucu edinilen bilgilerden de faydalanılmıştır.

#### IV. Akhisar Semt Pazarlarının Özellikleri

Akhisar semt pazarları şehrin aktif ve merkezi konumdaki mevkilerinde bulunmaktadır. İlçede Çarşamba, Cuma ve pazar günleri şehrin farklı yerlerinde haftalık pazar olarak adlandırılan organizasyonlar kurulmaktadır. Tüm semt pazarları kuruldukları günlerin isimleriyle anılmakta ve böyle bilinmektedir. Periyodik pazarlar coğrafi ortam içerisinde sahip oldukları özellikler, tarihi süreç içerisinde geçirdiği değişim ve gelişimler, tezgâh düzen ve dağılımları gibi farklı bölümler içerisinde incelenebilir. Pazarların bünyelerinde barındırdığı bu niteliklerin yanında üretici, tüketici ve satıcıların pazara bakış açıları ile sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel durumları ve pazarların şehir üzerindeki etkileri gibi faktörler de değerlendirilebilecek diğer yönlerdir (Garnier ve Delopez, 1983; Mazlum, 1987).

Tarihi geçmişleri analiz edildiğinde Akhisar'daki haftalık pazarların geçmişi çok eskilere dayanmamaktadır. İlçenin ilk semt pazarı Çarşamba günleri eski belediye binasının sol tarafında, itfaiyenin arkasında şehir parkının sol tarafında kurulan Çarşamba pazarıdır. İlk kurulduğu dönemlerde yaklaşık 20 ila 30 tezgâhtan oluşan pazarın büyük bir bölümünde sebze ve meyve satıcıları bulunmaktaydı. Günümüzde doğru gelindiğinde pazarın hem şekli hem de var olan tezgâh sayısında önemli değişim ve gelişimler olmuştur. İlk olarak pazardaki tezgâh sayısı artmış hatta pazarın kurulduğu yerin ara sokaklarında bile seyyar tezgâhlar kurulmaya başlanmıştır. İlçede Çarşamba pazarından sonra kurulan pazar pazarı eski tren garının sağ tarafında yer almaktadır. Nüfusun artması ve mevcut pazar alanlarının yetersiz gelmesi nedeniyle kurulan pazar pazarının ilk kurulduğu günden bu yana yeri değişmemiştir. Çarşamba ve Pazar pazarının

üzeri sıcak ve yağmurdan korunmak için kapatılmış ve özellikle yaz dönemlerinde içerisinde su fiskiyeleeri yerleştirilerek insanların ve ürünlerin sıcaktan etkilenmelerinin önüne geçilmiştir. İlçenin son kurulan pazar yeri ise Cuma pazarıdır. Hürriyet mahallesi sınırları içerisinde ve Mustafa Kirazoğlu Devlet Hastanesinin arka tarafında bulunan pazar, cadde üzerinde yer almakta ve açık pazar yeri olarak hizmet vermektedir. İlçede kurulan tüm semt pazarlarının mekan üzerindeki konumları incelendiğinde şehrin içerisinde farklı şekillerde yer aldıkları görülmektedir (Aliğaoğlu, 2012). Ülkemizde kurulan semt pazarları coğrafi mekan üzerine başlıca iki şekilde yayılmaktadır. Bunlar, caddeler boyunca uzanan pazarlar ile kendine has tahsis edilen yeri olan pazarlardır. Aslında haftalık pazarlar kuruldukları mekanın formuna göre şekil almaktadır. Daha açık bir ifade ile cadde üzerinde kurulanlarda satıcılar şeritler halinde, kendine özel olan yerde kurulanlar da ise tezgahlar küçük diziler halinde pazar alanını doldurmaktadır (Tunçel, 2003; Koday ve Çelikoğlu, 2011).

Akhisar'daki semt pazarlarından Çarşamba ve Pazar pazarı belediye tarafından tahsis edilen üstü kapalı alanlarda kurulan pazarlara, Cuma pazarı ise cadde boyunca tezgahların şerit halinde uzanış gösterdiği pazarlara örnektir. Tüm pazar yerlerinde tezgahların bir kısmı ara sokak ve caddelere doğru sarkmıştır.

Bu mevkilerde tezgâh kuranların Pazar içindekilerden ayrıran birtakım özellikleri vardır. Genel itibariyle ticaret yapmak için sürekli pazar alanlarını tercih etmeyen ve ara sıra gelen satıcılar, pazardan yer satın almak ya da kiralamak yerine kendi araçlarına (minibüs, kamyonet, otomobil, traktör vb.) satışa sunacakları ürünleri koyarak pazarın ara sokaklarında pazarlamaktadırlar. Bu şekilde ortaya çıkan bir diğer kitle ise ilçenin kırsal kesiminde ikamet eden ve ürettiği ihtiyaç fazlası ürünlerini getirip satan köylülerdir. Köylüler tüm semt pazarlarında bulunmakla birlikte en fazla Çarşamba günleri kurulan pazarda Çarşamba pazarında en fazla sayıya ulaşmaktadırlar. Köylülerin yıl içerisinde en fazla yaz dönemini teşkil eden aylarda semt pazarlarına gelmektedirler. Bu dönemde mısır, domates, biber, karpuz, kavun, üzüm, zeytin, tütün, yumurta, tereyağı, patlıcan, kiraz gibi ürünler ile domates salçası, biber salçası, kuru biber, kuru patlıcan, üzüm pekmez, zeytinyağı gibi ürünler getirilip satılmaktadır. Böylece köylüler kendi ürünlerini semt pazarlarından yer almadan ya da kiralamadan ve araya aracı da koymadan bizzat kendileri pazarlamaktadır.

Mekân düzeni bakımından semt pazarları birtakım özelliklere sahiptir. Şehir içerisinde kurulan tüm haftalık pazarlarda meyve-sebzeden, giyime, oyuncaktan ayakkabıya, züccaciye den nalbura kadar çok çeşitli ürünleri satan büyük bir satıcı kitlesi bulunmaktadır. Pazarlardaki tezgahlar karma niteliklidir. Pazarların hiçbiri yalnızca belli ürünlerin satışa gerçekleştiren uzmanlık gerektiren maddelerin bulunduğu yerler değildir (Özgüç ve Mitchell, 2000). Periyodik pazarlarda satış gerçekleştirilen ürünlerin çeşitlerinin fazla olması pazar alanı içerisinde herhangi bir düzensizlik ve uyumsuzluk durumu oluşturmamaktadır. Tüm pazarlarda hangi ürünlerin nerede satıldığı belli olup karmaşaya yer verilmemektedir. Genel itibariyle pazarda yiyecek satanlar ile gıda dışı ürünleri satanlar farklı yerlerde toplanmışlardır. Ayakkabı, züccaciye, giyim gibi ürünleri satanların bunları alıcılara göstermesi gerektiğinden bunlar diğer satıcılara nazaran daha

büyük tezgahlarda bulunmaktadır. Fakat söz konusu bu tezgahlar diğerlerine oranla daha az kişi istihdam etmektedir. Patates, soğan, balık, kavun ve karpuz gibi ürünlerin bulunduğu tezgahlardaki ürün miktarı diğerlerine oranla fazla olduğu ve bu ürünlerin bozulma risklerinin yüksek olduğu için bunları satan tezgahlar pazar alanının ya giriş-çıkış bölümlerinde ya da ara sokak ve caddelerde bulunmaktadır. Söz konusu ürünleri pazara getiren ancak yeri olmayanlar ise ara sokak ve caddelerde ürünleri taşıdıkları araçları tezgah gibi kullanmaktadır. Periyodik pazarlarda satışı yapılan ürün türleri gibi satıcı sayısında da değişimler söz konusudur. Ürün çeşitliliğinin artmasıyla birlikte pazarlardaki tezgah sayısında da artışlar gözlenir ve hemen hemen satıcıların her biri belli bir üründen sorumlu olmaya başlamaktadır. Fakat züccaciye, tuhafıye ve nalbur gibi satıcılar pazar içerisinde diğer tezgahlara nazaran daha büyük bir alan kaplamakta ve buralardaki eleman sayıları 1 ya da en fazla 2 kişi ile sınırlı kalmaktadır. Birden çok kişinin aynı tezgâh içerisinde çalıştığı alanlarda bu kişiler genellikle birbiriyle akrabadır. Pazar alanlarında satış yapan tezgahlarda akrabalar kadar yevmiye ile çalıştırılan işçilerin sayısı da fazladır. Ürünleri araçtan indirmek, tezgâha yerleştirmek, satışını yapmak ve akşam toplanma konularında tezgah sahibine yardım eden bu kişilerin aldıkları ücret gün ya da saat usulüne göre değişmektedir.

İlçedeki semt pazarları içerisinde en fazla tezgah şüphesiz en eski geçmişe sahip olan Çarşamba pazarına aittir. Çarşamba pazarının içerisinde bazı tezgahlar diğerlerine göre daha fazla değere sahiptir. Sebze ve meyve gibi yiyecek satışı yapanların sayılarında yıl içerisinde fazla bir değişiklik görülmezken giyim, ayakkabı ve züccaciye gibi ürünlerin olduğu tezgah sayılarında zaman zaman büyük değişiklikler yaşanmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında pazarı daha çok düşük gelirli kitlenin tercih etmesi, pazarda hem tezgah açan hem de alışveriş yapan kitlenin bir bölümünün köylülerden oluşmasıdır. Köylüler daha çok gıdadan ziyade ayakkabı, züccaciye ve giyim ürünleri tercih etmektedir. Bu nedenle pazara gelen köylü sayısına bağlı olarak pazardaki gıdadan ziyade diğer ürünleri satan tezgah sayısından önemli değişiklikler olmaktadır. Köylüler de daha çok yaz döneminde hemen her hafta pazara gelirken sonbahar ve özellikle de kış döneminde ise genellikle ayda bir gelmektedir. Bu durumda pazardaki tezgah sayısının artıp azalmasında etkili olmaktadır. Pazar esnafının hatırı sayılır bir bölümü ilçede kurulan pazarlar arasında tezgah açma konusunda tereddütlü davranmaktadır. Şüphesiz bunda pazarlar arasında kendilerince yaptıkları kar-zarar ayrımının payı büyüktür. Daha açık bir ifade ile esnafın büyük bir bölümü tezgah açmak için genellikle Çarşamba pazarını tercih etmektedir. Bu pazarın diğerlerine göre daha merkezi bir konumda olması ve müşteri potansiyelinin de yüksek olması esnafın tercih listesinde ilk sırada yer almasını sağlamıştır. Daha ileriye gidilirse pazar alanı içerisinde bütün tezgahların aynı oranda kazanmadığı, bazı tezgahların bulunduğu mevki itibarıyla daha göz önünde ve daha dikkat çekici özelliklere sahip olduğu düşüncesi pazar esnafı arasında oldukça yaygın bir durumdur. Bu düşünceden dolayı bazı esnafın pazardaki yerlerini beğenmemekte ve bundan dolayı da o pazarlara tezgah kurmamaktadırlar. Bu günleri kendilerince istirahat günleri olarak tanımlamaktadırlar.

Satıcıların büyük bir bölümü için en karlı pazar Çarşamba pazarıdır. Hem satıcı hem de ürün çeşitliliği bakımından zengin olan bu pazar neredeyse bütün gelir gruplarına

hitap etmektedir. Diğerlerine nazaran fiyatlarının daha uygun, ürün çeşitliliği ve miktarının fazla olması ve ulaşım açısından elverişli bir konumda yer alması bu pazarın tüketiciler için ilk sırada yer almasını sağlamıştır. İlçede Çarşamba pazarından sonra Pazar pazarı esnaf ve yerel halk için ikinci sırada, Cuma pazarı ise tercih noktasında son sırada bulunmaktadır. Çarşamba günü alışveriş imkanı bulamayan özellikle kamu çalışanları Pazar pazarına yönelmektedir. Üzeri kapalı olan bu pazarda Cuma pazarına nazaran daha çok ürün daha uygun fiyatlarla tüketiciyle buluşmaktadır. Cuma pazarı ise cadde boyunca uzanış gösteren tezgahları ile tüketicinin alışveriş programında son sırada bulunmaktadır. İlçede yer alan dükkanlara nazaran fiyatların daha düşük olması Çarşamba ve Pazar günleri alışveriş imkanı olmayan ya da bulamayan nüfus kitlesini kendine çekmektedir. Burada diğer iki pazara göre ürün çeşitliliği ve miktarı nispeten az olup pazardaki müşteri miktarı da azdır. Dolayısıyla pazar içerisindeki para sirkülasyonu ve hareketlilik oranı da düşük seviyededir.

İlçedeki semt pazarlarındaki tezgah sayılarında ürün fiyatlarına bağlı olarak yılın belli dönemlerinde belirgin azalışlar görülmektedir. Özellikle kış dönemine denk gelen aylarda iklim şartlarında meydana gelen değişiklikler bu durumun temel nedenini teşkil etmektedir. Kışın düşüşe geçen sıcaklıklar ve artan yağmurlar tüketicilerin önemli sayılabilecek bir bölümünü pazarlar yerine yakın çevresinde yer alan market ve manavlara yönlendirmektedir. Bunun yanında bu dönemde market ve manavlardaki ürün fiyatları ile pazarlardaki ve pazarın ürün kaynağını oluşturan sebze-meyve hallerinde fiyatlar birbirine yakın oranda seyretmektedir. Dolayısıyla tüketici de bir miktar fazla ödeyerek pazar yerine yakınındaki market ve manavlardan ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmektedir. Böyle zamanlarda da tezgah sahiplerinin bazıları aldıkları yüksek fiyatlı ürünlerin ellerinde kalmasından korktukları için pazara açılmamakta ve bu da pazardaki tezgah sayısının düşmesine neden olmaktadır.

**Tablo 3.** Satışı Yapılan Ürün Türüne Göre Pazarlardaki Tezgâh Sayıları.

Semt Pazarları	Satılan Ürün Çeşidine Göre Tezgâh Sayıları				
	Gıda	Giyim	Züccaciye	Ayakkabı	Diğer
Çarşamba Pazarı	211	24	17	33	18
Cuma Pazarı	164	19	13	25	13
Pazar Pazarı	152	14	9	16	11
Toplam Değer	527	57	39	74	42

Satıcıların sosyo-kültürel nitelikleri pazarların incelenmesinde değerlendirilecek bir başka konudur. Anket ve mülakat yapılan satıcı kitlesinin % 48 gibi önemli bir bölümünü ilkökul mezunları teşkil etmektedir. Bunu % 34 ile ortaokul mezunları ile 18 ile de lise ve daha üzerinde eğitim almış olanlar takip etmektedir. Bu değerler pazarda satış yapanların bir bölümünün asıl mesleklerinin pazarcılık olmadığını açık bir şekilde göstermektedir.

Anket sonuçlarına göre pazarcılık yapanların % 51'i bugüne kadar bu iş dışında başka işlerle ilgilenmemişlerdir. Ancak geri kalan % 49'luk kesim başka bir mesleğe sahipken



birtakım nedenlerden dolayı pazarcılık yaptıklarını ifade etmektedir. Bunlar arasında, oto elektrikçisi, kuaför, bilgisayar tamircisi, yedek parçacı gibi meslekler olduğu gibi, öğretmen, optisyen, eczacı teknikeri gibi belirli bir eğitim gerektiren mesleklere sahip olanlar da bulunmaktadır. Pazardaki bu durum satıcı-müşteri arasında pozitif bir bağın kurulmasını sağlamaktadır. Özetle düzeyli bir müşteri-satıcı ilişkisi mevcuttur.

Semt pazarlarını incelerken değerlendirilmesi gereken önemli konulardan birini alıcılar oluşturmaktadır. Çünkü haftalık pazarlar ilçenin çeşitli semtlerinde ikamet eden ve çevresindeki süpermarket ile bakkal gibi alışveriş mekanları mevcutken pazarları tercih eden kitle için hem bir alternatif oluşturmakta hem de toplumsal bütünleşmeye katkı sağlamaktadır (Özgüç ve Mitchell, 2000; Oğulata ve Akdemir, 1992). Alıcı grubunu teşkil eden nüfus kitlesi bakımından semt pazarları incelenecek olunursa alıcıların aylık ortalama gelirleri, hane halkı büyüklükleri ile alışveriş türleri ele alınması gereken temel konulardır. Bunlara ek olarak alışveriş sebepleri, zamanları, ikamet ettikleri yer ile pazar arasındaki uzaklık, özetle pazarların etki alanı gibi konular da değerlendirilebilir.

Alıcı kitlesinin gelirlerini tespit etmeyi amaçlayan anket sonuçları incelendiğinde, alışveriş mekanı olarak semt pazarlarını tercih edenlerin % 78,1'lik kesiminin aylık geliri 5.000 tl ve altındadır (Tablo 4). Alıcıların aylık gelirleri azaldıkça hem haftalık pazarları tercih etme oranları hem de aldıkları ürünlerin çeşitliliği artmaktadır. Diğer bir ifade ile pazarlar daha çok düşük gelirli kesime daha çok hitap etmektedir. Çünkü pazardaki ürünleri belki orijinal ya yüksek kalitede değildir ama ilçedeki diğer alışveriş mekanlarına göre daha ucuzdur.

**Tablo 4.** Alıcıların Aylık Ortalama Gelirleri ile Aldıkları Ürünler Arasındaki İlişki

Aylık Gelir	Ortalama	Pazardan Alınan Ürünler					
		Sebze	Meyve	Balık	Giyim	Ayakkabı	Züccaciye
5000 TL ve Üzeri	Kişi Sayısı	201	192	155	68	77	94
	%'lik Değeri	18,1	17,9	38,7	25,6	24,3	21,6
5000 TL ve Altı	Kişi Sayısı	912	879	245	198	239	341
	%'lik Değeri	81,9	82,1	61,3	74,4	75,7	78,4
Toplam Değer		1113	1071	400	266	316	435

Aile büyüklükleri ile alınan ürünler arasında da doğrudan bir ilişki söz konusudur. Anket uygulaması yapılan alıcıların % 53'lük bir bölümünü 4 ve daha fazla kişiden oluşan aileler oluşturmaktadır. Aile büyüklüğü 4'ten az olanlar ilse % 20'lik bir dilimi teşkil etmektedir. Bu değerler hane halkı sayısının artmasıyla pazarı tercih etme oranlarının yükseldiğini ifade etmektedir. Bu etki alınan ürünlerde de kendini göstermektedir. 4 kişiden fazla bireye sahip aileler meyve ve sebze gibi gıda ürünlerinin yanında diğer alışveriş merkezlerinde pahalı olduğunu düşündükleri züccaciye, ayakkabı ve giyim gibi ürünleri de genel olarak pazarlardan temin etmektedirler. Daha açık bir

ifade ile hane halkı sayısının artması ile tüm ürünlerde genel itibariyle haftalık pazarların alışveriş mekanı olarak seçildiği Tablo5'in incelenmesiyle ortaya çıkmaktadır (Tablo 5).

**Tablo 5.**Hane halkı Büyüklüğü ile Pazarlardan Alınan Ürünler Arasındaki İlişki

Hane Halkı Sayısı		Pazardan Alınan Ürünler					
		Sebze	Meyve	Balık	Giyim	Ayakkabı	Züccaciye
1-3 Kişi	Kişi Sayısı	213	231	26	53	45	33
	%'lik Değeri	19,7	23,8	18,1	19,2	17,7	11,4
4 Kişi	Kişi Sayısı	327	294	41	50	56	48
	%'lik Değeri	30,3	30,2	28,5	18,1	22,1	16,6
4 Kişiden Fazla	Kişi Sayısı	539	447	77	173	153	208
	%'lik Değeri	50	46	53,4	62,7	60,2	72
Toplam Değer		1079	972	144	276	254	289

Alıcılar semt pazarlarını ucuz, taze, seçim hakkı, ürün türlerinin ve miktarlarının fazlalığı, ulaşım kolaylığı gibi nedenlerle tercih etmektedirler. Uygulanan anketlerden elde edilen sonuçlar, insanların pazarları tercih etmelerinde en etkili faktörün (% 45) ucuzluk olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bunu % 21 ile seçme hakkı, % 18 ile ulaşım rahatlığı, % 7 ile ürünlerin taze olması ve % 9 ile ürün çeşitliliğinin ve miktarlarının fazla olması izlemektedir. Alışveriş zamanı yılın çeşitli dönemlerine göre değişiklik göstermektedir. Pazarı alışveriş mekanı olarak tercih edenlerin büyük bir bölümü yıl boyunca özellikle sebze ve meyve gereksinimlerini buralardan gidermektedir. Fakat bazı dönemlerde pazarların tercih oranlarında artış ve azalışlar olmaktadır. Artış yaşanan dönemlerden biri ilkbahar ve yaz mevsimleridir. Söz konusu dönemlerde ilçeye bağlı köylerde köylüler tarafından yetiştirilen ürünlerin pazarlara ulaşması hem fiyatları düşürmekte hem de pazarın müşteri kitlesinde önemli artışlara neden olmaktadır. İlçede haftalık pazarlarda alışveriş yapanların % 40 sabah saatlerini, % 33,3'ü ise ikinci vaktinde pazara gelmektedir. Sabah gelenlerin büyük bir bölümü köylülerin getirdiği ürünleri almak için, ikinci vaktinde gelenlerin büyük bir kısmı ise fiyatların düşmesi için bu saatleri tercih etmektedir.

İlçedeki semt pazarlarının etki alanı belirlenirken iki unsuru göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bunlardan ilkinin ürünlerin temin edildiği yerler, ikincisi ise şehir içindeki insanları kendine çekme özelliğidir (Tunçel, 2003; Tinkler, 1973). Akhisar semt pazarları tuhafiyeye, züccaciye, oyuncak, ayakkabı gibi ürünlerin tamamını dışardan temin etmektedir. Bu tür ürünler için İstanbul, İzmir, Kocaeli ve Bursa gibi iller tercih edilmektedir. Çünkü bu illerde söz konusu ürünler hem ucuza hem de toptan bir şekilde alınabilmektedir. Satışa sunulan gıda ürünlerinde ise Akhisar semt pazarları büyük oranda sebze meyve haline bağımlıdır. Dolayısıyla haldeki ürünlerin tamamının ilçeden

temin edilemeyeceği için bu tür ürünlerde de ilk olarak çevre il ve ilçelere bağlıdır. Sebze ve meyve gibi ürünlerin bir bölümü ilçedeki üreticilerden temin edilirken yaklaşık yarısına yakını, Adana, Mersin, İzmir, Balıkesir ve Bursa gibi illerden alınmaktadır. Deniz ürünleri ise Manisa il sınırları içindeki baraj gölleri ile Karadeniz Bölgesinden gelmektedir.

İlçedeki semt pazarlarında özellikle yaz döneminde kırsal kesimdeki insanlar tarafından üretilen ürünlerin pazarlara gelmesiyle buralardaki çeşitlilik artmaktadır. Bu ürünlerin bir bölümü tüccarlar aracılığıyla pazarlara getirilirken, bir bölümü ise köylülerin kendi çabaları ile gelmektedir. Köylüler tarafından pazarlara getirilen ve organik olarak tabir edilen ürünlerin bazıları domates, biber, patlıcan, reçel, pekmez, zeytinyağı, salça, tere, roka, maydanozdur.

Semt pazarları şehrin her kesiminden insana hitap ettiği için her kesimden insanı kendine çekmektedir. Çünkü pazarlarda her bütçeye uygun ürünler bulunduğu için her gelir seviyesinden insan için pazar ortak alışveriş noktasıdır. İlçede düşük gelirlilerden ziyade organik ürünlere ulaşmak isteyen tüketici kitlesi özellikle sabah saatlerinde köylülerin ürettiği ürünleri alabilmek için pazarlara gelmektedir. Özet olarak belirtmek gerekirse ilçede kurulan semt pazarlarının tamamı sahanın her kesiminden ve her gelir grubundan insanların ihtiyaçlarını karşılayacak potansiyele sahiptir. Bu nedenle pazarlardan birine çeşitli nedenlerle gelemeyen insanlar bir sonraki pazarın kurulduğu günü beklemektedir.

#### **V.Sonuç ve Öneriler**

Geçmişleri çok eskiye dayanmayan semt pazarları ilk kuruldukları günden bu yana sahip oldukları özelliklerle önemli bir gelişme kaydetmişlerdir. Akhisar'da kurulan pazarların hemen hepsi merkezi iş sahası olarak tabir edilen bölümün yakınında yer almaktadır. Bu durumda onların kısa sürede her kesimden insana hitap etmesini, büyüme ve gelişme süreçlerinin sürekli olmasını sağlamıştır. İlçedeki haftalık pazarlar kuruldukları alana bağlı olarak temelde iki şekle sahiptir. Bunlardan ilki cadde ve sokaklar boyunca çizgisel şeritler halinde olanlar diğerleri ise kendilerine ait bir alanda kurulanlardır. Fakat bu şekiller pazarda tezgah sahibi olmayan ve pazarın kurulduğu yerin ara sokaklarında müşterilerin ihtiyaçlarına cevap veren satıcılar sayesinde zaman zaman bozulmaktadır. Pazarlarda tezgah açan satıcıların bir bölümünün lise ve daha üst düzey bir eğitim almış olmalarına rağmen pazarcılığı meslek olarak seçmeleri dikkat çeken bir detay olarak ortaya çıkmaktadır. Pazarı alışveriş mekanı olarak seçenlerin önemli bir bölümü gelir seviyesi düşük kalabalık nüfuslu ailelerdir. Bu tür insanlar sadece gıda değil aynı zamanda ayakkabı, giyim ve züccaciye gibi gıda dışı ürünlerin de tamamına yakın bölümünü pazarlardan temin etmektedirler. İnsanlar pazarları ucuz, ürün seçme hakkı, ulaşım kolaylığı gibi nedenlerle tercih etmektedirler. Alışverişlerin de önemli bir bölümü sabah ve ikindi saatlerinde yapılmaktadır. Etki alanı açısından pazarlar genel itibarıyla başka illere bağımlıdır. Fakat yakın çevredeki köylerde de yetiştirilen ürünler pazarlarda satışa sunulmaktadır. İlçede kurulan tüm pazarlar her gelir grubundan ve her semtten insanı kendine çekmektedir.

Son olarak ilçede üstü açık ve cadde üzerinde hizmet veren Cuma pazarının da tıpkı Çarşamba ve Pazar pazarında olduğu gibi kendine ait bir alana taşınarak üzerinin kapatılması ve alıcıların esnaflara olan güvenlerini arttırmak, onların satıcı olmayanlardan kolayca ayırt edilebilmeleri sağlayacak kimlik kartı gibi bir belge takmaları ve önlük giymeleri gibi önlemlerin alınması pazar müşterilerinin ortak talepleridir.

### Kaynaklar

- Aliağaoğlu, A. (2012). Balıkesir Şehrinde Haftalık Pazarlar Çekicilikler ve Sorunlar. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 17 (27), 43-72,
- Beaujeu-Garnier, J., Delopez, A. (1983). Pazarlama Coğrafyası, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Çalışkan, V. (2007), Kentsel Mekan Kullanımındaki Farklılıklar Üzerine Bir Yaklaşım Bursa ve Çanakkale'nin Periyodik Haftalık Pazarlarından Örnekler. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18, 49-78.
- Fischer, W. (1983). Periodische Märkte im Vorderen Orient, dargestellt an Beispielen aus Nordostanatolien (Turkei) und Nordafghanistan. Diss. Geowiss. Köln: Fak. Univ. Tübingen.
- Gaube, H., Grötzbach, E., Niewöhner-Eberhard, E., Oettinger, B., Wirth E. (1976). Wochenmärkte, Marktorte und Marktzyklen in Vorderasien. *Erdkunde* Band: 30, Heft: 1/4, 9-10.
- Koday, S. ve Çelikoğlu, Ş. (2011), Geleneksel Alışveriş Mekanlarına Bir Örnek: Bartın Kadınlar Pazarı (GallaBazarı). *Atatürk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (2), 243-262, Erzurum.
- Mazlum, M. (1987). Türkiye Açısından Semt Pazarlarının Önemi ve Adana Semt Pazarları Üzerine Bir Saha Çalışması, *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9 (1), 129-154.
- Oettinger, B. (1976). Die Wochenmärkte und ihre Rotationen im Westlichen Mittelanatolien, *Erdkunde* Band: 30, Heft: 1/4, 19-24.
- 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.
- Özgüç, N., Mitchell, W. A. (2000), Şehirlerin Alternatif Alışveriş Mekanları: İstanbul'da Haftalık Pazarlar, *Mimar Sinan Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi Tasarım + Kuram Dergisi* 2, 35-57.
- Tinkler, K. J. (1973). The Topology of Rural Periodic Market Systems, *Geografiska Annaler*, 55 (2), 121-133.

- Trak,S., (1959).İktisadi ve TicariTürkiye Cilt:3, İzmir: Milli Eğitim Bakanlığı İzmir Yüksek Ekonomi ve Ticaret Okulu Yayınları.
- Tunçel, H. (2003). Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elazığ Örneği, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13 (1), 49-70.
- Tunçel, H. (2018). Türkiye'deki Periyodik Pazarların Sınıflandırılması, TUCAUM 30. Yıl Uluslararası Coğrafya Sempzyomu, 3-6 Ekim 2018, Ankara.
- Tunçel, H. (2009). Geleneksel Ticaret Mekanı Olarak Türkiye'de Haftalık Pazarlar, e-Journal of New World Sciences Academy, 4 (2), 35-52.
- Tunçel, H. (2006). Türkiye'nin Kırsal Pazar Bölgeleri, IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu (Avrupa Birliği Sürecindeki Türkiye'de Bölgesel Farklılıklar), s.63-72, Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi, Ankara.
- Tümertekin, E. (1961). Pazarlama Coğrafyası; Mevzuu, Esas Meseleleri, *İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi*, 6 (12), 117-122.