



ESNAF EKONOMİSİ VE UYGULAMALARI: MERSİN ÖRNEĞİ

CRAFTSMAN ECONOMY AND PRACTICES: THE CASE OF MERSIN

Serpil TOMAK 

Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,
Yönetim ve Organizasyon Bölümü
serpild@mersin.edu.tr

Emrah YILDIZ 

Öğr. Gör., Dr. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu,
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü
emrahyildiz@mersin.edu.tr

Geliş Tarihi: 02.09.2024 *Kabul Tarihi:* 10.10.2024

Özet: Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) konusunda gerek ulusal gerek uluslararası çok sayıda çalışma olmakla birlikte esnaflık bağlamında ele alınan çalışmalar daha sınırlı düzeydedir. Esnaf ve sanatkâr faaliyetleri profesyonel işlerden hobilere kadar geniş bir çerçevede değerlendirilmektedir. Ayrıca internet ve dijitalleşme ile birlikte dijital esnaf olarak tanımlanan farklı dinamiklere sahip bir esnaf grubu da söz konusudur. Araştırmanın kapsamı il merkezinde faaliyet gösteren Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği'ne (MESOB) kayıtlı altı (6) alt oda üyeleri ile sınırlandırılmaktadır. Çalışma Mersin il merkezinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkâr işletmelerin sorunlarını tespit etmeye yönelik saha çalışmasını içerir. Araştırmada basit rastgele örnekleme yöntemiyle bilgi toplamak için yapılandırılmış anketler kullanılmıştır. Veriler betimsel ve çıkarımsal istatistik yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çalışma ile mevcut durum analizi yapılarak dünyadaki gelişmeler çerçevesinde yeni bakış açıları geliştirmek ve bu konuda esnaf ve sanatkârlara pragmatik çözüm yolları sunmak hedeflenmektedir. Araştırma bulguları esnaf ve sanatkârların sürdürülebilirliklerini sağlamak açısından teknolojilere erişimi, tasarım ve inovasyon uygulamalarına geçişini gerektirmektedir. Bu anlamda sürdürülebilir başarı yeni işbirlikçi modellerin, kümelerin ve iş ağlarının hayata geçirilmesinde yatmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Esnaf, Sanatkâr, Mikro İşletmeler, Kümelenme

Abstract: Although there are many studies in the field of small and medium-sized enterprises (SMEs), studies in the context of craftsman and artisan are more limited. Craftsman and artisan activities are evaluated in a wide range from professionals jobs to hobbies. Moreover, the development of the Internet and digitalization has revealed a new group of tradesmen with different dynamics, defined as digital tradesmen. The scope of the research is limited to the six (6) sub-chamber members registered in Mersin Tradesmen's Chambers Union (MESOB) operating in the city center. The work includes fieldwork aimed at identifying the problems of craftsman and artisan enterprises operating in the city center of Mersin. It is a survey research, and structured questionnaires were used to collect information with a simple random sampling method. Data was analyzed with the adoption of descriptive and inferential statistics. This study aims to analyze the current situation and develop new perspectives within the framework of world developments and offer pragmatic solutions to craftsmen and artisans. The findings reveal that sustainability of tradesmen and artisans is required to access technologies, transition to design and innovation practices. In this sense, sustainable success depends on the implementation of new collaborative models, clusters, and business networks.

Key Words: Craftsmen, Artisan, Micro Businesses, Clustering

GİRİŞ

Büyüme odaklı, teknoloji yoğun, yenilikçi startup firmaların (yapay zekâ, büyük veri, robotik, sanal gerçeklik, nesnelerin interneti vb.) konuşulduğu, desteklendiği ve ön plana çıktığı günümüzün girişim ekonomisinde esnaf ve sanatkârlık daha zorlu bir alan haline gelmiştir. Büyük ölçekte faaliyet gösteren kurumsal işletmelerin yanı sıra esnaf ve sanatkârlara ait geleneksel mikro ölçekli işletmeler varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Pek çok endüstride giderek daha fazla otomatikleştirilmiş üretim egemen hale dönüşmektedir. Esnaf faaliyetinin ekonomik faaliyetlerdeki görece ağırlığı azalmaktadır. Diğer taraftan ise esnaf ve sanatkâr işleriyle ilişkili tüm dünyada artan bir ilgi, yeni ilişkiler ağı ve üretim yaklaşımları söz konusudur. Bu gelişmeler çerçevesinde esnaf ve sanatkârlığın doğası da dönüşüme uğramakta ya da dönüşüm için pek çok ülke sürdürülebilir yollar aramaktadır. Dijital zanaatkârlık, sanal esnaf ve zanaatkârlık niş potansiyeli ile günümüzde ilgi odağıdır.

Geleneksel esnaf ve sanatkârlar pazar doygunluğu, aşırı arz sonucu düşen fiyatlar ve azalan pazar talebi koşullarında birbirleriyle rekabet durumunda faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaktadır. Waters'ın (1999) hazırladığı sözlükte eskiden var olan ve şimdi olmayan ya da geçerliliğini yitirmiş binlerce ekonomik faaliyetler ve meslekler yer alır. Birçok esnaf ve sanatkâr faaliyetleri değişimden olumsuz etkilenmektedir. Diğer taraftan Klamer'in (2012, s. 1) ifade ettiği gibi yaratıcı ekonomi giderek artan bir şekilde esnaf ve sanatkârlığın özelliği olan becerilere ihtiyaç duymakta, özgünlük ve kalite tercihleri içeren profesyonel faaliyetler ön plana çıkmaktadır. Bunnell (2004, s. 1) zanaat uygulamalarının ve ürünlerinin, dijital teknolojiler ve zanaat temelli metodoloji ile geliştirilebilir olduğunu vurgular. Bütün bunların yanı sıra esnaf ve sanatkârlığın bireye öz-değer duygusu kazandırdığı ve bireylerin anlamlı çalışma ihtiyacını karşıladığı da göz ardı edilmemelidir.

Esnaf ve sanatkâr faaliyetleri oldukça fazla çeşitlilik gösterdiğinden dolayı bu konuda genelleme yapma imkânı güçtür. Sanayi toplumunun ortaya çıkması ile birlikte yaygın görüş esnaf ve sanatkârlığın kaybolmakta olduğu yönünde olmakla birlikte doğruluğu tartışmalıdır. Esnaf ve sanatkâr kültürünün kaybolmaktan ziyade dönüşüme uğradığı da yaygın olarak kabul edilir (Scrase, 2003, s. 451). Teknolojik dönüşüm, şehirleşme ve artan internet teknolojisi kullanımı dijital esnaf ve sanatkârları ortaya çıkarmıştır. Pandemi e-ticaret ekonomisinin ivmesini artırmıştır. Dijital alım-satım ilişkisi, malzeme inovasyonu, tedarik zinciri ve müşteri ilişkileri yönetimi yeni bir boyut kazanmıştır. Bu tür girişimler geleneksel esnaf ve sanatkâr kimliğinin dışında internet teknolojileri ile ilgili gençler başta olmak üzere toplumun farklı kesimlerinden bireylerin var olmaya çalıştığı bir dijital esnaf ekonomisini açığa çıkarmıştır. Geleneksel anlamda tanımlanan esnaf ve sanatkârlara kıyasla daha dinamik, daha donanımlı, eğitilmiş, ne istediğini bilen ve eğilimleri yakalayan bir esnaf ve sanatkâr kimliği söz konusudur.

İnternet teknolojisi ve dijitalleşme ile birlikte kariyer değiştirenler, emekliler, ev hanımları ve gençler ürünlerini satmak üzere kendi dijital vitrinlerini hazırladıkları çevrim içi platformlarda sürdürülebilir gelir arayışı içerisinde. Endüstri üretiminin standart kitle üretimine karşılık dijital esnaflar, malzeme ve mal akışına çeşitli şekillerde entegre çağdaş yerleştirilmiş zanaat ekonomileri ve ürün farklılaştırması stratejisiyle pazarda yer edinmeye çalışmaktadır (Luckman ve Thomas, 2018, s. 3). E-ticaret olanakları esnaf ve sanatkârlara yeni pazar fırsatları geliştirmiştir. Bunun yanında sanatkârlar, tüccarlar ile işyeri sahipleri arasında karşılıklı bağımlılıklar yaratmıştır. En tartışmalı konulardan biri de değer zinciri içerisinde esnafların/üreticilerin hayatta kalma mücadelesi verdiği ve gelir zinciri içerisinde en düşük pay sahibi olarak yaratılan gelir eşitsizliği vurgulanır.

Esnaf ve sanatkârların ortaya çıkan dijital üretim uygulamalarıyla en verimli şekilde bağlantı kurabilmeleri için üretici uzmanlığında hangi yenilikler yapılması

gerektiği, yeni yapım uygulamaları ve bilgi biçimlerine nasıl entegre edilebileceği konusu araştırılmalı ve hayata geçirilmelidir. Geleneksel esnaf ve sanatkârlara ilişkin ilerlemenin en önemli zorluklarından biri yalnızca teknolojilere erişim değil aynı zamanda ortaya çıkan bu olanaklarla anlamlı bir şekilde etkileşim kurma becerileridir. Araştırma il merkezinde faaliyet gösteren Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği'ne (MESOB) kayıtlı altı (6) alt oda üyeleri ile sınırlıdır. Bu çalışma ile mevcut durum analizi yapılarak dünyadaki gelişmeler çerçevesinde yeni bakış açıları geliştirmek ve bu konuda esnaf ve sanatkârlara pragmatik çözüm yolları sunmak hedeflenmektedir.

Bu çalışma Mersin'de mevcut esnaf ekonomisi uygulamalarını belirlemeyi ve yeni gelişmeler çerçevesinde neler yapılmalı noktasında odaklanmaktadır. Araştırma Mersin merkezde faaliyet gösteren Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği'ne (MESOB) kayıtlı altı (6) alt oda üyeleri ile sınırlıdır: Mersin Giyim Eşyası İmalat ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kuyumcular Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Marangozlar ve Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kundura, Deri Mamülleri ve Hediyelik Eşya İmalat, Tamir ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Elektrik, Bobinaj ve Benzerleri Teknisyenler Esnaf ve Sanatkârları Odası üyeleri çalışmanın ana kütleini oluşturmaktadır.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Literatür incelemesi sonucunda üç temel nokta göze çarpmaktadır. Birincisi, girişimcilik literatürü ağırlıklı olarak Amerikan odaklı olmakla birlikte özellikle esnaf ve sanatkârlara yönelik yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak Avrupa eksensidir (Fhyn ve Søraa, 2017; Hofverberg vd., 2017; Janda, 2017; Mullagh vd., 2019; Leite ve Sehnem, 2017; Owen, 2017; Padovani ve Whittaker, 2019). Avrupa eksenli yapılan bu çalışmalarda ağırlıklı olarak nitel analiz yöntemi ile kapsam sınırlı tutularak belirli bir esnaf ve sanatkâr grubu derinlemesine incelenmektedir.

İkincisi, esnaf ve sanatkâr faaliyetleri profesyonel işlerden hobilere uzanan geniş bir yelpazede faaliyet gösteren ekonomik birimlerdir (Alexandrea vd., 2017; Klamer, 2012; Luckman ve Thomas, 2018; Owen, 2017; Ratten vd., 2019; Shales, 2017; Sennett, 2008). Dolayısıyla bu çeşitlilik esnaf ve sanatkâr faaliyetlerine ilişkin genelleme yapmayı güçleştirir. Günümüzde nitelikli esnaf ve sanatkâr faaliyetleri hem niş pazarda hem de seri üretimin yanında ya da iç içe varlığını (otomobil endüstrisi, mühendislik ve havacılık gibi) sürdürmektedir. Profesyonellik içeren esnaf ve sanatkârlık faaliyetleri teknoloji, tasarım ve inovasyon uygulamalarını içerir. Bu çerçevede özgün bir ürün yaratarak fiziksel malzemeleri şekillendirmek için vasıflı işgücü kullanılır. Bu alanda varlık gösteren esnaf ve sanatkârların sürdürülebilir başarıyı göstereceği anlaşılmaktadır.

Üçüncüsü, Türkiye bağlamında Kocabağ'ın (2009, s. 5) da vurguladığı gibi esnaf ve sanatkârın kavramsal değerlendirmesinde ciddi eksiklikler vardır. Tanım konusu ile ilgili sorunlar kavram tanımlaması bölümünde ele alınmaktadır. Bunun yanında Türkiye'de küçük işletmeler ya da KOBİ'lerle ilgili çok sayıda araştırma olmakla birlikte esnaf ve sanatkârlar bağlamında yapılan sınırlı sayıda çalışma vardır (Arı, 2013; Bayat ve Eraslan, 2018; Çam ve Kabadayı, 2017; Demirer ve ark., 2017; Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Yayınları, 2013; İSTESOB, 2013; Kent Araştırmaları Merkezi, 2008; T.C. Kırıkkale Valiliği, 2019; TESK, 2012). Yıldız ve ark., 2013; Türkiye'ye yönelik yapılan çalışmalar genellikle mevcut durumun saptanmasına yönelik olmakta ve araştırma yöntemi olarak ağırlıklı nicel anket yöntemi kullanılmaktadır. Farklı yıllar içerisinde yapılan bu çalışmalarda da görüldüğü gibi yıllar içerisinde esnaf ve sanatkârların kronikleşmiş sorunlarının (finansman, teknolojiye/bilgiye erişim, destekler, pazarlama problemleri vs.) değişmediği anlaşılmaktadır.

Kaming ve ark. (1997, s. 21) anket yöntemi ile Endonezya'daki üç ana zanaatkâr grubunu (93 duvar ustası, 81 marangoz ve 69 çelik tamircisi) kapsayan çalışmasında inşaat ustalarının üretkenliğindeki yetersizliklerin gelişmekte olan ülkelerdeki en büyük insan kaynakları sorunlarından biri olduğunu ifade eder. İnşaat sektöründeki üretkenlik sorunlarını; malzeme eksikliği, yeniden inşa etme, işe gelmeme, malzeme ve ekipman eksikliği ve illegal grupların müdahaleleri olarak sıralamaktadır. Özellikle de gelişmekte olan ülkelerde yeniden inşa etmekten kaynaklı gecikmeler ve maliyet artışları en önemli iki temel sorun olarak sıralanmaktadır. Yeniden inşa etme nedenleri olarak: tasarım değişiklikleri, yetersiz yönlendirme (talimat)/iletişim sorunları, kötü işçilik, eğitim yetersizliği ve tasarıma ilişkin teknik şartnamenin karmaşıklığı gösterilmektedir. Bu nedenle marangozlar ve duvar ustalarının, çelik ustalarından daha fazla (neredeyse iki katı) yeniden yapmaya para ve zaman harcadıkları ifade edilmektedir

Fyhn ve Søråya (2017) Norveç'te yüksek teknoloji bir şantiyede yalın inşaat teknikleri ve robotik üretim teknolojisi kullanan inşaatta çalışan bir grup marangoz çalışanı vaka çalışması nitel analizi ile araştırmaktadır. Teknolojik üretim sistemleri içinde çalışmanın geleneksel inşaattan daha az beceri (zanaatkârlık) gerektirmediğini öne sürmektedir. Aksine giderek daha fazla prefabrikasyon ve karmaşık yapı sistemleri ile şekillenen yüksek teknoloji bina projelerinin yüksek kalite işçiliğin önemini artırdığını vurgular.

Alexandre ve arkadaşları (2017, s. 1290) Madeira bölgesinde (Portekiz) vaka analiz yöntemini kullanarak endüstriyel tasarımcılar, endüstriyel üreticiler ve zanaatkârlar arasındaki disiplinler arası ilişkiyi geliştiren/organize eden mekanizmaları incelemektedir. Bu çalışma üç mesleki grup arasında teknik bilgi alışverişinin sürdürülebilir zanaat faaliyetlerine ve üretimine katkıda bulunacağını ortaya koymaktadır. Zanaatkârlara yeni medya ve endüstriyel teknolojilere yönelik gelişmiş beceriler kazandırarak, çalışmalarını mevcut pazar taleplerine uyarlamalarına olanak tanıyarak zanaat etkinliğinin yeniden yapılandırılması gereği üzerinde durur.

Fry ve arkadaşları (2019, s. 1) Toskana bölgesinin (İtalya) gelişmiş ekonomi pazarlarında zanaat ürünlerinin tüketimine yönelik eğilimi analiz etmekte ve zanaatkârlık değerinin, ürünlerin markalaşmasından mı yoksa geleneksel işçilik değerinden/bilgisinden (know how) mi kaynaklandığını sorgulamaktadır. Fry ve arkadaşları (2019, s. 2) göre maddi olmayan varlıklar önemli hale geldikçe, maddi varlıklar giderek daha fazla yeni iş bölümlerine ve gelişmekte olan ülke üreticilerinin bu zincirlere girmesinde üstesinden gelmeleri gereken yeni engellere yol açmaktadır. Diğer bir deyişle üretim gibi somut faaliyetler gelişmekte olan ülkelerde dış kaynak kullanımı eğilimindeyken; markalaşma, tasarım ve inovasyonla ilgili maddi olmayan faaliyetler gelişmiş ülkelerde kalmaktadır. Dolayısıyla zanaatkârlığın maddi olmayan unsurlarını güçlendirmeye ağırlık vermek gerekir.

Marshall'ın (1890) kümelenmenin pozitif dışsallıkları üzerine çalışmaları ile sonrasında Porter'ın (1990, 1996) kümelenme yaklaşımını benimseyen bilimsel çalışmalar ve politika yapıcılar genellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sanayi bölgelerinde bulunan küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ'ler) yararlarını vurgulayarak, kümelenme geliştirme yoluyla yerel ekonomik büyümeyi desteklediğini öne sürmektedir (Locket ve Brown, 2006; OECD, 2017; UNIDO, 2020; Villa vd., 2009). Kümelenme ekonomisinin şehirlerin ve faaliyet kümelerinin içlerinde bulunan firmaların üretkenliğini artırdığı kabul edilir. Ayrıca firmalar ürünlerini daha büyük pazarlara sevk etme ve satma yeteneği kazanır. UNIDO (2020, s. 18) kümeleri "ortak zorluklar ve fırsatlarla karşı karşıya olan birbirine bağlı işletmelerin ve ilgili kurumların coğrafi yoğunlaşmaları" olarak tanımlar. Küme geliştirme genellikle ait oldukları değer zinciri içinde görece gücü zayıf, alıcı ve tedarikçi hâkimiyetine bağımlı KOBİ'leri desteklemeye odaklanır.

Ekonomik açıdan daha az tercih edilen alanlarda ise koruma yönetimine başvurmanın etkin bir geçiş sağlayabileceği konusunda yaklaşımlar söz konusudur (Grandi, 2020; Keshab, 2011; Leite ve Sehnem, 2017). BM ve Dünya Bankası destekli yürütülen ev içi üretim endüstrileri, çok küçük (tiny) endüstriler ve mikro işletmelerden oluşan organik el sanatları kümelenmeleri de kalkınma politikalarında yapılan uygulamalardır. Belirli meslek ve sanat dallarını korumak için de bu yola gidilmektedir. Kalkınma Bakanlığının (2024, s. 124) 12. Kalkınma Planında da –diğer kalkınma planlarında yer aldığı gibi- esnaf ve sanatkârları destekleme politikalarına yer verilmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de de kamu ve sivil toplum kurumları öncülüğünde ya da kooperatifler vasıtasıyla çok sayıda proje yürütülmektedir.

ESNAF EKONOMİSİNDE GÜNCEL GELİŞMELER

İşbirlikçi modeller içerisinde en bilineni kümelenmedir. Kümeler özellikle küçük işletmeler açısından önemlidir. Küçük boyutları nedeniyle bireysel olarak genellikle ölçek ekonomilerini gerçekleştiremezler ve bu nedenle büyük standartlaştırılmış ürün stoklarının teslimini veya uluslararası standartlara uyumu gerektiren pazar fırsatlarından yararlanmakta zorlanır. Genellikle sınırlı pazar gücüne sahiptir. Uzmanlaşmış destek hizmetleri satın almak için gereken kaynaklara sahip değildir. Spesifik bir sanayi veya sanat sektöründe üretim zincirinin ve değer zincirinin belirli bir aşamasında uzmanlaşmalarıyla nitelendirilebilir.

Grandi’ye (2020, s. 448) göre uluslararasılaşmanın hem başlangıcında hem de daha olgun aşamalarında başarının kilit noktaları, küçük işletmelerin küme ekosistemleri oluşturma ve bu ekosistemlerde çalışma kapasitesinde yatmakta olup büyük firmaların olmadığı bir ekonomik büyüme modeli sunmaktadır. Bu bağlamda esnaf ve sanatkâr açısından konu; sürdürülebilirlik, ekosistem, kümelenme, yaratıcılık, sanatkâr eğitimi (formal, informal, çıraklık eğitimi vs.) ve esnaf/sanatkâr düşünce yapısı olmak üzere konunun geniş bir çerçevede ele alınması gerektiğini göstermektedir. Dolayısıyla konunun tüm bu gelişmeler çerçevesinde bütünsel bir anlayışla ele alınması gereği ortaya çıkmaktadır. Ülkemizde ve dünyadaki gelişmeler de göz önünde bulundurularak konu Mersin ölçeğinde değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

Günümüzde geleneksel kümeler dışında dünyadaki uygulamalara paralel tamir cafe (repair café), yaratım atölyeleri (makerspaces) ve pop-up mekânlar türünden sosyo ekonomik amaçlı kümeler de yaygınlaşmaktadır. Pop-up, yaratıcı endüstrilerde pazara ucuz ve esnek erişim sağlar (Harris, 2018, s. 150). Her yaş grubuna yönelik oluşturulan tamir kafe ve yaratım atölyeleri ise yeni nesil inovasyon merkezi işlevi görmektedir (Russo, 2018, s. 198). Üreticiler, araştırmacılar ve topluluklar arasında katılım ve işbirliğiyle yeni bilgi üretim biçimleri sağlayan bu türden alanların inovasyon ekosistemini güçlendireceği vurgulanır. Bu anlamda geleneksel el sanatları ve üretim alanlarında yeni işbirlikçi modellerin hayata geçirilmesinin sürdürülebilir başarıya katkı sağlayacağı görüşü ağırlık kazanmaktadır.

Tüm bu gelişmeler çerçevesinde esnaf ve sanatkârlar bağlamında tasarımcıların ve sanatkârların yeni ortaya çıkan dijital üretim uygulamalarıyla en verimli şekilde bağlantı kurabilmeleri gerekir. Bu anlamda ülkeler tasarımcıların ve sanatkârların ağ bağlantılı, merkezi olmayan ve dijital üretim kültürlerini yönlendiren yeni işbirlikçi modellerin arayışındadır. Yaratıcı ürünleri (giysiler, çantalar, ayakkabılar gibi fiziksel ürünler ve dijital oyunlar, yazılım uygulamaları vb. gibi dijital ürünler dâhil) başarılı bir şekilde yaratma, üretme, dağıtma ve tanıtma yeteneği önemlidir. Bu çerçevede Russo (2018, s. 199) üç önemli unsur vurgular: (1) yetenekli uygulayıcılar tarafından yaratıcı mal veya hizmet üretimi, (2) ağ bağlantılı bir toplulukla bağlantı ve katılım, (3) yeni karşılıklılık

biçimleri geliştirme yetenekleri. Uygulama ve ürün yapım yaklaşımlarının giderek çeşitlendiği bir zamanda esnaf ve sanat faaliyetleri; malzeme, iyileştirme, hedef kitle ve yerellik gibi kavramlara dair yeni anlayış ve yaklaşımlar gerektirmektedir.

Profesyonel esnaf ve sanat uygulamalarında ilerlemenin en önemli zorluklarından biri yalnızca teknolojilere erişim değil, aynı zamanda ortaya çıkan bu olanaklarla anlamlı bir şekilde etkileşim kurma becerileridir (Luckman ve Thomas, 2018, s. 1). Daha önce de ifade edildiği gibi bu konuda birinci yaklaşım kümelenmeyi, ikinci yaklaşım ise zayıf alanlarda korumayı önermektedir. Alfred Marshall'ın (1890) yığılmanın pozitif dışsallıkları üzerine çalışmaları, sonrasında Porter'ın (1990, 1996) kümelenme yaklaşımını benimseyen bilimsel çalışmalar ve politika yapıcılar genellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sanayi bölgelerinde bulunan küçük işletmelerin yararlarını vurgulayarak, kümelenme geliştirme yoluyla yerel ekonomik büyümeyi desteklediğini öne sürmektedir.

KAVRAM TANIMLAMASI

Esnaf, Sanatkâr, Zanaatkâr ve Tacir

Kanunda “Bir ticari işletmeyi kısmen de olsa kendi adına işleten kişiye tacir denir (TTK-Madde 12/1).” “İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11 inci maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi esnaftır” (TTK, Madde 15/1).” Ayrıca “Ticaret şirketleriyle, amacına varmak için ticari bir işletme işleten vakıflar, dernekler ve kendi kuruluş kanunları gereğince özel hukuk hükümlerine göre yönetilmek veya ticari şekilde işletilmek üzere Devlet, il özel idaresi, belediye ve köy ile diğer kamu tüzel kişileri tarafından kurulan kurum ve kuruluşlar da tacir sayılırlar (TTK, Madde 16/1).”

“Ticari işletme, esnaf işletmesi için öngörülen sınırı aşan düzeyde gelir sağlamayı hedef tutan faaliyetlerin devamlı ve bağımsız şekilde yürütüldüğü işletmedir (TTK, Madde11/1).” “Geliri Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen sınırı aşmayan, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler esnaf” olarak tanımlanmaktadır. Yine “Vergi Usul Kanunu'nun 177'nci maddesinin birinci fıkrasının (1) ve (3) numaralı bentlerinde yer alan nakdi limitlerin yarısını, (2) numaralı bendinde yazılı nakdi limitin tamamını aşmayanların esnaf ve sanatkâr sayılır.”

Kanun'da hem sanat işi yapan yani ürettiğini satan hem de ürüne müdahale etmeksizin sadece işin ticaretini yapan (alım-satım) aynı başlıkta toplanmış olup “esnaf” olarak tanımlanır. Zanaat “yaratıcı beceriler kullanılarak elle veya bir dizi malların ve/veya zanaat hizmetlerinin üretimini içeren ekonomik bir faaliyettir. Özgün bir ürün yaratmak için fiziksel malzemelere şekil veren nitelikli işçi literatürde “zanaatkâr” olarak tanımlanır. Diğer bir bakış açısına göre zanaat, geleneksel tekniklerle özgün veya taklit ürünler yaratma sürecidir (ETF, 2024, s. 8). Zanaatkâr kavramı zaman içerisinde dönüşüme uğramış ve günümüzde “sanatkâr” olarak kullanılmaktadır. Oysaki sanatkâr tekil ya da özgün ürünler ortaya koyarken zanaatkâr aynı üründen birden fazla (bir seri veya dizi) üretimi söz konusudur. Esnaflık ise özü itibarıyla satıcılıktır. Dolayısıyla esnaflık ticari olarak satış yapan grupları, sanatkâr olarak nitelenmekle birlikte zanaatkârlar ise el emeği veya beden gücü ile ürettikleri sınırlı sayıda ürünü üretip satan bireyleri tanımlar. Bununla birlikte araştırmada kanun tanımlaması esas alınarak esnaf ve

sanatkâr gruplar ayrı ayrı değerlendirilmekten ziyade genel esnaf tanımı esas alınarak çalışma yürütülmektedir.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın iki temel amacı vardır. Birincisi, çalışmada belirlenen (Mersin Giyim Eşyası İmalat ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kuyumcular Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Marangozlar ve Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kundura, Deri Mamülleri ve Hediyelik Eşya İmalat, Tamir ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Elektrik, Bobinaj ve Benzerleri Teknisyenler Esnaf ve Sanatkârları Odası) esnaf ve sanatkârların demografik özellikleri, yapısı ve sorunları konusunda mevcut durum değerlendirmesi yapmaktır. İkincisi ise güncel gelişmeler çerçevesinde hedef esnaf ve sanatkârlara ilişkin pragmatik çözümler sunmaktır. Ayrıca çalışmalarının kendi yaşamlarında oynadığı rolü yeniden değerlendirmelerini sağlamaktır. Onlara kendi patronları olmak, kendi programlarını oluşturmak, bilgiye/teknolojiye erişim ve sürdürülebilir başarıyı yakalamak gibi ağır sorunlarına yeni bakış açıları kazandırmak ve çözüm önerileri geliştirmektir.

Bu amaçlar doğrultusunda Mersin esnaf ve sanatkâr işletme dinamiklerini analiz etmeye yönelik yapılacak olan saha çalışması aşağıdaki hususların belirlenmesini içerir:

- (1) Esnaf ve sanatkârlara yönelik demografik veriler
- (2) İşletme yapısı özellikleri
- (3) İş kurma süreçlerine ilişkin temel bilgiler
- (4) Finansal koşullar, pazarlama, tedarik ve satış uygulamaları
- (5) Esnaf ve sanatkâr olmanın zorlukları
- (6) Esnaf ve sanatkârın ihtiyacı olan destekler
- (7) Esnaf ve sanatkâr alt grupların karşılaştırmalı değerlendirilmesi

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak yapılandırılmış anket yöntemi kullanılmaktadır. Araştırma sorularını oluşturan ankette 29 adet seçenekli soru bulunmaktadır. Anketlerin uygulanması için istatistiki örnekleme yöntemlerinden basit rastgele örnekleme metodundan yararlanılmaktadır. Anketlerin tamamı yüz yüze katılım ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışma bilimsel araştırma türlerinden keşifsel araştırma kapsamına girmekte olup herhangi bir hipotez test edilmemektedir. Anket formunda yer alan sorular üzerinden ön test uygulanmıştır. Ön test kapsamında belirlenen altı (6) alt odanın her birinden üçer üye olmak üzere toplam 18 üye ile görüşme yapılarak ön test çalışması tamamlanmış ve anket soruları son halini almıştır. Toplam 484 adet üye esnafa ulaşılmıştır. Araştırmanın ana kütleliğini 31.12.2023 tarihi itibarıyla Mersin il merkezinde Mersin ESOB'a kayıtlı 4.154 kayıtlı altı alt grup Oda üyesi esnaf ve sanatkâr işletmeler oluşturmaktadır (Tablo 1). (Araştırma anketinin uygulanması, Mersin Üniversitesi Etik Kurulu'nun 22.03.2023 tarihli ve 86 sayılı toplantısında aldığı kararla gerçekleştirilmiştir).

Tablo 1.
Örneklem Dâhil Edilen Odalar ve Ağırlıkları

Sayı	Örneklem Odalar	Toplam Üye Sayısı	Toplam İçinde Yüzdesele Dağılım	Değerlendirmeye Alınması Gereken Üye Sayısı
1	Mersin Giyim Eşyası İmalat ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası	1282	0.31	109
2	Mersin Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası	525	0.12	42
3	Mersin Kuyumcular Esnaf ve Sanatkârlar Odası	284	0.07	25
4	Mersin Marangozlar ve Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası	825	0.20	71
5	Mersin Kundura, Deri Mamulleri ve Hediyelik Eşya İmalat, Tamir ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası	712	0.17	60
6	Mersin Elektrik, Bobinaj ve Benzerleri Teknisyenler Esnaf ve Sanatkârları Odası	526	0.13	45
Toplam		4 154	100	352

Bu bağlamda hedef kitle: Mersin Giyim Eşyası İmalat ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kuyumcular Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Marangozlar ve Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kundura, Deri Mamulleri ve Hediyelik Eşya İmalat, Tamir ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Elektrik, Bobinaj ve Benzerleri Teknisyenler Esnaf ve Sanatkârları Odası'dır. Ana kütle için gerekli örneklem sayısı belirlenmesinde; sürekli değişkenler söz konusu olduğu için örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanır:

$$n_0 = \left[\frac{s \cdot t}{d} \right]^2$$

Burada; n_0 örneklem büyüklüğünü, t belirli anlamlılık düzeyinde t tablosundaki değeri, s evrenin standart sapmasını, d kabul edilebilir hata payını ifade eder. Eğer bulunan değer evrenin %5'ini aşıyorsa, aşağıda verilen düzeltme formülü (Cochran, 1997, aktaran Bartlett, Körtlik ve Higgins, 2001) ile örneklem büyüklüğü yeniden hesaplanabilir olup aşağıdaki formül kullanılmaktadır (Baştürk ve Taştepe,2013, s.150):

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Burada; N evren büyüklüğü ve n_0 örneklem büyüklüğünü tanımlar. Buna göre; kabul edilebilir hata payımız (d) 0.05, standart sapmamız (s) 0.5 puan ve güven düzeyimiz 0.95 olarak tespit edilmiştir. Serbestlik derecesi ve güven düzeyine denk gelen t değeri 1.96 olduğu kabul edilmiştir.

$$n_0 = \left[\frac{s \cdot t}{d} \right]^2 \quad \text{ve} \quad n_0 = \left[\frac{0.5 \cdot 1.96}{0.05} \right]^2 = 384.16 \text{ şeklinde hesaplanır.}$$

Düzeltilme formülü uygulandığında ise anketin örneklem büyüklüğü 352 işletme olarak hesaplanmaktadır:

$$\frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{ve} \quad n = \frac{384,16}{1 + \frac{384,16}{4.154}} = 351.64$$

Tanımlayıcı istatistik analizi ile esnaf ve sanatkârların ekonomik verileri, işe bakış düzeyleri gibi alanlarda bilgi elde edilmesi planlanmaktadır. Ankette yer alan demografik ve genel bilgi sorularına ilişkin frekans analizi yapılmaktadır. Daha sonra araştırmada esas alınan esnaf grupları arasında araştırma konuları kapsamında bir farklılık olup olmadığı karşılaştırma analizleri ile değerlendirilmektedir.

ANALİZ VE BULGULAR

Bu bölümde ilk olarak araştırma örneklemeine dâhil edilen esnaf ve sanatkârlara ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmektedir. Demografik bilgiler araştırma grubunun homojenliği konusunda kullanışlı ipuçları sunar.

Tablo 2.
Demografik Bulgular

Değişkenler	Frekans	Yüzde (%)	Değişkenler	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet			Eğitim		
Erkek	405	83.7	İlkokul	117	24.2
Kadın	79	16.3	Ortaokul	93	19.2
Toplam	484	100.0	Lise	190	39.3
Medeni Durum			Üniversite	84	17.3
Evli	377	77.9	Toplam	484	100.0
Bekâr	107	21.1	Çalışan Sayısı		
Toplam	484	100.0	0	102	21.1
Yaş			1	110	22.7
18-30	71	14.7	2	118	24,4
31-40	127	26.2	3	60	12.4
41-50	155	32.0	4	38	7.9
51-60	99	20.5	5-10	47	9.7
61 ve üstü	32	6,6	11 ve üzeri	9	1.8
Toplam	484	100.0	Toplam	484	100.0

Tablo 2’de de görüldüğü gibi ankete katılan toplam 484 esnafın yaklaşık %84 gibi büyük çoğunluğu erkek, ağırlıklı olarak 31 ve 60 yaş aralığındadır. Araştırma konu olan esnaf grubu ağırlıklı olarak ilkokul, ortaokul ve lise mezunudur. Araştırma grubunun yaklaşık %78 gibi yüksek bir oranla evli oldukları görülmektedir. Toplam çalışan sayısı açısından 4 kişiden az personeli olan işletme oranı yaklaşık %81’dir. Bu veriler bize çalışan sayısı açısından esnaf işletmelerin çok küçük ölçekli (mikro) ekonomik birimler olduğunu göstermektedir (Tablo 2).

Tablo 3.*Esnaflık ve İş Kurma Süreçlerine İlişkin Temel Bilgiler*

Değişkenler	Kategoriler	Frekans	Yüzde (%)
İşyeri kira mı mülkiyet mi?	Kira	299	61.8
	Mülkiyet	185	38.2
Aylık ortalama gelir düzeyiniz nedir?	0-20 000TL	76	15.7
	20 001-25 000TL	81	16.7
	25001-30 000TL	84	17.4
	30 001-35 000TL	85	17.6
	35 001 TL ve üzeri	156	32.2
	Cevap yok	2	0.4
Girişime başlamadan önceki konum?	Çalışan/Çıracak	307	63.4
	İşsiz	42	8.7
	Girişimci	56	11.6
	Öğrenci	78	16.1
	Cevap yok	1	0.2
Önceki sektör deneyiminiz?	Aynı sektörde çalışan/çıracak	301	62.2
	Farklı sektörde çalışan	71	14.7
	Aynı sektörde girişimci	30	6.2
	Farklı sektörlerde girişimci	21	4.3
	Öğrenci	57	11.8
	Cevap yok	4	0.8
Mesleği nasıl öğrendiniz?	Aile işletmesinde	167	34.5
	Çıracılık	217	44.8
	Mesleki kurslar	16	3.3
	Meslek lisesi	11	2.3
	Meslek yüksekokulu	13	2.6
	Diğer	59	12.1
	Cevap yok	1	0.4
İş kurma nedenleri nelerdir?	Mevcut iş fırsatları/olanakları	165	34.1
	Aile mesleğini devam ettirme isteği	171	35.3
	İş bulamama	60	12.4
	Diğer	86	17.8
	Cevap yok	2	0.4
Ailede esnaf var mı?	Evet	324	67.0
	Hayır	157	32.4
	Cevap yok	3	0.6
Babanın mesleği?	Esnaf	266	55.0
	Yüksek statülü iş (profesyonel/işadamı)	30	6.2
	Düşük statülü iş (işçi/çiftçi)	98	20.2
	Diğer	88	18.2
	Cevap yok	2	0.4
Kuruluş sermaye kaynakları nelerdir?	Öz sermaye	270	55.8
	Aile	151	31.2
	Arkadaşlar	2	0.4
	Finansal kurumlar	27	5.6
	Diğer	15	3.1
	Cevap yok	19	3.9
Kuruluş sermaye kaynakları nelerdir? (İkinci farklı sermaye kaynağı olarak ankete katılan esnafın verdiği cevaplar)	Öz sermaye	25	25.3
	Aile	52	52.5
	Arkadaşlar	5	5.1
	Finansal kurumlar	14	14.1
	Diğer	3	3.0
Çalışan olmak yerine esnaf olmanın en önemli avantajı nedir?	Bağımsız çalışma	267	55.2
	Zaman ve esnekliğe sahip olma	73	15.0
	İş tatmini	24	5.0
	Daha fazla kazanma	73	15.0
	Vergi avantajı	8	1.6
	Diğer	34	7.0

	Yok	2	0.4
	Cevap yok	3	0.8
Aynı işi çalışan olarak yapmaya kıyasla esnaf olmak:	Daha iyi	317	65.5
	Aynı sayılır	86	17.8
	Daha kötü	76	15.7
	Cevap yok	5	1
Başka bir gelir kaynağı olsa yine de esnaf olmayı seçer misiniz?	Evet	269	55.6
	Kararsızım	117	24.2
	Hayır	92	19.0
	Cevap yok	6	1.2
Esnaflık dışında ek gelir kaynaklarınız	Diğer ortaklık gelirleri	32	6.6
	Emeklilik geliri	112	23.1
	Gayrimenkul gelirleri	63	13.0
	Diğer	29	6.0
	Yok	244	50.4
	Cevap Yok	4	0.9

Tablo 3'te esnaflık ve iş kurma süreçlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır. Kendi işini kuran esnafların %61.8 gibi önemli bir kısmının işyerinin mülkiyeti kendisine ait değildir. Gelir dağılımı açısından ise esnaf grupları çeşitlilik göstermektedir. Esnafların önemli bir bölümü (63.4) yaptıkları işin çıraklığından gelmektedir. Mesleği ya çıraklık yoluyla (%44.8) ya da aile işletmesinde edindiği deneyim yoluyla (%34.5) öğrenmiştir. İş kurma nedenlerinin başında aile mesleğini devam ettirme (%35.3) ve mevcut iş fırsatlarından yararlanma isteği (%34.1) gelir. Esnaf olmayı tercih edenlerin çoğunluğunun (%67) aileleri de esnaf olmaktadır. Baba mesleği ağırlıklı olarak esnaf (%55) ya da düşük statülü iş (işçi/çiftçi) grubunda (%20.2) yer almaktadır.

Kuruluş sermaye kaynakları ağırlıklı olarak kendi öz sermayesi (%55.8) ve ailesi (%31.2) olmaktadır. Yine ikincil sermaye kaynağı olarak da bu kalemler ön plana çıkmaktadır. Ne yazık ki düşük finansal kapasiteleri ve teminat vermedeki sıkıntılar nedeniyle esnafın finansal kurumlardan yararlanma oranı (%5.6) çok sınırlıdır. Çalışan olmak yerine esnaf olmanın en önemli avantajı olarak bağımsız çalışma (%55.2) ifade edilmektedir. Bunu daha fazla kazanma (%15) ile zaman ve esnekliğe sahip olma (%15) izlemektedir. Esnafın bütün zorluklara rağmen işlerini sevdiği anlaşılmaktadır. Önemli bir bölümü aynı gelir düzeyinde çalışan olmaya kıyasla esnaf olmayı tercih etmekte (%65.5) ve başka bir gelir kaynağına sahip olsa da yine de esnaf olmayı tercih edenlerin oranı (%55.6) yüksektir. Bu veriler tüm sıkıntılara rağmen esnafın işleri ile anlamlı bir bağ kurduğunu, tabiri caizse esnaf ruhunu kaybetmediğini gösterir. Esnaflık dışında ek gelir kaynağı olmayanların oranı %50.4 iken ek gelir olduğunu beyan edenlerin %23.1 gibi ağırlıklı oranı emeklilik gelirlerini göstermektedir (Tablo 3).

Esnafın %58.3 gibi yüksek bir oranı herhangi bir destekten yararlanmadığını ifade etmektedir. Genellikle erken yaşlarda çalışma hayatına giren esnafın destek aramama nedenlerinin başında "her şeyi zaten bildiğini" ifade edenlerin oranı %55.5'tir. İkinci önemli gerekçe olarak diğer (%25.8) seçeneği işaretlenmiştir. Diğer seçeneğini işaretleyenlerin büyük bir oranı resmi finansal destek arayışı olmayışının temel nedeni olarak kredi verilmeyeceği konusundaki realite gösterilmektedir. Formal bilgi desteği alanların oranı %22.5 ve finansal desteklerden yararlanma oranı ise %10.1 düzeyinde olup çok düşük düzeydedir. Bu veriler gerek bilgiye ulaşma gerek finansal kaynaklara erişim noktasında esnafın büyük problemleri olduğunu göstermektedir. Bu bilgiler esnafın iş kurma ve büyütme sürecinde finansal kaynaklara erişiminin çok sınırlı olduğunu ağırlıklı olarak kendi finansal olanaklarına, kendi bilgi ve becerilerine güvendiklerini göstermektedir. İkincil olarak da aile ve yakın arkadaşların destekleri söz konusudur (Tablo 4). Esnafın formal desteklerden yararlanma oranı düşük olup ağırlıklı olarak kendi olanakları ve becerileri çerçevesinde işlerini yürüttüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 4.*Esnaflık ve Desteklerden Yararlanma*

Değişkenler	Kategoriler	Frekans	Yüzde (%)
Ne tür tavsiye ve destek aldınız?	Formal bilgi desteği	109	22.5
	Formal finansal destek	49	10.1
	İnformal bilgi desteği	31	6.4
	İnformal finansal destek	12	2.5
	Almadım	282	58.3
Ne tür tavsiye ve destek aldınız? (İkinci farklı bilgi desteği alanlar olarak ankete katılan esnafların verdiği cevaplar)	Cevap yok	1	0.2
	Formal bilgi desteği	3	7.7
	Formal finansal destek	33	84.6
	İnformal bilgi desteği	2	5.1
	İnformal finansal destek	1	2.6
Tavsiye veya destek ihtiyaçları ne kadar iyi karşılandı?	Almadım	0	0.0
	İyi karşılandı	150	40.8
	Belirli bir oranda karşılandı	100	27.2
Neden tavsiye/destek aramadınız? (aramayanlar için)	İyi karşılanmadı	118	32.0
	Her şeyi zaten biliyordum	193	55.5
	Kime soracağımı bilemedim	34	9.8
	Ne soracağımı bilemedim	9	2.6
	Ne yapacağımı bilemedim	22	6.3
Faaliyetleri sürdürmede ailenin desteği var mı?	Diğer (Hiçbiri)	90	25.8
	Tam destek	142	29.3
	Çok sık	29	6.0
	Genellikle	58	12.0
	Ara sıra	54	11.2
	İhtiyaç oldukça	57	12.0
Cevap yok	Yok	136	28.1
		8	1.4

Araştırma kapsamında yer alan esnafların herhangi bir işbirliği veya ortak çalışma yapmadığını belirtenlerin oranı %64.5 gibi yüksek bir orandır. Ortak çalışma, iş paylaşımı yapanların oranı %10.3 iken müşteri paylaşımı oranı sadece %9.3'tür (Tablo 5). Bu oranların düşük olmasında esnaf faaliyetlerinin coğrafik olarak dağınık yapısı, kümelenme konusundaki zayıflıklar, ekonomik ve kültürel faktörler etkilidir. Birçok sektörde kümelenme avantaj sağlar. İşbirliklerini ve iş ağlarını güçlendirir. Bu konuda da eksikler vardır. Marangoz ve mobilyacı esnafı da kümelenme ihtiyacını dile getirmektedir.

Tablo 5.*İşbirlikleri ve Ağlar*

Değişkenler	Kategoriler	Frekans	Yüzde (%)
Diğer işyeri sahibi kişiler veya işletmelerle hiç ortak çalışma veya işbirliği yaptınız mı?	İşi paylaşmak	50	10.3
	Müşterileri paylaşmak	45	9.3
	Farklı işler için insanları yönlendirmek		
	Hayır	48	9.9
	Diğer	312	64.5
Kendinizi parçası olarak gördüğünüz iş ağları var mı?	Cevap yok	24	4.5
		5	1.0
	Sosyal medya ağı	79	16.3
	Gayri resmi iş ağı	22	4.5
	Resmi iş ağı (esnaf ve sanatkâr odası gibi)	103	21.3
	Diğer ağlar		
Cevap yok	Yok	21	4.3
		255	52.7
		4	0.8

Kendisini parçası olarak gördüğü iş ağları olmadığını beyan edenlerin oranı %52.7'dir. Esnafları temsil eden en önemli sivil toplum kuruluşu olarak esnaf ve sanatkârlar odasını gördüklerini beyan edenlerin oranı ise %21.3 düzeyinde kalmıştır. Sosyal medya ağı tercih düzeyi %16.3'tür (Tablo 5). İşbirlikleri ve ağlar konusunda eğilimler ne yazık ki düşük düzeydedir. Günümüzde başarılı esnaf uygulamaları stratejik işbirlikleri ve ağlar içerisinde var olmaktadır. Bu iş birlikleri bilgi alış-verişi, müşteriler ve iş paylaşımı, sektördeki güncel gelişmeleri yakalamak ve sürdürülebilir başarı açısından özellikle de profesyonel esnaf faaliyetlerinde başarılı bir niş pazar yaratır.

Tablo 6.
İş Uygulamaları ve Müşteri Bağımlılığı

Değişkenler	Kategoriler	Frekans	Yüzde (%)
Ana müşteriden gelen iş miktarı?	Ana müşteri yok	112	23.2
	%25'ten az	97	20.1
	%25-%50	114	23.6
	%51-%75	80	16.6
	%76-%100	49	10.1
	Hepsi	31	6.4
Ürün fiyatlandırma izlediğiniz fiyat stratejisi nedir?	Maliyet + kar	217	45.2
	Piyasa fiyatı	161	33.5
	Rekabete dayalı fiyatlandırma	62	12.8
	Bölgesel fiyatlandırma	29	6.0
	Yok	11	2.3

Müşteri bağımlılığı sadece gelir sürekliliği açısından değil müşterilerin ne istediklerini anlamak açısından da esnaf için bir avantaj olabilmektedir. Küresel ekonominin getirdiği seçeneklerin ve rekabetin artması ile birlikte müşteri bağımlılığı da giderek azalmaktadır. Esnafların %33.1'i %50'nin üzerinde müşteri bağımlılığı düzeyine sahiptir. Ürün fiyatlandırmasında ise ağırlıklı olarak "maliyet + kâr" (%45.2) ve "piyasa fiyatı" (%33.5) stratejisi uygulanmaktadır. Fiyat belirlemede zarar etmemek ve ayakta kalabilmek amacıyla esnafların iş maliyetlerinin yanı sıra piyasa fiyatlarını izleyerek de fiyat politikalarına yön verdikleri anlaşılmaktadır (Tablo 6).

Tablo 7. Sektör Bazında Karşılaştırmalı Seçilmiş Oranlar
7.1.

Sektör Cinsiyet Dağılımı

Değişkenler	Kadın	Erkek	Toplam
Giyim	34 (%41.50)	48 (%58.50)	%100
Terzi	22 (%28.00)	59 (%72.00)	%100
Kuyumcu	6 (%7.30)	76 (%92.70)	%100
Kunduracı	4 (%5.0)	76 (%95.00)	%100
Marangoz	7 (%9.00)	72 (%91.00)	%100
Elektrik	4 (%5.10)	75 (%94.90)	%100
Toplam	78	406	484

Tablo 7.1'de de görüldüğü gibi esnaf kadınların ağırlıklı giyim ve terzi işlerinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Esnaf odasına kayıtlı 78 kadın esnafın yaklaşık %72'si gibi büyük bölümü giyim ve terzi faaliyetlerinde yer almaktadır. Kadınların yine kadınlara özgü olarak kabul edilen işlerde yoğunlaştığı görülmektedir.

7.2.

Sektör Yaş Dağılımı

Yaş	18-30	31-40	41-50	51-60	61 ve üstü	Toplam
Giyim	19 (%23.20)	35 (%42.70)	18 (%22.00)	7 (%8.50)	3 (%3.60)	%100
Terzi	4 (%4.90)	16 (%19.51)	32 (%39.02)	26 (%31.71)	4 (%4.86)	%100
Kuyumcu	16 (%19.51)	31 (%37.80)	24 (%29.27)	10 (%12.19)	1 (%1.23)	%100
Kunduracı	8 (%10.00)	10 (%12.50)	23 (%28.75)	24 (%30.0)	15 (%18.75)	%100
Marangoz	8 (%10.12)	16 (%20.25)	30 (%37.97)	18 (%22.78)	7 (%8.88)	%100
Elektrik	16 (%20.25)	19 (%24.05)	27 (%34.18)	14 (%17.72)	3 (%3.8)	%100
Toplam	71 (%14.67)	127 (%26.24)	154 (%31.81)	99 (%20.46)	33 (%6.82)	%100

Sektör yaş dağılımı karşılaştırmasına bakıldığında giyim ve kuyumculuk sektörünün ağırlıklı olarak daha genç yaş dağılımına sahip olduğu görülmektedir. 40 yaş altı faaliyet gösteren esnaf oranı giyim sektöründe %65.9 iken kuyumculuk sektöründe %57,31'dir. 50 yaş üstü faaliyet gösteren esnaf grubu olarak %48.75 oran ile kunduracılar ön plana çıkmaktadır. Kunduracılık sektörü yaşlanan bir dağılıma sahip olarak gençlerin bu mesleği fazla tercih etmediğini ifade edebilir. Marangoz ve elektrikçilerin yaş dağılımı daha homojen ve benzer eğilim sergilemektedir (Tablo 7.2).

Araştırmaya konu olan esnaf grupları içerisinde üniversite mezunu düzeyi en yüksek olan grup olarak kuyumcular (%41.5) ve giyim sektörü (%23.2) karşımıza çıkmaktadır. Yüksek öğrenim düzeyi oranı en düşük grup ise kunduracılar (%5) ve elektrikçilerdir (%8.9). 12 yıllık zorunlu eğitim sisteminden dolayı tüm meslek grupları açısından lise mezunlarının ağırlığının yüksek olması anlaşılır bir durumdur (Tablo 7.3).

7.3.

Eğitim Durumu Sektör Dağılımı

	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite	Toplam
Giyim	6 (%7.30)	21 (%25.60)	36 (%43.90)	11 (%23.20)	%100
Terzi	30 (%36.60)	20 (%24.40)	21 (%25.60)	19 (13.40)	%100
Kuyumcu	13 (%15.90)	9 (%11.00)	26 (%31.70)	34 (%41.50)	%100
Kunduracı	30 (%37.50)	11 (%13.80)	35 (%43.80)	4 (%5.00)	%100
Marangoz	21 (%26.90)	19 (%25.30)	29 (%37.20)	9 (%11.50)	%100
Elektrik	17 (%21.50)	12 (%15.20)	43 (%54.40)	7 (%8.90)	%100
Toplam	117 (%24.17)	93 (%19.22)	190 (%39.25)	84 (%17.36)	484

Tablo 7.4'te görüldüğü gibi gelir dağılımının en yüksek (35 001 TL ve üzeri) olduğu esnaf grubu olarak kuyumculuk (%72) ve marangozluk (%44.3) faaliyetleridir. Gelir dağılımı açısından en düşük (0-20 000 TL) gelir düzeyi içerisinde terziler (%34.1) ve kunduracıların (%25) olduğu anlaşılmaktadır. Günümüzde artan seri imalat teknolojisi ile birlikte terzilik ve kunduracılık işleri imalattan ziyade ağırlıklı olarak tadilat işlerine dönüştüğü anlaşılmaktadır.

7.4.

Gelir Durumu Sektör Dağılımı

	0-20.000 TL	20.001-25.000	25.001-30.000	30.001-35.000	35.001 ve üstü	Toplam
Giyim	11 (%13.40)	14 (%17.10)	14 (%17.10)	16 (%19.50)	27 (%32.90)	%100
Terzi	28 (%34.10)	15 (%18.30)	19 (%23.20)	9 (11.00)	11 (13.40)	%100
Kuyumcu	5 (%6.10)	4 (%4.90)	5 (%6.10)	9 (%11.00)	59 (%72.00)	%100
Kunduracı	20 (%25.00)	23 (%28.70)	11 (%13.80)	12 (%15.00)	14 (%17.50)	%100
Marangoz	4 (%5.10)	4 (%5.10)	13 (%16.50)	23 (%29.10)	35 (%44.30)	%100
Elektrik	10 (%12.70)	21 (%26.60)	22 (%27.80)	16 (%20.30)	10 (%12.70)	%100
Toplam	78 (%16.11)	81 (%16.74)	84 (%17.36)	85 (%17.56)	156 (%32.23)	484

Karşılaştırma Analizleri

Araştırmada ankete katılan gruplar frekans dağılımları açısından incelenmiştir. Anket sorularında yer alan ilgili soruların güvenilirlik testi sonucu elde edilen Alfa Katsayısı (cronbach's alpha) 0,773 çıkmıştır. Cronbach alfa katsayısı, çoktan seçmeli ve toplam puanlar üzerine kurulu ölçeklerin güvenilirliğinin belirlenmesinde sıklıkla kullanılmaktadır (Alpar, 2017:783). Cronbach's alfa katsayısı (0,773) anket uygulamasında geliştirilen soruların (testin) oldukça güvenilir olduğu söylenebilmektedir. Veriler normal dağılımı sağladığı için ($p>0.05$ düzeyinde anlamlı) farklılıklarının analizinde Anova testi kullanılmaktadır (Tablo 8).

Tablo 8.

Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik İstatistikleri	N	P değeri
Cronbach's Alpha	21	0.000 (<0.05)

Analizde karşılaştırma yapılacak gruplar, sektörleri temsil eden hedef gruplar olan Mersin Giyim Eşyası İmalat ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Terziler Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kuyumcular Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Marangozlar ve Mobilyacılar Esnaf ve Sanatkârlar Odası, Mersin Kundra, Deri Mamülleri ve Hediyelik Eşya İmalat, Tamir ve Satıcıları Esnaf ve Sanatkârlar Odası ve Mersin Elektrik, Bobinaj ve Benzerleri Teknisyenler Esnaf ve Sanatkârları Odası'ndan oluşmaktadır. Bu sektör gruplarına göre anket sorularına verilen yanıtların ortalaması alınarak karşılaştırma analizi yapılmıştır.

Anket sorularında yer alan 24 ifadeye verilen yanıtların sektörler açısından farklılıklarını analiz etmek için aşağıdaki genel hipotez oluşturulmuştur.

H0: Bağlı bulunulan oda/meslek grupları açısından ilgili soru açısından herhangi bir farklılık bulunmamaktadır?

H1: Bağlı bulunulan oda/meslek grupları açısından ilgili soru için aralarında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Elde edilen analiz sonuçlarına göre anlamlılık seviyeleri Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9.*Anova Testi Sonuçları*

Soru	p değeri	Soru	p değeri
Aylık gelir	0,000	Ana müşteriden gelen iş miktarı	0,284
Çalışan sayısı	0,000	İşyeri kira mı mülkiyet mi?	0,000
Girişime başlamadan önceki konum	0,000	Esnaflık dışında ek gelir kaynağınız	0,002
Önceki Sektör Deneyimi	0,000	Aynı işi çalışan olmaya kıyasla esnaf olmak nasıldır?	0,348
Mesleği nasıl öğrendiniz	0,009	Başka gelir kaynağı olsa esnaf olmayı seçer miydiniz?	0,007
İş kurma nedenleri	0,099	Kuruluş sırasında tavsiye destek aldınız mı?	0,003
Ailede esnaf var mı?	0,006	Tavsiye destek ne kadar iyi karşılandı?	0,195
Babanın mesleği	0,000	Neden tavsiye destek almadınız?	0,644
Kuruluş sermaye kaynakları	0,872	Faaliyetleri sürdürmede aile desteği var mı?	0,003
İkinci kuruluş sermaye kaynağı	0,144	Diğer işyeri sahibi kişiler ile ortak çalışma yaptınız mı?	0,080
Çalışanların haftalık çalışma süresi	0,036	Ürün fiyatlandırmada kullanılan strateji nedir?	0,022
Çalışan olmak yerine esnaf olmanın avantajı var mı?	0,858	Parçası olarak gördüğünüz iş ağları var mı?	0,000

Araştırma anketinde yer alan verilerden yola çıkarak Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odasına bağlı 6 alt sektör açısından ortalamaları belirlendikten sonra, bu sektörler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan analizde 24 ifadenin 15'inde farklı görüşe sahip olduğu belirlenmiştir. Bu 15 ifade için yapılan Anova testinde anlamlılık seviyesi $p < 0,05$ çıkmıştır. Böylece bu ifadeler için sıfır hipotezleri reddedilmiş ve anlamlı farklılıklar olduğunu belirten hipotez kabul edilmiştir.

Alt sektörler arasında farklılık görülmeyen ifadeler ($p > 0,05$) şu başlıklardan oluşmaktadır:

- İş kurma nedenleri arasında belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- İşyeri kuruluş sermaye kaynakları açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- Aynı işte çalışan kişi olmak yerine esnaf olmanın avantajı olup olmadığı açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- Ana müşteriden gelen iş miktarları açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- Aynı işte çalışan olmaya kıyasla esnaf olmanın nasıl olduğunu belirlemek açısından, belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- İşyerinin kurulması aşamasında aranan tavsiye veya desteklerin ne kadar iyi karşılandığını anlamak açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur (ikinci soru açısından da anlamlı farklılık görülmemiştir).
- İşyeri kuruluş aşamasında tavsiye destek aranmamasının nedenleri açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.
- Diğer işyeri sahipleri veya işyerleri ile ortak çalışma (iş) yapılması açısından belirtilen sektörler arasında anlamlı farklılık yoktur.

Hipotez testleri sonucunda yapılan karşılaştırma analizlerinde alt sektörler açısından anlamlı farklılık görülen sorulara bakıldığında hangi sektörler arasında farklılık olup olmadığını görmek için post hoc testlerine başvurulmuştur. Post hoc testleri sonucunda Anova testi ile paralel neticeler elde edilmiş, sektörler arasındaki anlam farklılıkları açıkça görülmüştür.

Yukarıda belirtilen çalışmanın amaçları doğrultusunda Mersin esnaf ve sanatkâr işletme dinamiklerini analiz etmeye yönelik yapılacak olan saha çalışması aşağıdaki hususların belirlenmesini içermekte olup ilgili anket soruları bu gruplar doğrultusunda eşleştirilmiştir.

Esnaf ve sanatkârlara yönelik demografik veriler: Genç yaş nüfusunun genellikle zanaatkârlık olarak adlandırılan alanlarda düşük olduğu, kadın nüfusunun kadına özgü görülen giyim ve terzi alanlarında yüksek olduğu belirlenmiştir.

İşletme yapısı özellikleri: Giyim sektörü dışında yer alan kundura, marangoz ve elektrik sektörlerinde genellikle aile içerisinde yetişirme ile aile işletmesi şeklinde konumlandıkları görülmektedir. Anket yanıtlarından yola çıkarak giyim ve terzi gruplarında bireysel işyeri açma şeklinde çalışıldığı görülmekte olup, kuyumculuk alanında yine çıraklıktan geldiği ancak aile işletmesinden çok kendi işyerine dönüştüren bir yapıya sahip olduğu anlaşılmaktadır.

İş kurma süreçlerine ilişkin temel bilgiler: Genel anlamda bakıldığında zanaatkârlık alanlarında çırak yetişmemesi nedeni ile zorluklarla karşılaşmaktadır. Özellikle kunduracılık mesleğinde bu konuda ileride mevcut haliyle çalışan işyerlerinin görülmesinin zor olacağı ifade edilmektedir. Gelir açısından bakıldığında da kunduracılık açısından daha düşük bir ayakta kalma oranı olacağı söylenebilmekle birlikte, insanların ihtiyaçlarının karşılanıyor olması sebebi ile genel anlamda tüm sektörlerin faaliyetlerine dönüşerek de olsa devam edebileceği ifade edilebilir.

Finansal koşullar, pazarlama, tedarik ve satış uygulamaları, kayıt tutma: “Kuruluş sermaye kaynakları” ve “Ana müşteriden gelen iş miktarları” sorularına verilen yanıtlarda sıfır hipotezi kabul edilmiştir. Yapılan Anova testine göre araştırmaya konu olan altı odaya mensup katılımcılar tarafından verilen yanıtlar doğrultusunda anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu doğrultuda oluşturulan hipotez reddedilmiş, sıfır hipotezi kabul edilmiştir. Ürün fiyatlandırmasında kullanılan stratejiler sorulduğunda ise p değeri 0,022 çıkmış ve sektörler arasında ürün fiyatlandırma stratejileri açısından anlamlı farklılık olduğu görülmüştür.

Esnaf ve sanatkâr olmanın zorlukları: Başka gelir kaynağı olsa yine esnaf olmayı seçer misiniz sorusuna verilen yanıtlara göre sektörler arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Çalışan olmak yerine esnaf olmanın avantajı sorusu ve aynı işi çalışan olmaya kıyasla esnaf olmak nasıldır değerlendirildiğinde sektörler arasında anlamlı farklılık görülmemiş, sıfır hipotezlerinin kabul edilmiştir. Esnaf faaliyeti gösteren altı oda için de başka gelir kaynağı olsa yine de esnaf olarak çalışmayı seçer misiniz sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde ise sektörler arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir.

Esnaf ve sanatkârın ihtiyacı olan destekler: “Kuruluş sırasında tavsiye veya destek alındı mı”, “Tavsiye ve destek ihtiyacı ne kadar iyi karşılandı”, “Neden tavsiye destek aramadınız” ve “Faaliyetleri sürdürmede aile desteği var mı” soruları girişim faaliyetlerinde destek ihtiyaçlarını ortaya koymayı amaçlamıştır. Kuruluş sırasında tavsiye destek alınması ve faaliyetleri sürdürmede aile desteği var mı sorusuna verilen yanıtlarda sektörler arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Tavsiye ve destek ihtiyacının ne kadar iyi karşılandığı ve neden tavsiye destek aramadınız sorularına verilen yanıtlar açısından ise anlamlı farklılıklar görülmemektedir.

Esnaf ve sanatkâr gruplar açısından başarılı özgün ya da yerel iş uygulamaları: “Diğer işyeri sahibi kişiler veya işletmelerle hiç ortak çalışma yaptınız mı” ve “Kendinizi parçası olarak gördüğünüz iş ağları var mı” sorularına verilen yanıtlara bakıldığında, ortak çalışma yapılması açısından anlamlı farklılık tespit edilmemiş, parçası olarak görülen iş ağları sorusuna bakıldığında ise sektörler arasında anlamlı farklılık görülmüştür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Teknoloji ve ölçek ekonomilerinin tehdidi altında daha da zorlu bir hale gelen esnaf ve sanatkâr faaliyetlerinin mevcut doğasını anlayıp, sürdürülebilirliğine ilişkin neler yapılabilir noktasında cevap arayışı araştırmayı şekillendirmektedir. Bu amaçla Mersin merkezde faaliyet gösteren Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği'ne (MESOB) kayıtlı altı (6) alt oda üyeleri (Giyim, Terzi, Kuyumcu, Marangoz, Kunduracı, Elektrik) çalışmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Anket yöntemi ile 6 meslek grubunun mevcut durumu kapsamlı bir şekilde analiz edilmektedir. Anket çalışmasının sonuçları Türkiye'de esnaf ve sanatkârlara yönelik yıllardır dile getirilen pazarlama, üretim, finansman, bilgiye erişim, desteklerden yararlanma, eleman (çırak) bulma gibi mevcut sorunlarının değişmediğini göstermektedir.

Esnafın önemli bir bölümü aynı gelir düzeyinde çalışan olmaya kıyasla esnaf olmayı tercih etmekte (%65.5) ve başka bir gelir kaynağına sahip olsa da yine de esnaf olmayı tercih edenlerin oranı (%55.6) yüksektir. (Tablo 3). Bu veriler zorlu ekonomik koşullar ve yaşanan tüm sıkıntılara rağmen esnaflığın bireye öz-değer duygusu kazandırdığı ve bireylerin anlamlı çalışma ihtiyacını karşıladığını ortaya koymaktadır. Esnaf ruhu olarak da tanımlanan mikro ölçekli üreticilerin işi ile kurduğu bağlarının korunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Seri üretim teknolojileri, dijitalleşme, yapay zekâ uygulamalarında yaşanan gelişmeler geleneksel esnaf ve sanatkâr faaliyetlerini derinden etkilemektedir. Günümüzde "dijital esnaf" olarak nitelendirilen ama büyüklüğü konusunda kesin verilere sahip olunmayan niş bir pazar söz konusudur. Teknolojik egemenliğin artması mutlaka bir esnaf ve sanat faaliyetlerini dönüştürebilmekte fakat esnaf ve zanaat ekonomisinin kaybı anlamını taşımamaktadır. Bununla birlikte dünyada yaşanan gelişmeler çerçevesinde geleneksel kümelenme yaklaşımları dışında alanında profesyonel olanlarla esnaf ve sanatkârları buluşturacak yeni işbirlikçi ve daha dinamik kümelerin oluşturulmasına ihtiyaç vardır. Bu anlamda Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği'ne büyük görevler düşmekte olup stratejik konumdadır.

Daha önce de ifade edildiği gibi esnaf ve sanatkâr faaliyetleri profesyonel işlerden hobilere uzanan geniş bir yelpazeye sahiptir. Bu durum esnaf ve sanatkâr faaliyetlerine ilişkin genelleme yapmayı güçleştirmektedir. Profesyonellik içeren esnaf ve sanatkârlık faaliyetleri teknoloji, tasarım ve inovasyon uygulamaları gerektirir. Bu alanda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların sürdürülebilir başarıyı göstereceği anlaşılmaktadır. Geleneksel zanaatlarda ise yaygın eğilim devlet kurumları aracılığıyla desteklenmesi önerilmektedir. Esnaf ve sanatkârlığın doğası gereği kültürel olmanın ötesinde kazanç kaygısı taşıyan ticari/ekonomik işler olduğu unutulmamalıdır. Bu nedenle tasarım, kültür ve içerik kaygılarının ötesinde ticari kaygılar da esas alınarak farklı stratejiler izlenmesini ve yeni işbirlikçi modelleri gerektirmektedir.

Sorunun kapsamlı ve karmaşık yapısı göz önüne alındığında, her meslek grubu açısından konuların daha detaylı incelenmesi ve değerlendirilmesi gerekir. Bu çalışmada olduğu gibi mevcut durum analizi yapılması özellikle; yönetim ve işgücü planlaması, çıraklık uygulamaları, her alanda (endüstriyel/teknik alanlardan el sanatlarına) ortak eğitim ve ortak faaliyetler, kaynak aktarımı (finansman ve diğer destekler) ve yasal düzenlemeler konusunda etkin adımlar atılmasında katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Etik Kurul Onayı

*Bu çalışma anketinin uygulanması, Mersin Üniversitesi Etik Kurulu'nun 22.03.2023 tarihli ve 86 sayılı toplantısında alınan kararla uygun görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Alexandrea, C.B., Salguero, J., Peraltac, M.E., Aguayoc, F., & Ares, E. (2017). New design and manufacturing technologies for craft products. *Procedia Manufacturing*, 13, 1284–1291. <http://dx.doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.054>
- Alpar, R. (2017). *Çok değişkenli istatistiksel yöntemler* (Beşinci Baskı). Detay Yayıncılık.
- Arı, A. (2013). *KOBİ'ler ve esnaf sanatkârlar*. Trakya Kalkınma Ajansı Özel İhtisas Komisyonu Raporu. <https://www.trakya2023.com/uploads/docs/09072013yl8AAu.pdf>
- Bartlett, J.E., Kotrlik, J.W., & Higgins, C.C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19, 43-50.
- Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19-31. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(90\)90061-S](https://doi.org/10.1016/0090-2616(90)90061-S)
- Baştürk, S. & Taştepe M. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Vize Yayıncılık.
- Bayat, M. & Eraslan, İ. (2018). Esnaf ve sanatkarların sorunları: Değer zinciri bağlamında bir inceleme. *Conference Paper*.
- Bunnel, K. (2004). Craft and digital technology. *The World Crafts Council 40th Anniversary Conference*, Metsovo, Greece.
- Cochran, W. G. (1997). *Sampling Techniques*. Hoboken, John Wiley & Sons, Inc.
- Cocks, P., Daniels, R. V., & Heer N. W. (Ed.). (1976). *The dynamics of soviet politics*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Çam, A.V. & Kabadayı, T. (2017). Esnafın karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri: Gümüşhane ilinde bir uygulama. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 11(6), 98-108.
- Demir, E., Saatçioğlu, Ö. & İmrol, F. (2016). Uluslararası dergilerde yayımlanan eğitim araştırmalarının normallik varsayımları açısından incelenmesi. *Current Research in Education*, 2(3), 130-148.
- Demirer, Ö., Bayramoğlu, G., Şeker, Y., Konak, F. & Şahin, M. (2017). Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin sorunları ve çözüm önerileri: Çorum ilinde bir araştırma. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(1), 153-170.
- Eskişehir Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Merkezi. (2013). *Eskişehir esnaf ve sanatkârlarının sosyo-ekonomik yapısı sorunları ve sorunların çözümüne yönelik öneriler*. Anadolu Üniversitesi Yayını. No-3056, Eskişehir Ekonomik ve Araştırmalar Merkezi Yayınları.
- ETF. (2024). *Crafting The Future: Five Squared (5²)*, European Training Foundation Press, 1-68.
- Fyhn, H., & Søråa, R.A. (2017). Craftsmanship in the machine: Sustainability through new roles in building craft at the technologized building site. *Nordic Journal of Science and Technology Studies*, 5(2), 71-84. <https://doi.org/10.5324/njsts.v5i2.2321>
- Fry, A. Goretta, G. Ladhil, S. Cianfanelli, E., & Overby, C. (2019). Advanced craft. Integrated with the saper fare; The role of intangible value, and the centrality of the artisan in high-quality 21st century artisanship. *Parsons School of Design University of Florence*, 1-24. <http://dx.doi.org/10.18682/cdc.vi64.1217>
- Grandi, S. (2020). Micro and small business clusters and local development policies: insights from India–Italy cooperation projects. P. Lund-Thomsen, M.W. Hansen, & A. Lindgreen (Ed.). *Business and Development Studies* içinde (s. 448-475). Routledge Taylor& Francis Group Publishing.
- Harris, E. (2018). Crafted places/places for craft: Pop-up and the politics of the 'crafted' city craft economies. S.
- Luckman, S. & N. Thomas (Ed.). *Craft economies içinde* (s. 1-16). Bloomsbury Publishing.
- Hofverberg, H. Kronlid, D.O. & Östman, L. (2017). Crafting sustainability? An Explorative study of craft in three countercultures as a learning path for the future”, *Nordic Journal of Science and Technology Studies*. Nordic, 5(2), 8-21. <http://dx.doi.org/10.5324/njsts.v5i2.2314>

- İSTESOB. (2013). *Çırak, kalfa, stajyer beklenti araştırması*. İSTESOB Yayın No:13. İstanbul Kalkınma Ajansı. <https://www.istka.org.tr/media/131782/%C3%A7%C4%B1rak-kalfa-stajyer-beklenti-ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1.pdf>
- Janda, K.B. (2017). Crafting sustainability in iconic skyscrapers: A system of building professions in transition? *Nordic Journal of Science and Technology Studies*, 5(2), 44-58. <http://dx.doi.org/10.5324/njsts.v5i2.2328>
- Kaming, P.F. Olomolaiye, Holt, G.D. & Harris, F.C. (1997). Factors influencing craftsmen's productivity in Indonesia. *International Journal of Project Management*, 15(1), 21-30. [https://doi.org/10.1016/S0263-7863\(96\)00019-1](https://doi.org/10.1016/S0263-7863(96)00019-1)
- Kent Araştırmaları Merkezi (2008). Kent esnaf ve zanaatkarlarının sorunları ve çözüm önerileri. KAM Yayınları.
- Keshab, D. (2011). *Micro and small enterprises in India: The era of reforms*. Tylor & Francis Group.
- Klamer, A. (2012). Crafting culture: The importance of craftsmanship for the world of the arts and the economy at large”, *Working Paper*, Corpus ID: 17508901, 1-12.
- Kocabağ, G. (2009). Craft in contemporary product design: A study in the context of Turkey. (Unpublished master's thesis). Istanbul Technical University.
- Leite, A.A.V. & Sehnem, S. (2017). A proposal for a model of sustainable and competitive craft management. *Cad. EBAPE.BR*, 16(2), 264-285. <http://dx.doi.org/10.1590/1679-395164057>
- Locket, N. & Brown, D.H. (2006). Aggregation and the role of trusted third parties in SME e-business engagement: A regional policy issue. *International Small Business Journal*, 24(4), 379-404. <http://dx.doi.org/10.1177/0266242606065509>
- Luckman, S. & Thomas, N. (2018). Crafting economies: Contemporary cultural economies of the handmade. S. Luckman ve N. Thomas. (Ed.). *Crafting economies içinde* (s. 1-13). London: Bloomsbury Publishing.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics*. Macmillan and Co Publishing.
- Mullagh, L. Walkerb, S. & Evansa, M. (2019). Living Design. The future of sustainable maker enterprises: a case study in Cumbria. *Running with Scissors*. 13th EAD Conference University of Dundee, 1-14. <http://dx.doi.org/10.1080/14606925.2019.1595404>
- OECD. (2017). *Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalised Economy*. 1-22.
- Owen, A. (2017). Craft micro-enterprises contributions to sustainability: The example of yarn related businesses. *Nordic Journal of Science and Technology Studies*, 5(1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.5324/njsts.v5i2.2323>
- Padovani, C. & Whittaker, P. (2019). *Sustainability and social fabric: Europe's new textile industries*. Bloomsbury Publishing Plc.
- Porter, M. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.
- Porter, M.E. (1996). Competitive advantage, agglomeration it economies, and regional policy. *International Regional Science Review*, 85-94. <https://doi.org/10.1177/016001769601900208>
- Ratten, V., Anderson, V., & Dana, L-P. (2019). *Diversity in entrepreneurship*. Emerald Publishing Limited.
- Ritchie, J., & Lewis, J. (2003). *Designing and selecting samples*. J. Ritchie ve J. Lewis (Ed.). *Qualitative research practice içinde* (s. 77-108). Sage Publications.
- Russo, A. (2018). *Towards new modes of knowledge production: Makerspaces and emerging maker practices*. S. Luckman, N. Thomas (Ed.). *Craft economies içinde* (ss.198 -212). Bloomsbury Publishing.
- Scrase, T.J. (2003). Precarious production: Globalisation and artisan labour in the third worl. *Third World Quarterly*, 24(3), 449-461. <http://dx.doi.org/10.1080/0143659032000084401>

- Sennett, R. (2008). *The craftsman*. Yale University Press.
- Shales, E. (2017). *The shape of craft*. Reaktion Books.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı (2018). *Girişimcilik, kobiler, esnaf ve sanatkârlar*. Onbirinci kalkınma planı (2019-2023) Özel İhtisas Komisyonu Raporu. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/GirisimcilikKOB%C4%B0lerEsnaf_ve_SanatkârlarOzelIhtisasKomisyonuRaporu.pdf
- T.C. Kırıkkale Valiliği - Ticaret İl Müdürlüğü. (2019). *Esnaf ve sanatkârlar raporu*. <https://kirikkale.ticaret.gov.tr/data/5e39720d13b876130c9ba37f/KIRIKKALE%202019-ESNAF%20VE%20SANATKARLAR%20RAPORU.pdf>
- UNIDO (2020). The UNIDO approach to cluster development: Key principles and project experiences, *Technical Paper*. https://www.unido.org/sites/default/files/2014-01/UNIDO_s_CLUSTER_APPROACH_0.PDF
- Villa, A. & Antonelli, D. (2009). A Road Map to the Development of European SMEs Networks: Towards Collaborative Innovation. D. Antonelli, B. Caroleo & M. Barad D. (Ed.). Promote aggregation of SMEs: suggestions and actions içinde (s. 61-69). Springer.
- Waters, C. (1999). *A dictionary of old trades, titles and occupations*. Countryside Books.
- Yıldız, A., Gavcar, E. & Kavacık, M. (2013). Dalaman esnafının sorunları ve çözüm önerileri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 122-134.