

BALIKESİR ŞEHRİNDE HAFTALIK PAZARLAR: ÇEKİCİLİKLER VE SORUNLAR

Weekly Markets in Balıkesir City: Attractions and Problems

Doç.Dr. Alpaslan ALİAĞAOĞLU*



ÖZET:

Sosyal veya ekonomik nedenlerle ortaya çıkan haftalık pazarlar, çok işlevli faaliyetler olup; pazaryerleri de çok amaçlı olarak kullanılabilen mekânlardır. Ucuzluk, istihdam, sosyal etkileşim bu işlevlerin bazılarıdır. Haftalık pazarlar şehirselleşmeyi kolaylaştırmakla birlikte, birtakım nedenler dolayısıyla aynı hayatı olumsuz yönde etkileyebilmektedirler. Bu çalışmada, Balıkesir şehrinde üç pazar temel alınarak, haftalık pazarların sorunları ve çekicilikleri üzerinde durulmaktadır. Çalışmada anketler yapılarak elde edilen veriler SPSS 15.0 programında çözümlenmiştir. Dört farklı gruba ait (pazarcılar, müşteri, pazar yakını esnaf ve hane halkı) bilgiler istatistiksel olarak yüzde alma tekniği ile hesaplanmıştır. Genelde diğer pazarlarla benzer özelliklere sahip olan Balıkesir pazarları, özelde şehir planlamasında dikkate alınması gereken sonuçlar da sunmaktadır. Şehirde en sorunlu pazaryeri, Bahçelievler mahallesi içindeki Cumartesi Pazarıdır. Bu durum hem büyüklüğünden hem de şehrin en büyük mahallesinin arasında plansız olarak kurulmasından kaynaklanmaktadır. 52 Evler Pazarı ve Salıpazarı ankete katılan gruplar için farklı ancak olumlu anlamlar ifade etmektedir. Bu durum gelecekle ilgili planlamalarda her iki pazar yerinin sahip oldukları özelliklerin dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Balıkesir şehri, haftalık pazarlar, sorunlar, çekicilikler

* Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü,
alpaslan38ster@gmail.com

Abstract:

Emerging social or economic reasons, weekly markets have multi-functional activities. Marketplaces may be also used as multi-purpose spaces. Cheapness, employment, social interaction are some of these functions. Weekly markets facilitate urban life, but, due to some reasons may negatively effect the same life. In this study, on the basis of three weekly markets, markets problems and attractions in Balıkesir city are surveyed. The data obtained from questionnaires were analyzed by using SPSS 15.0 program. Information belonging four different groups (sellers, customers, traders with nearby shop and household living near to markets) is statistically calculated by percentage taking technique. Having similar features with other studies in general, Balıkesir markets offer special results to be considered in urban planning: The most problematic market places is Bahçelievler Cumartesi Pazarı. With positive implications, 52 Evler and Salıpazarı have different meanings to those surveyed. This situation shows that one should consider the features of both market places in the future planning stages.

Key words: *City of Balıkesir, weekly markets, problems, attractions.*

1.GİRİŞ

Farsça'dan gelen ve üstü açık alışveriş merkezi anlamı taşıyan "Pazar", kavram olarak ele alındığında, arz ve talebin düzenli bir şekilde karşılaşmasını ifade etmekte ve İtalyanca çarşı veya piyasa anlamındaki Piazza'nın karşılığı olarak da kullanılmaktadır. Yer anlamı katılınca somut özellik kazanan pazar, alıcı ve satıcının karşılaştığı yer olarak tanımlanabilir. Başka bir anlatımla "mekân olarak pazaryerleri, üzeri kapatılmış tezgâhlar ve oturma yerleri bulunan donanımlı alanlar olabileceği gibi tezgâh, oturak ve şemsiye vb. gibi donanımların satıcı tarafından getirilerek kurulup toplandığı, alt yapısı olmayan boş alanlar da olabilir" (Aliefendioğlu, 2002). Pazarları değişik şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Zaman, sınıflandırmada esas alınan ölçütlerden biridir. Buna göre haftalık veya periyodik pazarlar geçici pazarlar sınıfına dâhil edilebilirler. Daha çok perakende satışın yapıldığı yerler olan haftalık pazarlarda, küçük ve orta tüccarlardan başka çiftçiler de kendi ürünlerini satabilmektedirler (Açıl, 1984).

Haftalık pazarlar, geçmişten günümüze değin toplumsal yaşamın önemli bir unsuru olmayı sürdürmektedir. Yerleşme sisteminde farklı kademelerde ortaya çıkan haftalık pazarlar, farklı amaçlara hizmet etmekte; dolayısıyla farklı işlevlere sahip olabilmektedirler. İstihdam, ucuzluk, sosyal etkileşim, statü sergileme fırsatı bu işlevler arasında yer almaktadır. Haftalık pazarlar kuruluş yerlerine bağlı olarak birtakım sorunların ortaya çıkabildiği yerler de olabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Balıkesir şehrinde haftanın farklı günlerinde kurulan pazarların özelliklerini ve sorunlarını ortaya koymaktır. Sadece ekonomik gereklerle ortaya çıkmayan, bir hizmet aracı olan pazarlarla ilgili özelliklerin ve sorunların bilinmesi, kent planlamasında gelecekle ilgili alınacak kararlar için önem teşkil edecektir.

Balıkesir şehrinde haftalık üç pazaryerinin özellik ve sorunlarının ele alındığı bu çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde çalışmanın problemi ve alt problemleri ayrıntılı olarak verilmektedir. Anketler yardımıyla elde edilen veriler SPSS 15.0 programında analiz edilmektedir. İkinci bölümde ilgili yayınlar ele alınmaktadır. Bu bölümde çalışma alanında yapılan çalışmalardan çok, başka alanlarda yapılan çalışmalar, bunların sonuçlarından bahsedilmektedir. Bu çalışmalar daha çok Türkiye'den alınmakta; karşılaştırma amacıyla kullanılmaktadır. Çalışmanın dayandığı kavramsal çerçeveye üçüncü bölümün konusudur. Dördüncü bölüm en geniş bölüm olarak ortaya çıkmakta; burada Balıkesir şehrinde pazarlarda ortaya çıkan sorunlar ve başlıca çekicilikler ayrıntılı olarak çözümlenmektedir. Çalışma sonuç bölümüyle tamamlanmaktadır.

2. METOD

Bu çalışmanın problemi, "Balıkesir şehrinin üç farklı haftalık pazar yerinde yaşanan sorunlar ve pazarların çekici yönleri nelerdir?" sorusuna cevap bulmaktır. Bahçelievler Cumartesi Pazarı, Gümüşçeşme Salı Pazarı ve 52 Evler (Atatürk Mahallesi) Cumartesi pazarlarında yılın değişik zamanlarında rastgele örneklem yoluyla toplam 623 anket uygulanmış ve bu anket sonuçları kullanılmıştır (Tablo 1). Yılın değişik zamanlarının seçimi ankete katılanların özellikle tüketicilerin özelliklerinin daha doğru bir şekilde ortaya

koyulması bakımından önemlidir. Pazarların seçiminde ticari aktivitenin büyük ölçekli oluşu ve şehir içi konumları etkili olmuştur. Çalışma dört alt problemden oluşmaktadır. Kullanılan yöntem, problemler ve anket sorularının tespitinde Dökmeci vd.'nden (2005) faydalanılmıştır.

Tablo 1. Araştırmada uygulanan anketlerin pazaryerlerine göre dağılımı

ÖRNEKLEM GRUPLAR	PAZARYERLERİ			
	Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	Toplam
Pazarıcı Esnafı	60	100	66	226
Tüketiciler	71	90	60	221
Pazar yakınında evi olanlar	30	34	60	124
Daimi esnaf	6	32	14	52
Toplam	167	256	200	623

2.1-Pazar esnaflarına ilişkin alt problemler

- a-Balıkesir'in üç farklı pazar yerinde Pazar esnafının yaşadığı sorunlar nelerdir?
b-Pazar esnafının yaşadığı sorunlar pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

2.2-Tüketicilere ilişkin alt problemler

- a-Balıkesir'in üç farklı pazarına ilişkin tüketicilerin çekici buldukları yönler nelerdir?
b-Balıkesir'in üç farklı pazar yerinde tüketicilerin yaşadığı sorunlar nelerdir?
c-Tüketicilerin yaşadığı sorunlar pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

2.3-Pazar yakınında evi olanlara ait alt problemler

- a-Balıkesir'in üç farklı pazar yerinde pazar yakınında evi olanların yaşadığı sorunlar nelerdir?
b-Pazar yakınında evi olanların yaşadığı sorunlar pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

2.4-Pazar yakınındaki daimi esnafa ilişkin alt problemler

- a-Balıkesir'in üç farklı pazar yerinde pazar yakınındaki daimi esnafın yaşadığı sorunlar nelerdir?
b-Pazar yakınındaki daimi esnafın yaşadığı sorunlar pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Araştırmada elde edilen veriler SPSS 15.0 programında çözümlenmiştir. Pazaryerlerine göre Pazar esnafı, tüketici, pazaryerlerine yakın evi olanlar ve daimi esnafa ait kişisel özellikleri ile ilgili betimleyici istatistikler yüzde alma tekniğiyle hesaplanmıştır.

Pazar esnafı, tüketici, pazaryerlerine yakın evi olanlar ve pazar yakınındaki daimi esnafın görüşlerine ilişkin her bir madde için ortalama ve standart sapmalar hesaplanmıştır. Ayrıca deneklere ait görüşlerin pazaryeri değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı varyans analizi ile tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunun için üç farklı pazaryeri olmasından dolayı görüşlere ilişkin ortalama puanların birbirinden anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemede tek yönlü varyans analizi (Anova) kullanılmıştır. Varyans analizinde gruplararası anlamlılık düzeyine (p) bakılmış, anlamlı farklılık bulunması halinde LSD testi uygulanmış ve karşılaştırma sonucunda anlamlı farkın hangi gruplar arasında olduğu belirlenmiştir. Ancak, varyans analizi için önce Levene testi uygulanmış ve varyansların homojenliği test edilmiştir. Levene testinde $p < 0,05$ bulunduğu zaman (varyansların homojen olmadığı durumlarda) varyans analizi (Anova) yerine nonparametrik testlerden Kruskal Wallis-H Testi kullanılmıştır. Bu testin sonucunda gruplar arası anlamlı farklılık çıkması durumunda anlamlı farkın hangi gruplar arasında bulunduğunu belirlemek üzere Mann Whitney-U Testi'ne başvurulmuştur.

Görüşlere ilişkin ortalamaların yorumlanması için beşli Likert ölçek aşağıdaki gibi aralıklara bölünmüştür.

Pazarıcıların sorunları için;

(1) Kesinlikle Hayır	1,00 – 1,79	Hiç sorunsuz
(2) Nadiren	1,80 – 2,59	Sorunsuz
(3) Bazen	2,60 – 3,39	Orta derece Sorunlu
(4) Genellikle	3,40 – 4,19	Sorunlu
(5) Kesinlikle Evet(Her Zaman)	4,20 – 5,00	Çok sorunlu

3. İLGİLİ YAYINLAR

Türkiye’de haftalık pazarlar üzerine gerek teorik, gerekse uygulamalı olarak pek çok çalışma yapılmıştır.

Baykara (1994), Bir Osmanlı Çağı pazarının çöküşünü ele almaktadır. Bu gün Denizli ili Acıpayam ilçesine bağlı Karahüyük’te kurulan pazarın önemi Türk-Bizans sınırında olması ile ilgilidir. Pazar önemini 1960’lı yıllara kadar korumuştur. Ancak 1965 yıllarında başlayan gerileme 1980’li yıllarda pazarın önemini yitirmesiyle sonuçlanmıştır. Bu durum, ulaşım şartlarının gelişmesi, insanların ihtiyaçlarını il ve ilçe merkezlerinden kolaylıkla sağlamaları ve komşu alanlarda başka pazarların kuruluşuna bağlanmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölümü yaylalarında pazar yerlerinin tarihsel süreç içerisinde kazandığı temel niteliği değerlendiren Bakırcı'ya göre (1999), özellikle ulaşımın gelişmesi yaylaların ekonomik önemini azaltmıştır. Bu duruma rağmen, bu alanların turizm potansiyelinin yüksek olması, gelecekte bu alanların ticari hayatlarında canlanma yaşanmasını ve nüfus hareketliliğine sahne olmasını sağlayacaktır.

Özgüç ve Mitchell (2000) ise, İstanbul’da periyodik pazarların alıcı-satıcı-satılan mal ilişkileri açısından başlıca özellikleri ile periyodik pazarlar teorisi ve periyodik pazarlama konusunda etraflı bilgi vermektedirler.

Şen ve İlhan (2003), İzmir Büyükşehir bütününde geçimini semt pazarcılığı yaparak sağlayan nüfusun kentleşme sürecindeki konumlarını ele aldıkları çalışmalarında; İzmir'in yoğun bir şekilde göç almasının en önemli nedeni olarak ekonomik sorunları görmekte ve bu sorunların göç veren bölgelerde emek yoğun sanayi ve pazar için üretim yapan tarımsal faaliyetlerin artırılmasıyla çözüleceğini ifade etmektedirler.

Elazığ şehrindeki semt pazarlarını ele alan Tunçel (2003), haftalık pazarların tarihçesi, tercih nedenleri, satış etki alanları ve dağılım düzenlerini topolojik olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışmada şehirdeki pazarların başlıca özellikleri şöyle sıralanmaktadır: Pazarlar daha çok karma niteliklidir. Özelleşme yoktur. Biçimsel olarak çizgisel ve alansal olma özelliği söz konusudur. Pazarlarda züccaciye ve giyim eşyası tezgâh sayısındaki artış düşük gelir seviyesiyle ilgilidir. Satıcılar daha çok ilköğretim mezunudur. Satıcılar ek iş yapmaktadır. Müşterilerin büyük bir kısmı düşük gelirlidir. Ucuzluk en çok tercih nedeni iken, fiyatların düştüğüne inanıldığı için pazarlar daha çok öğleden sonra müşteri çekmektedir. Pazarların etki sahasının büyüklüğü yakın çevrelerinde yer alan işlevlerle ilgilidir.

Bursa'da kurulan dört pazaryerinin özellik ve sorunlarını ele alan Çalışkan (2005)'a göre, cadde-sokaklarda kurulan pazarlar, sosyo-ekonomik faydalarının yanı sıra, şehir yaşamında genellikle çok önemli sorunlara yol açmaktadır. Artan trafik yoğunluğu ve ulaşım güçlükleri (iş yerine ulaşma, sağlık ve güvenlik ile ilgili hizmetlerde aksama) en dikkat çeken problemlerin başında gelmektedir. Gürültü ve görüntü kirliliği, hırsızlık kapkaç, gıda ürünlerinin denetimiyle ilgili sorunlar, aldatıcı beyanlar ortaya çıkan diğer sorunlardır.

Dökmeçi vd. (2005), İstanbul şehrinde yaptıkları çalışmada ise gelişmiş ülkelerin aksine, İstanbul'da geleneksel ve modern ticaret sisteminin birlikteliği söz konusudur. Bu ikili yapı, hem kırsal göç hem de küreselleşme ile ilgilidir. 1980-2000 yılları arasında merkezde azalma gösteren pazarlar, çevrede nüfus artışına bağlı olarak artmıştır. Pazarıcı sayısı, nüfus, gelir ve Merkezi İş Alanları (MİA)'na uzaklık arasındaki ilişkide nüfus miktarının önemli olduğu görülmüştür. Bu durum gelir seviyesinin pazarların lokasyonu için önemli olmadığını göstermektedir. Pazarlar farklı gelir seviyesine sahip insanlara hizmet etmektedirler. Ancak kurulan tezgâh sayısında gelir seviyesi ikinci önemli faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Pazarıcı esnafı, müşteriler, pazar kurulan alan yakınındaki işyeri sahipleri ve yaşayanları kapsayan anket sonuçlarına göre; ucuzluk ve mal çeşitliliği pazarda alışveriş yapılmasının temel nedenleridir. Gürültü, kirlilik, park sorunu ve trafik tıkanıklığı pazarların ortaya çıkardığı başlıca sorunlardır. 1980-2002 yılları arasında İstanbul'da haftalık pazarlarda üç misli bir artış yaşanmıştır. İstanbul'da diğer bazı dünya şehirlerinden farklı olarak tarihi merkezde bile pazarlar kurulmaktadır. Oysa örneğin Latin Amerika'da hizmet alanında zayıf olan alanlarda pazar kurulması yerel yöneticiler tarafından teşvik edilirken, tarihi merkezlerin estetik değerini korumak amacıyla pazar sayısı azaltılmaktadır.

Özcan (2006), tarihi kaynaklardan da istifade ederek, Anadolu Selçuklu Dönemi pazar ve panayır yerleşmelerinin mekânsal kuruluşu, evrim süreci ve ekonomik-demografik büyüklüklerini irdelemektedir. Çalışmada kervansarayların pazar ve panayır yerleşmelerinin işlevsel ve mekânsal kurgusu üzerinde etkili olduğu tespit edilmektedir. Bu tip yerleşmeler 1400-1500 nüfusa sahip, yüksek yerde konumlanmamış, kalesi olmayan

açık kent tipi yerleşmelerdir. Selçuklu pazar ve panayır yerleşmelerinin, batı kökenli Ortaçağ pazar ve panayır yerleşmeleri ile ortak yönleri olmasına karşın, bu konuda asıl etki Orta Asya Türk ve İran Türk İslam yerleşme kültüründen gelmiş ve bu etki Osmanlı Döneminde de görülmüştür.

Yılmaz (2006), Samsun şehrinde kurulan pazarların genel özellikleri ve başlıca sorunları üzerinde durmaktadır. Yazar, pazarların cadde ve sokaklar üzerinde kurulu olmasını bütün sorunların kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Yazara göre, şehir planlarındaki diğer faaliyetler (okul, sağlık ocağı, park gibi) kadar pazarlara da yer tahsis edilmeli ve pazaryerleri hem müşteri ve hem de pazarcıların rahatı açısından belirli özelliklere sahip olmalı ve özellikle tuvalet, temiz su, ibadet yeri, otopark ve lokanta gibi kullanışlar dikkate alınmalıdır. Pazaryerlerinde kapkaç, hırsızlık, gürültü, kirlilik gibi olumsuzluklar için çözüm bulunmalı, acil yardım ve itfaiye hizmetleri kolaylıkla yerine getirilmelidir. Pazarların istihdam edici rolü ancak ifade edilen problemlerin çözülmesi ile mümkün görülmektedir.

Çalışkan (2007), Bursa ve Çanakkale şehirlerinde haftalık pazarları ele almaktadır. İki şehirde de pazaryerleri ile ilgili farklı kültürel coğrafi görünümeler ortaya çıkmaktadır. Bursa pazarlarında at arabalarına sıkça rastlanmamaktadır. Her iki şehrin ülke yerleşme sistemindeki farklı konumuna bağlı olarak pazarlarda sunulan hizmetlerde farklılaşma da söz konusu olmaktadır. Bursa'da kredi kartıyla satış yapıldığı gibi, beyaz eşya satan tezgâhlar da mevcuttur. Yazar her iki şehirdeki pazarlarda anket uygulamış, sonuçlarını değerlendirmiştir.

Tunçel (2009), Türkiye'de kasaba-şehir ve kırsal kesimde kurulan pazarların farklılaşmasını zaman ve mekân açısından ele almaktadır. Bu çalışmada 75 yıllık süre zarfında Türkiye'de pazarların sayının artmasına rağmen, dağılışı kalıbında bir değişim yaşanmadığı tespit edilmiştir. Adı geçen çalışmada, çeşitli pazar tipleri (sıra dışı, ikinci nesil, mülkiyet, antika pazarları gibi) belirleyen yazar, pazarlarının kuruluş zamanını belirleyen iki faktöre vurgu yapmaktadır. Bunlar, din ve belediye teşkilatının varlığıdır. Yazara göre, pazar kuruluş zamanı açısından önemi azalsa da Cuma günü, hala önemini korumaktadır. Çalışmada pazarların geleceği ile ilgili bilgiler de veren Tunçel'e göre (2009), yakın bir gelecekte, yeni yürürlüğe giren Belediye Kanunu nedeniyle uygun konuma ve geniş etki sahasına sahip olmayan bazı yerleşmeler belediyesiz köye dönüşecek ve kırsal kesim pazarları sayıca azalacaktır. Bu olumsuz duruma rağmen, son zamanlarda turizm ve rekreasyonel faaliyetlere bağlı olarak yaylalarda kurulan pazarların sayısı artacak, sıra dışı pazarlar, geleneksel pazar anlayışının bir parçası olacağı gibi ikinci nesil (modern) pazarların sayısında da artış yaşanacaktır.

4. HAFTALIK PAZARLAR: TEORİK ARKA PLAN

Periyodik pazarların ortaya çıkışı konusunda farklı görüşler vardır. Endojen teoriye göre, pazarlar, yerel değiş tokuş ve talebe bağlı olarak ortaya çıkmıştır. Yerel ticaretin büyümesi, dışsal ilişkilerin ve uzun mesafeli ticaretin gelişimine zemin hazırlamıştır. Eksojen teori farklı bir açıklama ortaya koymaktadır. Ticaret ve pazarlar yerel taleplerin değil, harici ilişkiler sonucu ortaya çıkmaktadır (Bromley vd. 1975).

Pazarlarla ilgili çok farklı açıklamalar veya teoriler bulunmaktadır. Bunlardan biri olayın sosyal boyutlu olduğunu vurgulamaktadır. Bu teoriye göre, ilk zamanlar tüccar ve

tüketiciler aynı zamanda üretici durumundadırlar. Haftalık pazarlar zamanın üretim, ticaret ve diğer faaliyetler için uygun bir şekilde bölünmesini mümkün kılmıştır. Toplanma alanları yöneticiler tarafından belirlenir. (Bromley vd 1975). Quito (Ekvador) örneğinde ise Bromley (1974), haftalık pazarların periyodik olma özelliğini, Hay tarafından önerilen pazarcının üç amacına bağlamaktadır: Ekonomik yaşayabilirlik, yüksek kazanç ve savunmacı fiyatlandırma. Ayrıca Quito örneğinde, yığılmanın, ama hepsinden önemlisi, pazarların dağılışı ve periyodik olma özelliğinin belediye konseyinin politikalarına bağlandığı görülmektedir. Belediye konseyi pazarların yeri ve zamanının belirlerken, trafik akışı, şehir düzeninin estetiği ve pazar vergisinin en yükseğe çıkarılması üzerinde durur.

Pazarlarla ilgili başka bir teori de olaya ekonomik açıdan yaklaşır. Bu teoriye göre pazarlar, Christaller'in merkezi yerler teorisinde ortaya koyduğu eşik ve menzil kavramlarıyla ilişkilidir. Eğer eşik (threshold, minimum range) menzilden (maksimum range) büyük veya eşitse pazarcı iş hacmini genişletmek için lokasyonlar arasında yer değiştirmek zorunda kalacak, değiştirilen yer sayısını ise eşik alanının büyüklüğü belirleyecektir. Ancak eşik menzilden küçük olduğu durumlarda pazarcı veya firma mekânda sabit kalacaktır. Oysa Hay (1971)' a göre, periyodik pazarlama maksimum ve minimum menzilin varlığına bağlı olmadan da açıklanabilir. Stine'nin periyodik market açıklaması da özel koşullara bağlıdır. Bu özel koşullar iki sebepten olarak tatmin edici değildir. Bu koşullar mutlak anlamda periyodik pazarlamaya sebep olmazlar. Yarı zamanlı pazarlama da ortaya çıkabilir. Yine bu nedenler periyodik pazarları ortaya çıkaran tek neden de değildir. Webber ve Symanski (1973), haftalık pazarların üç özelliğinden söz eder ve bunları periyodiklik, satıcıların hareketliliği ve satıcı aglomerasyonu şeklinde sıralarlar. Ekonomik açıdan ele alınca az gelişmiş ekonomilerde periyodik pazarların varlığı farklı nedenlerle açıklanabilir. Düşük talep yoğunluğu, satışların zamanın kısa bir bölümünde yoğunlaşmasına neden olur. Periyodik olma özellikle bu durumla ilgilidir. Az gelişmiş ekonomilerde satıcı ve mallarının bir yerden başka bir yere naklinin maliyetinin, satıcının genel masraflarına maliyetinin oranının gelişmiş ekonomilere göre düşük olması da başka bir neden olarak ortaya çıkar. Bir süpermarketin yer değiştirmesi ile pazarcının yer değiştirmesi arasındaki maliyet farklılığı bu durumun en güzel örneklerinden biridir.

Haftalık pazarlar, bütünüyle olmasa bile, sorun alan olmak gibi bir özelliğe de sahiptirler. Şehirsel tıkanma, kirlilik, gürültü ortaya çıkan sorunların bazılarıdır. Pazar için kullanılan alanın genişliğine bağlı olarak söz konusu sorunlarda artış görülebilmektedir.

5. BALIKESİR ŞEHRİNDE HAFTALIK PAZARLARIN ÖZELLİKLERİ, ÇEKİCİLİKLERİ VE SORUNLARI

Balıkesir şehri Anadolu Yarımadasında kuzeybatısında bulunan Balıkesir İlinin idari merkezidir (Şekil 1). İl arazisinin büyük bir bölümü Marmara bölgesinin güney Marmara bölümünün Karesi yöresinde iken, geri kalan küçük bir bölümü ise Ege coğrafi bölgesinin bir bölümü olan Asıl Ege bölümünün kuzey kesimini içine almaktadır. Balıkesir şehri Osmanlı döneminde Bursa Vilayetine bağlı bir sancak merkezi iken, Cumhuriyet Türkiye'sinde il merkezi olmuştur. Yerleşme kademelenmesi açısından alt bölge merkezi olan Balıkesir, 1950'li yıllardan sonra kolordunun kurulmasına bağlı olarak şehir kimliğine kavuşmuştur. Bugün Balıkesir şehri, nüfusunun büyük bir kısmı tarım dışı işlerde çalışan, yaklaşık 266 bin nüfuslu hizmetler şehri konumundadır.

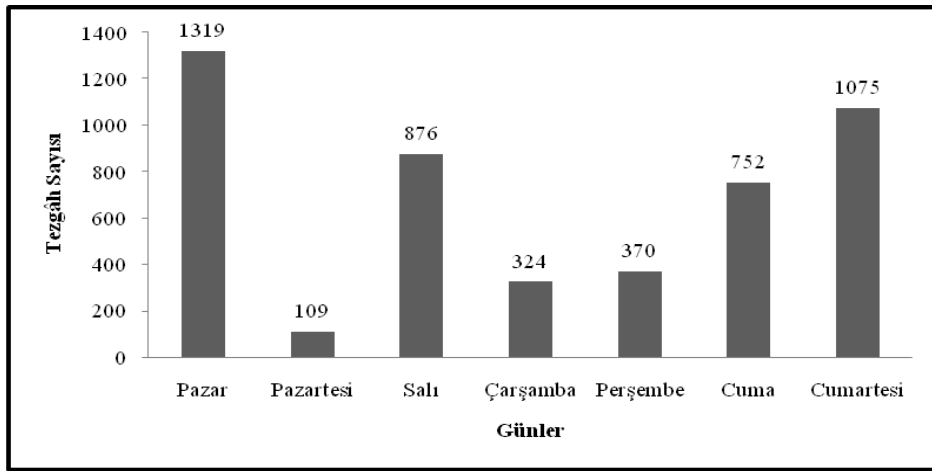


Şekil 1. Çalışma alanı lokasyon haritası

Pazar sayısı şehir nüfusunun artışıyla birlikte zamanla artış göstermektedir. Artışı etkileyen nedenlerden biri de yerleşim alanının genişlemesine bağlı olarak artan mutlak uzaklıktır. İstanbul’da uzak bir geçmişe sahip pazarlar, 1960’lı yıllarda gecekondulaşma eğilimine paralel olarak artış göstermiştir (Özgüç ve Mitchell, 2000). Balıkesir şehrinde 1870 yılı salnamesine göre, Salı günü haftalık pazar kurulmaktadır (Mutaf, 2003). 1920’li yıllarda kurulan pazar sayısı ikiye çıkmıştır: “Balıkesir şehrinde pazartesi ve salı pazar kurulur. Bu günlerde genellikle çevre köylüler mallarını getirir ve satarlar. Şehir halkı ihtiyaçlarını bu günlerde giderir” (Yüzbaşı İshak Hakkı Bey, 1997). Balıkesir’de zamanla şehir nüfusunun artışıyla birlikte haftalık pazar sayısının arttığı görülmektedir. Nitekim hayvan pazarı ile birlikte kurulan pazar sayısı 1984-1985 döneminde 8’e çıkmıştır. “Şehrimizde Pazartesi ve Salı günleri Oruçgazi Mahallesi, Koray Lisesi yanında, Çarşamba günleri Gaziosmanpaşa Mahallesi, Perşembe Karaoğlan Mahallesi Karaoğlan Cami yanı, Cuma günleri Kayabey Mahallesi Bağlar Sokakta, Gümüşçeşme Mahallesi Ofis Caddesinde, Cumartesi günleri Cumartesi pazarı Kasaplar Mahallesi Döşeme Sokakta pazar kurulmaktadır (Balıkesir Belediyesi Çalışma Raporu, 1984-1985: 9-10).

Haftalık pazarlarda sayı, büyüklük ve satılan eşyada hem çeşitlilik hem de hiyerarşik bir yapı sergiler. Söz konusu hiyerarşi tek tek yerleşmelerde veya yerleşme sistemi içinde görülür. Bu açıdan bakıldığında İstanbul ve Balıkesir şehrinde kurulan pazar sayısının aynı olması mümkün değildir. İstanbul’da bir haftada kurulan pazar sayısı yaklaşık 330 kadardır. Bu sayı bir günde 50’ye yakın pazarın kurulduğunu göstermektedir. İstanbul’da tezgâh sayısı Yeşilköy Çarşamba pazarında 500, Ulus Perşembe pazarında 250 kadardır. Küçük pazarlarda bu sayı 10-100 arasında değişmektedir (Özgüç ve Mitchell, 2000). Bugün (2011) Balıkesir şehrinde Hanımeli Pazarları (4 adet) dikkate alınmazsa, 14 farklı haftalık pazar kurulmaktadır (Şekil 2). Bu pazarlar kuruluş yerleri olan mahalle adları

ile kuruluş günlerinin ismini almaktadır. Pazar günü haftalık pazar kuruluş sıklığı en fazla olan gün olurken, Pazartesi, Salı ve Çarşamba günleri birer, diğer günler ikişer pazar kurulmaktadır. Şehirde haftalık pazarlar açısından ticari aktivitenin en yüksek olduğu gün, kurulan tezgâh sayısına bağlı olarak Pazar (1319 adet) günüdür (Tablo 2). Ticari aktivite yoğunluğu Salı günü dikkate alınmazsa, Pazartesi gününden itibaren artış göstermektedir (Şekil 3). Böylece ticari aktivite hafta sonu yoğunluk kazanmaktadır. Salı gününün hafta içinde en önemli gün oluşu, şehirde ilk kurulan pazar oluşuyla ilgili olmalıdır.



Şekil 3. Balıkesir şehrinde kurulan tezgâh sayısına göre ticari faaliyet yoğunluğunun hafta içi dağılışı.

Tablo 2. Balıkesir şehri haftalık pazarlarındaki tezgâh sayısının sektörel branşlara göre dağılımı

MAHALLE	GÜN	GIDA TEZGÂH SAYISI	GIDA HARİCİ TEZGÂH SAYISI	ÜRETİCİ TEZGÂH SAYISI	TOPLAM TEZGÂH SAYISI
Gümüşçeşme	Pazar	292	500	128	920
Gümüşçeşme	Salı	356	520		876
1.Gündoğan	Cuma	192	71	154	417
Hacıilbey	Perşembe	164	58	87	309
Atatürk (52 Evler)	Cumartesi	120	40	83	243
Yeni Mahalle (TOKİ)	Pazar	80	79	50	209
Bahçelievler	Çarşamba	117	27	42	186
Bahçelievler	Cumartesi	342	314	176	832
Kayabey	Cuma	155	54	126	335
Gazi Osmanpaşa	Çarşamba	74	43	21	138
Sütlüce	Pazartesi	60	28	21	109
Adnan Menderes	Pazar	72	6	69	147
Sakarya	Perşembe	38	9	14	61
Karaoğlan	Pazar	29		14	43

Kaynak: Balıkesir Belediyesi Zabıta Müdürlüğü, 2011.



5.1.Araştırmaya katılan bireylerin kişisel özelliklerine ilişkin bulgular ve yorumlar

5.1.1. Pazar Esnafının Kişisel Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Tablo 3. Üç pazaryerinde pazar esnafının memleket değişkenine göre coğrafi kökenleri

MEMLEKET	PAZARYERİ						TOPLAM	
	Bahçelievler Cumartesi Pazarı		Salıpazarı		52 Evler Pazarı		Frekans	(%)
	Frekans	(%)	Frekans	(%)	Frekans	(%)		
Balıkesir	25	41,7	34	34	31	47	90	39,8
Merkez ilçe köyleri	19	31,7	35	35	29	44	83	36,7
Balıkesir ilçeleri	9	15	18	18	3	4,5	30	13,3
Diğer iller	7	11,6	13	13	3	4,5	23	10,2
Toplam	60	100	100	100	66	29,2	226	100

Balıkesir şehrinde kurulan pazarlar, pazar esnafı açısından, mahallî ölçeklidir. Nitekim Tablo 3'ye göre pazarcılarının %39,8'inin memleketi Balıkesir şehri, %36,7'sinin merkez ilçe köyleri, %13,3'ünün Balıkesir İlçeleri ve %10,2'sinin memleketi ise Balıkesir dışındaki illerdir. Bu durum İstanbul şehri ile farklılık göstermektedir. İstanbul'un ülkenin en fazla göç alan şehri olması dolayısıyla coğrafi kökeni çeşitlilik gösteren pazarcılar ortaya çıkmakta ve onlar farklı pazar yerlerine hâkim olmaktadır (Dökmeci vd., 2005, Özgüç ve Mitchell, 2000). Tablo 4' de pazarcılarının, pazaryerine göre değişmekle birlikte, büyük çoğunlukla (%89) başka bir işte çalışmadıkları görülmektedir. Bu özellik şehrsel işgücünün istihdamı açısından önemlidir. Satılan eşyalar daha çok Balıkesir şehrinden alınmakta (Tablo 5) %38,9, kendi ürettiklerini satanların payı yaklaşık %28'i bulmaktadır. Son durum daha çok yakın kırsal yerleşmeler açısından pazarların önemini yansıtır nitelikte olduğu gibi, şehir içinde bazı alanlarda seralarda tarımsal üretimin sürdürülmesi açısından da önemlidir. Satılan eşyalar pazara pazarcılarının kamyonetleriyle getirilmektedir (%52,2) (Tablo 6).

Tablo 4. Pazar esnafının pazarcılık dışında başka bir işle meşgul olup olmaması ile ilgili bilgiler.

PAZARCILIKTAN BAŞKA BİR İŞTE ÇALIŞIYORMUSUNUZ?		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Evet	Frekans	9	8	7	24
	(%)	15	8	10,7	10,6
Hayır	Frekans	51	92	59	202
	(%)	85	92	89,3	89,4
Toplam	Frekans	60	100	66	226
	(%)	100	100	100	100

Tablo 5. Pazarlarda satılan ürün ve eşyaların coğrafi kökeni

SATTIĞINIZ MALZEMİYİ NEDEREDEN SATINALIYORSUNUZ?		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Balıkesir şehrinden	Frekans	8	51	29	88
	(%)	13,4	51	44	38,9
İl dışından	Frekans	32	36	7	75
	(%)	53,3	36	10,6	33,2
Üreticiyim	Frekans	20	13	30	63
	(%)	33,3	13	45,4	27,9
Toplam	Frekans	60	100	66	226
	(%)	100	100	100	100

Tablo 6. Satılan ürün ve eşyaların pazaryerlerine getirilirken kullanılan ulaşım araçları

SATTIĞINIZ MALZEMİYİ PAZARA NASIL GETİRİR SİNİZ?		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Özel otomobil ile	Frekans	9	19	12	40
	(%)	15	19	18,2	17,7
Kendi kamyoneti ile	Frekans	19	59	40	118
	%	31,7	59	60,6	52,2
Kiraladığım araçla	Frekans	8	13	6	27
	(%)	13,3	13	9	11,9
Diğer	Frekans	24	9	8	41
	(%)	40	9	12,2	18,1
Toplam	Frekans	60	100	66	226
	(%)	100	100	100	100

Tablo 7. Pazar esnafının sorunlarına ilişkin ortalama ve standart sapma puanları

		ÖLÇEK MADDELERİ				
PAZARYERİ		1.Pazarda tezgâhım için yer sorunu var	2.Yağışlı havalarda pazardaki faaliyetleri olumsuz etkiliyor	3.Pazarda müşterilerle olumsuzluklar yaşıyorum	4.Pazarda hırsızlık olayları yaşanmaktadır	5.Bağlı olduğum esnaf odası karşılaştığım sorunları çözmeme yardımcı olmuyor
Bahçelievler Cumartesi	Ortalama (X)	2,1333	4,1167	2,5	2,5	3,5667

Balıkesir Şehrinde Haftalık Pazarlar: Çekicilikler ve Sorunlar

Pazarı						
	N	60	60	60	60	60
	St. Sapma (S)	1,61	1,52	1,34	1,20	1,62
Salıpazarı	Ortalama (X)	1,7	3,6	2,4	2,5	2,5
	N	100	100	100	100	100
	St. Sapma (S)	1,29	1,72	1,34	1,62	1,65
52 Evler Pazarı	Ortalama (X)	1,5	3,8	1,7	1,9	3,1
	N	66	66	66	66	66
	St. Sapma (S)	1,12	1,59	1,13	1,21	1,70
Toplam	Ortalama (X)	1,7	3,8	2,2	2,3	2,9
	N	226	226	226	226	226
	St. Sapma (S)	1,35	1,63	1,31	1,43	1,71
	Sıra No	5	1	4	3	2
	Derece	Sorunsuz	Sorunlu	Sorunsuz	Sorunsuz	Orta derece sorunlu

Balıkesir şehrinde haftalık pazarlar yağışlı havalardan olumsuz etkilenmektedir. Pazar esnafının sergilerini kurabilmeleri açısından yer sorunu yoktur. Yağışlı havalarda pazara katılım azalmaktadır. Ancak bu sorunun Cumartesi pazarında daha çok görülmesi aynı zamanda pazarın kapalı olmaması ile ilgilidir. Tablo 7'ye göre Pazar esnafının üç pazar için görüşlerinin toplam ortalama puanlarına göre en sorunlu buldukları (ya da en çok katıldıkları) madde X=3,8142 ile 2. madde olmuştur. Pazar esnafı 1. maddeyi X=1,7257 ortalama ile sorunsuz kabul etmişlerdir. Pazaryerlerine göre de en çok sorunlu madde tüm pazar yerleri için 2. madde ve en az sorunlu madde yine 1. madde çıkmıştır.

5.1.2.Pazar Esnafının Sorunlarına İlişkin Görüşlerinin Pazar Yeri Değişkenine Göre Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)Sonuçları

Tablo 8'e göre pazaryeri değişkenine göre pazar esnafının sorunları arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır (F=11,433; p=,000<0,05). Farklılığın hangi gruplar (pazar yerleri) arasında olduğunu belirlemek amacıyla LSD testi yapılmıştır.

LSD testi sonuçlarına göre, pazar esnafının yaşadıkları sorunlara ilişkin görüşleri Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile Salıpazarı arasında ve Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile 52 Evler Pazarı arasında anlamlı farklılık göstermektedir. Pazaryerlerine ilişkin Pazar esnafının belirttikler görüşlerin ortalama puanlarına göre pazar esnafı, Bahçelievler Cumartesi Pazarında (X=2,9633) Salıpazarından (X=2,5240) daha çok sorunla karşılaşmaktadır. Yine Pazar esnafı Bahçelievler Cumartesi Pazarında (X=2,9633 ile), 52 Evler Pazarından (X=2,4000 ile) daha fazla sorun yaşamaktadır. Bu durum kuşkusuz Cumartesi Pazarının büyüklüğü ve mahalle arası pazar olması ile ilgilidir. Nitekim

Salıpazarında toplam tezgâh sayısı 876 adet iken, bu değer Bahçelievler Cumartesi ve 52 Evler Pazarında sırasıyla 832 ve 243 adet kadardır (Tablo 2).

Tablo 8. Pazar esnafının sorunlarına ilişkin görüşlerin pazaryeri değişkenine göre tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları

VARYANSIN KAYNAĞI	KARELER TOPLAMI	DF	KARELER ORTALAMASI	F	ANLAMLI FARK(P)	ÖRNEKLEM PAZARYERLERİ	N	X (ORTALAMA)
Gruplar arası	11,134	2	5,567	11,433*	1-2 ve 1-3 sıra numaralı pazaryerleri arasında	1.Bahçelievler Cumartesi Pazarı	60	2,9633
Gruplar içi	108,582	223	,487			2.Salıpazarı	100	2,5240
	119,716	225				3.52 Evler Pazarı	66	2,4000
Toplam						Toplam	226	2,6044

(Levene İstatistiği: 1,460p=0,235> 0,05)

5.2. Tüketicilerle ilgili alt problemlere ilişkin bulgu ve yorumlar

5.2.1. Pazar Yerlerine Göre Örneklem Tüketicilerin Kişisel Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistikler

Tablo 9. Pazaryerlerine göre örneklem tüketicilerin yaş gruplarının özellikleri

YAŞ GRUBU		PAZARYERİ			
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	Toplam
14-24 yaş arası	Frekans	30	17	6	53
	(%)	42,3	18,8	10	24
25-35 yaş arası	Frekans	17	18	11	46
	(%)	24	20	18,4	31
36-46 yaş arası	Frekans	11	26	15	52
	(%)	15,5	29	25	24
47-57 yaş arası	Frekans	10	18	13	41
	(%)	14	20	21,6	19
58 ve üstü	Frekans	3	11	15	29
	(%)	4,2	12,2	25	13
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100

Tablo 10. Pazaryerlerine göre örneklem tüketicilerin cinsiyet durumu

CİNSİYETİNİZ		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Kadın	Frekans	71	72	32	175
	(%)	100	80	53,3	79,1
Erkek	Frekans	0	18	28	46
	(%)	0	20	46,7	20,9

Araştırılan pazarlarda örneklem tüketici kitlesinin yaş ortalaması 27-32 arasında değişmektedir (Tablo 9). Pazar yapma kadın hâkim bir faaliyettir (%79,2). Bu durum tüm pazaryerleri için ortak sayılabilecek bir özelliktir. Nitekim alıcıların %90'ın üzerindeki kısmını kadınlar, satıcıların %90'a yakını erkeklerden oluşmaktadır (Özgüç ve Mitchell, 2000). Bu faaliyette bayanların ön plana çıkışının (Tablo 10) hem doğaları gereği alışverişini sevmeleri hem de pazarların daha çok gıda ürünleri satışı yapılan yerler olmasıyla yakın bir ilgisi vardır. Yine pazar kadına eğer çalışmıyorsa, ev dışında zaman geçirme fırsatı da sunmaktadır. Pazarların mahalli olma özelliği tüketiciler açısından da devam etmektedir. Nitekim tüketicilerin %95'i Balıkesir şehrinden, %5'i ise Balıkesir'e bağlı ilçelerden gelmektedir (Tablo 11). Bu durum Balıkesir şehrinin ülke yerleşme sistemi içindeki konumuna bağlı olduğu kadar, kendine bağlı ilçelerde de pazarların kuruluşu ile de ilgilidir. Şehrin büyük bir yerleşme olmaması, kurulan pazarların yürüme mesafesinde kalışına neden olmaktadır. Tüketicilerin büyük bir çoğunluğu (%71,5) yürüyerek pazar alanlarına ulaşmaktadır (Tablo 12). Pazarlara geliş sıklığı yüksektir. Nitekim "haftada bir" pazar yapılması %75'lik bir sıklığa sahiptir (Tablo 13). Bu durum pazarların şehrsel hayatı kolaylaştırıcı, onun vazgeçilmez rolüne işaret etmektedir. Pazara daha çok tek başına çıkılmaktadır (%43,9). Eşiyle pazara çıkanların (%32) komşusu ile pazarlara çıkanlardan (%23,1) daha fazla olduğu görülmektedir (Tablo 14).

Tablo 11. Örneklem tüketicilerin pazaryerlerine göre coğrafi kökeni

COĞRAFİ KÖKEN		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
İl	Frekans	68	84	58	210
	(%)	97,5	93,3	96,6	95,0
İlçe	Frekans	3	6	2	11
	(%)	4,3	3,4	3,4	5,0
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Tablo 12. Örneklem tüketicilerin pazaryerlerine gelmek için kullandıkları ulaşım araçları

ULAŞIM ARACI		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Otobüs	Frekans	8	18	1	27
	(%)	11,2	20	1,7	12,2
Özel araç	Frekans	2	6	1	9
	(%)	4	6,7	1,7	4,1
Taksi dolmuş	Frekans	6	6	15	27
	(%)	8,4	6,7	25	12,2
Yürüme	Frekans	55	60	43	158
	(%)	77,4	66,6	71,6	71,5
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Tablo 13. Örneklem tüketicilerin pazaryerlerine geliş sıklığı ile ilgili özellikler

PAZARA GELİŞ SIKLIĞI		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Haftada bir	Frekans	48	59	51	158
	(%)	67,7	65,5	85	71,5
Ayda bir	Frekans	5	8	1	14
	(%)	7	8,8	1,7	6,3
İki haftada bir	Frekans	10	12	1	23
	(%)	14	13,3	1,7	10,4
Düzensiz biçimde	Frekans	8	11	7	26
	(%)	11,3	12,2	11,6	11,8
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Tablo 14. Örneklem tüketicilerin pazaryerlerine gelmeleriyle ilgili özellikler

PAZARA KİMİNLE GELİRSİNİZ?		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Tek başıma	Frekans	16	54	27	97
	(%)	22,5	60	45	43,9
Eşimle	Frekans	19	24	28	71
	(%)	26,7	27	46,6	32,1
Komşularıyla	Frekans	35	12	4	51
	(%)	49,3	13	6,7	23,1
Arkadaşlarıyla	Frekans	1	0	1	2
	(%)	1,5	0	1,7	,9
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Tablo 15. Örneklem tüketicilerin pazarlardan alışveriş yapma zamanı ile ilgili özellikler

PAZAR ZAMANI		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Sabah	Frekans	3	10	9	22
	(%)	4,3	11,1	15	10,0
Öğle	Frekans	51	66	43	160
	(%)	71,8	73,3	71,6	72,4
Akşam	Frekans	17	14	8	39
	(%)	23,9	15,6	13,4	17,6
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Günün zaman dilimleri pazara çıkma bakımından farklı anlamlar taşımaktadır. “Sabah, ilk iş olarak alışverişini tamamlayıp sonra diğer işlerini yapmak isteyen, henüz sakin olan pazardan yararlanmak isteyenler içindir. Öğle, daha çok memurlara aittir. Öğle tatilini biraz uzatıp ucuz alışverişin nimetlerinden yararlanırlar. Akşam işten dönenler ve artık iyice düşmüş fiyatlardan yararlanmak isteyenler için uygun bir zaman dilimidir” (Özgüç ve Mitchell, 2000: 50). Öğlen vakti pazar yapma alışkanlığı Balıkesir şehrinde de (%72,4) devam etmektedir (Tablo 15). Bu durumun özellikle çalışma alanında seçilen pazarların haftanın tatil günlerinde yapılmasıyla ilgisi vardır. Çünkü hafta sonları insanların dinleme günleridir. Buna bağlı olarak günlük faaliyetler öğlen saatlerine doğru ertelenebilmektedir.

Pazarlar genellikle alt ve orta gelirliilere hitap ederler (Özgüç ve Mitchell 2000). Bu özellik Balıkesir şehrinde de geçerlidir. Nitekim 1500 TL'nin üzerinde aylık gelire sahip müşterilerin payı %10,4 kadardır. Ancak bu değerın 52 Evler Cumartesi Pazarında %60,9'a çıkışı gelir seviyesi yüksek bir alanda (Atatürk Mahallesi) kuruluşuyla ilgilidir (Tablo 16). Elazığ'da tüketici kitlesinin %79'unun 500 TL'nin altında (Tunçel, 2003: 62) gelire sahip oluşu, Özgüç ve Mitchell' (2000)'i doğrulayan bir başka araştırmadır.

Balıkesir pazarları gıda ağırlıklı pazarlardır (Tablo 17). Nitekim pazaryerine geliş nedeni olarak gıda ürünleri satın almak ilk sırada gelmektedir (%84,6). Pazarların en çekici özelliği ürün çeşidinin fazla ($X= 4,4$) ve ürünlerin taze oluşudur ($X= 4,3$) (Tablo 18).

Tablo 16. Örneklem tüketicilerin aylık ortalama gelirleri ile ilgili bilgiler

AYLIK ORTALAMA GELİR (TL)		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
500'ün altında	Frekans	30	15	7	52
	(%)	42,3	16,6	11,6	23,5
500-1000	Frekans	23	53	25	101
	(%)	32,4	58,9	41,8	45,7
1000-1500	Frekans	15	16	14	45
	(%)	21,1	17,8	23,3	20,4
1500 üzeri	Frekans	3	6	14	23
	(%)	4,2	6,7	23,3	10,4
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

Tablo 17. Örneklem tüketicilerin pazaryerlerine geliş nedenleriyle ilgili bilgiler

PAZARA GELİŞ NEDENİ		PAZARYERİ			TOPLAM
		Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Salıpazarı	52 Evler Pazarı	
Gıda alışverişi	Frekans	62	68	57	187
	(%)	87,3	75,5	95	84,6
Giyecek alışverişi	Frekans	5	9	0	14
	(%)	7	10	0	6,3
Mutfak eşyası alışverişi	Frekans	1	1	1	3
	(%)	1,4	1,1	1,6	1,4
Elektrik eşyası alışverişi	Frekans	0	12	0	12

Balıkesir Şehrinde Haftalık Pazarlar: Çekicilikler ve Sorunlar

	(%)	,0	13,4	0	5,4
Hoşça vakit geçirme	Frekans	3	0	2	5
	(%)	4,3	,0	3,4	2,3
Toplam	Frekans	71	90	60	221
	(%)	100	100	100	100,0

5.2.2 Örneklem tüketicilerin pazarın çekici yanlarına ilişkin görüşlerine ait ortalama puanlar

Tablo 18. Örneklem tüketicilerin görüşlerine göre pazarların çekici yanlarına ait ortalama ve standart sapmalar

PAZARYERİ		UCUZ OLUŞ	ÇEŞİDİN BOL OLUŞU	ÜRÜNLERİN TAZELİĞİ	EVİME YAKIN	PAZARLIK YAPMA İMKÂNI
Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Ortalama (X)	3,4	4,5	4,3	3,7	2,5
	N	71	71	71	71	71
	St. Sapma (S)	1,22	,89	,98	1,8	1,5
Salıpazarı	Ortalama (X)	3,9	4,1	4,1	3,2	2,9
	N	90	90	90	90	90
	St. Sapma (S)	1,17	1,0	,97	1,7	1,34
52 Evler Pazarı	Ortalama (X)	3,7	4,5	4,5	4,3	2,5
	N	60	60	60	60	60
	St. Sapma (S)	1,5	1,0	1,15	1,37	1,6
Toplam	Ortalama (X)	3,7	4,3	4,3	3,7	2,7
	N	221	221	221	221	221
	St. Sapma (S)	1,3	,99	1,0	1,7	1,5

Tablo 19. Örneklem tüketicilerin pazarların çekici yanlarına ilişkin görüşlerinin pazaryeri değişkenine göre tek yönlü varyans analizi (Anova) sonuçları

VARYANSIN KAYNAĞI	KARELER TOPLAMI	DF	KARELER ORTALAMASI	F	ANLAMLI FARK(P)	PAZARYERİ	N	X (ORTALAMA)
Gruplar arası	2,7	2	1,3	3,1	1-3 ve 2-3 sıra numaralı pazaryerleri arasında	Bahçelievler Cumartesi Pazarı	71	3,7
Gruplar içi	94,9	218	,436			Salıpazarı	90	3,6
	97,7	220				52 Evler Pazarı	60	3,9
Toplam						Toplam	221	3,7

(Levene İstatistiği:0,574; p=0,564> 0,05)

Tablo 19'a göre pazaryeri değişkenine göre tüketicilerin pazarın çekici yanlarına ilişkin görüşleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=3,190$; $p=,043<0,05$). Farklılığın hangi gruplar (pazaryerleri) arasında olduğunu belirlemek amacıyla LSD testi yapılmıştır.

LSD testi sonuçlarına göre, tüketicilerin pazarın çekici yanlarına ilişkin görüşleri Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ve Salıpazarı ile 52 Evler Pazarı arasında anlamlı farklılık göstermektedir. Elde edilen ortalama puanlara göre tüketiciler, 52 Evler Pazarını ($X=3,9$) Bahçelievler Cumartesi Pazarından ($X=3,7$) daha çekici bulmaktadır. Yine tüketiciler, 52 Evler Pazarını ($X=3,9$), Salıpazarından ($X=3,7$ ile) daha fazla çekici bulmaktadırlar (Tablo 19). 52 Evler Pazarının şehrin yeni gelişen bir yerinde kurulması onu birçok bakımdan çekici kılmaktadır. Bir yandan araçları ile gelenler park yeri sorunu yaşamamaktadır. Yine pazarın küçük ölçekli ve fazla kalabalık olmayışı nedeniyle neden olarak rahat bir alışveriş ortamı sağlamakta, yankesicilik gibi hırsızlık olayları yaşanmamaktadır. Nitekim Tablo 20'ye bakıldığında görülmektedir ki genel olarak kalabalık oluş pazarlarda yaşanan en önemli sorundur ($X= 3,2$). Araç park yeri sorunu ($X= 2,3$) ve müşteri aldatması ($X=2,3$) aynı ölçüde önemli olan sorunlardır. Ancak 52 Evler Pazarı çalışılan üç pazaryeri arasında kalabalık oluş açısından en az sorunlu pazar durumundadır (Foto 1).



Foto 1. 52 Evler Cumartesi Pazarından bir görünüm

5.2.3.Örneklem tüketicilerin pazar sorunlarına ilişkin görüşlerine ait ortalama puanlar

Tablo 20. Örneklem tüketicilerin pazarlarda yaşadıkları sorunların ortalama ve standart sapmaları

PAZARYERİ		ÇOK KALABALIK	ARAÇ PARK YERİ SORUNU	MÜŞTERİ ALDATILMASI	HIRSIZLIK	PAZARDA DÜZENSİZLİK
Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Ortalama (X)	4,0	2,3	2,5	2	2,6
	N	71	71	71	71	71
	St. Sapma (S)	1,21	1,80	1,34	1,06	1,43
Salıpazarı	Ortalama (X)	2,8	1,8	1,8	1,7	1,6
	N	90	90	90	90	90
	St. Sapma (S)	1,47	1,34	1,22	1,05	1,21
52 Evler Pazarı	Ortalama (X)	2,6	3,0	2,8	2,2	1,9
	N	60	60	60	60	60
	St. Sapma (S)	1,51	1,86	1,79	1,78	1,57
Toplam	Ortalama (X)	3,2	2,3	2,3	1,9	2,0
	N	221	221	221	221	221
	St. Sapma (S)	1,52	1,71	1,49	1,30	1,45

Tablo 21. Örneklem tüketicilerin pazar sorunlarına ilişkin görüşlerinin pazaryeri değişkenine Kruskal Wallis-H ve Mann Whitney-U Testi sonuçları

PAZARYERİ	N	X (ORTALAMA)	SIRA ORT.	DF	H (X ²)	P	GRUPLAR ARASI ANLAMLI FARKLILIK
1.Bahçelievler Cumartesi Pazarı	71	2,7	142,88	2	35,426*	0,000	1-2, 1-3, 2-3 sıra numaralı pazaryerleri arasında
2.Salıpazarı	90	2	82,99				
3.52 Evler Pazarı	60	2,5	115,29				
Toplam	221	2,3					

*P<0,05 anlamlı, (Levene Testi: 14,399, p= 0,000<0,05)

Tablo 21'e göre tüketicilerin pazar sorunları pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$). Farklılığın hangi gruplar (pazar yerleri) arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann Whitney-U Testi yapılmıştır. Bu testin sonucunda Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile Salıpazarı arasında ($U=1378,500$ ve $p=0,000<0,05$), Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ($U=1683,000$ ve $p=0,038<0,05$) ve Salıpazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ($U=1995,500$ ve $p=0,007<0,05$) tüketiciler sorunlara ilişkin görüşleri bakımından anlamlı farklar bulunmuştur. Elde edilen ortalama puanlara bakıldığında, tüketiciler Bahçelievler Cumartesi Pazarını $X=2,7$ ile en çok sorun yaşadıkları pazar; Salıpazarı'nı ise $X=2$ ile en az sorun yaşadıkları pazar olarak belirtmişlerdir. Hiç kuşkusuz bu durum Bahçelievler Cumartesi Pazarının mahalle arası pazar olmasıyla ilgilidir (Foto 2, 3). Yukarıdaki bulgularla çelişkili olan bu durum kısmen de olsa Salıpazarı'nın büyüklüğü nedeniyle çok sayıda ürün sunması ile ilgili olmalıdır.



Foto 2. Bahçelievler Cumartesi Pazarından bir görünüm

5.3 Pazar yakınında evi olanlarla ilgili alt problemlere ilişkin bulgular ve yorumlar

Tablo 22. Pazar yakınında evi olanların yaşadıkları sorunlara ilişkin ortalama puanlar

PAZARYERİ		RAHATSIZ EDİYOR	GÜRÜLTÜ	APARTMAN GİRİŞLERİ	ARAÇ PARK YERİ SORUNU	ÇEVRE KİRLENMESİ	ULAŞIM OLUMSUZLUĞU
Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Ortalama (X)	1,7	2,8	2,8	3,4	3,1	3
	N	30	30	30	30	30	30
	St. Sapma (S)	1,12	1,23	1,28	1,43	1,32	1,45
Salıpazarı	Ortalama (X)	2,3	2,6	2,5	2,6	1,7	1,8
	N	34	34	34	34	34	34
	St. Sapma (S)	1,82	1,61	1,74	1,70	1,45	1,39
52 Evler Pazarı	Ortalama (X)	2,9	1,7	1,4	1,6	1,6	1,4
	N	60	60	60	60	60	60
	St. Sapma (S)	,29	1,31	1,16	1,40	1,30	1,12
Toplam	Ortalama (X)	2,5	2,2	2,1	2,2	2	1,9
	N	124	124	124	124	124	124
	St. Sapma (S)	1,22	1,47	1,49	1,67	1,48	1,43

Pazarlar kuruldukları alanda pazar yapma kolaylığı ve hoşça vakit geçirme gibi avantajlar sunarken, yakın çevre sakinleri için sorun alanlar olarak da algılanmaktadır. Bu açıdan üç pazaryerinde en önemli sorun araç park yeri sorunudur ($X= 2,2$). Gürültü ($X= 2,2$), ve apartman girişlerinin kapatılması ($X= 2,0$) diğer önemli sorunlardır (Tablo 22). Bu açıdan 52 Evler Pazarı, daha önce sayılan nedenlerden dolayı en az soruna sahip pazar durumundadır. Tablo 22 bu durumu açıklamaktadır.

Tablo 23. Pazar yakınında evi olanların sorunlarına ilişkin görüşlerin pazaryeri değişkenine göre Kruskal Wallis-H ve Mann Whitney-U Testi sonuçları

PAZARYERİ	N	X (ORTALAMA)	SIRA ORT.	D F	H (X ²)	P	GRUPLAR ARASI ANLAMLI FARKLILIK
1. Bahçelievler Cumartesi Pazarı	30	2,7	87,32				1-2, 1-3 ve 2-3 sıra
2. Salı Pazarı	34	2,3	65,54				

3.52 Evler Pazarı	60	1,8	87,32	2	24,647*	0,000	numaralı pazaryerleri arasında
Toplam	124	2,1					

* $p < 0,05$ anlamlı, (Levene Testi: 6,725, $p = 0,002 < 0,05$)

Tablo 23'e göre pazar yakınında evi olanların sorunları pazar yeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p = 0,000 < 0,05$). Farklılığın hangi gruplar (pazar yerleri) arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann Whitney-U Testi yapılmıştır. Bu testin sonucunda müşterilerin sorunlara ilişkin görüşleri Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile Salıpazarı arasında ($U = 337,500$ ve $p = 0,020 < 0,05$), Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ($U = 328,000$ ve $p = 0,000 < 0,05$) ve Salıpazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ($U = 744,000$ ve $p = 0,024 < 0,05$) anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Elde edilen ortalama puanlara bakıldığında, pazar yakınında evi olanlar Bahçelievler Cumartesi Pazarını $X = 2,7$ ile en çok sorun yaşadıkları pazar; 52 Evler Pazarını ise $X = 1,8$ ile en az sorun yaşadıkları pazar olarak belirtmişlerdir. Bu durum 52 Evler Pazarının küçük ölçekli olması kadar, çevredeki trafik yoğunluğunun normal zamanlarda bile düşük olması ile ilgisizdir.



Foto 3. Ara sokaklarda Bahçelievler Cumartesi Pazarı

5.4 Pazar yakınındaki daimi esnafı ilgili alt problemlere ilişkin bulgu ve yorumlar

Tablo 24. Pazar yakınındaki daimi esnafın yaşadığı sorunlara ilişkin ortalama puanlar

PAZARYERİ		RAHATSIZ EDİYOR	GÜRÜLTÜ NEDENİ	OLUMSUZ ETKİLİYOR	TİCARİ AZALMA	ÇEVRE KİRLİLİĞİ
Bahçelievler Cumartesi Pazarı	Ortalama (X)	1,3	3,6	2,5	2,3	3,0
	N	6	6	6	6	6
	St. Sapma (S)	,81	1,75	1,97	2,06	2,19
Salıpazarı	Ortalama (X)	1,0	1,4	1,0	1,1	1,3
	N	32	32	32	32	32
	St. Sapma(S)	,00	,90	,00	,55	,80
52 Evler Pazarı	Ortalama (X)	1,0	1,6	1,5	2,1	2,2
	N	14	14	14	14	14
	St. Sapma(S)	,00	1,15	1,16	1,70	1,67
Toplam	Ortalama (X)	1,0	1,7	1,3	1,5	1,7
	N	52	52	52	52	52
	St. Sapma (S)	,27	1,28	,98	1,27	1,40

Haftalık pazarlar yakın çevrede bulunan esnafı farklı şekillerde etkilemektedir. İstanbul'da yapılan bir çalışmanın sonuçlarından biri de pazar kurulan çevredeki esnafın %76'sının kendi çevrelerinde pazar kurulmasına karşı çıkmalarıdır. Bu durum işyeri girişlerinin tıkanması nedeniyle azalan ticaret dolayısıyla kâr ve çevre kirlenmesiyle ilgilidir (Dökmeci vd., 2005). Ancak Balıkesir şehri İstanbul boyutunda bir yerleşme değildir. Bu durumda kurulan pazarların aynı büyüklükte olması söz konusu olmayacaktır. Kuşkusuz gürültü ve çevre kirliliği ile ilgili birtakım sorunlar yaşanmaktadır. Ancak ortalamaların düşüklüğüne bakarak (Tablo 24), bunların önemli olmadığı rahatça söylenebilir. Daimi esnaf insan dolaşımındaki artış nedeniyle ticari faaliyetlerin olumlu yönde etkilendiğini düşünmektedir. Hatta Salıpazarının şehirde yer değiştirmesi, hemen yakın çevrede yeni işyerlerinin açılmasını teşvik etmiştir. Yani pazar için tüketicilerin hazır bulunuşu işyerlerinin varlık nedeni olmuştur.

Tablo 25'e göre pazar yakınındaki daimi esnafın yaşadığı sorunlar pazaryeri değişkenine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p=0,000<0,05$). Farklılığın hangi gruplar (pazaryerleri) arasında olduğunu belirlemek amacıyla Mann Whitney-U Testi yapılmıştır. Bu testin sonucunda esnafın sorunlara ilişkin görüşleri Bahçelievler Cumartesi Pazarı ile Salıpazarı arasında ($U=8,000$ ve $p=0,000<0,05$) ve Salı Pazarı ile 52 Evler Pazarı arasında ($U=89,000$ ve $p=0,000<0,05$) anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Elde edilen ortalama

puanlara bakıldığında, pazar yakınındaki daimi esnaf Bahçelievler Cumartesi Pazarında ($X=2,6$ ile) Salıpazarından ($X=1,2$) daha çok sorun yaşandığını düşünmektedir. Yine esnaf, 52 Evler Pazarını ($X=1,7$), Salıpazarından ($X=1,2$) anlamlı şekilde daha çok sorunlu bulmaktadır. Bu durumun Salıpazarı yakınında çok az sayıda işyerinin bulunması, bunların da pazarın varlığı ile yeni açılan işyerleri olmalarıyla ilgili olduğu söylenebilir.

Tablo 25. Pazar yakınındaki daimi esnafın yaşadığı sorunlara ilişkin görüşlerin pazaryeri değişkenine göre Kruskal Wallis-H ve Mann Whitney-U Testi sonuçları

PAZARYERİ	N	X (ORTALAM A)	SIRA ORT.	D F	H (X^2)	P	GRUPLAR ARASI ANLAMLILIK FARKLILIK
1.Bahçelievler Cumartesi Pazarı	6	2,6	44,50	2	22,034 *	0,000	1-2 ve 2-3 sıra numaralı pazaryerleri arasında
2.Salıpazarı	32	1,2	19,53				
3.52 Evler Pazarı	14	1,7	34,71				
Toplam	52	1,4					

* $p<0,05$ anlamlı, (Levene Testi:17,273, $p=0,000<0,05$)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Haftalık pazarlar şehirselleşmenin vazgeçilmez parçası olan alternatif alışveriş mekânlarıdır. Şehirselleşmenin kolaylaşmasında pazarların sosyo-ekonomik işlevleri önemli rol oynar. Haftalık pazarlar, tarımsal ürünlerin ucuz ve taze olarak temin edildiği yerlerdir. Özellikle alt ve orta gelirli sınıfların giyim kuşam ile ilgili ihtiyaçlarını bu mekânlardan karşılarlar. İstihdamın artışı, kırsal alanlarda tarımsal faaliyetlerin ayakta kalması kısmen de olsa yine pazarlar sayesinde olmaktadır. Sosyal etkileşim mekânı, kadının dışarı açılma yeri olmaları sosyal olarak da öneme sahip olduklarının göstergesidir. Onlar aynı zamanda insanların boş zamanlarında hoşça vakit geçirdikleri mekânlardır. Örneklerden de anlaşılacağı gibi farklı kullanım amaçlarına sahip bu mekânlar bir taraftan da sorunlu alanlar olarak dikkati çeker. Bu çalışmada Balıkesir şehrinde üç farklı pazaryerinde yaşanan sorunlar ve pazarların çekicilikleri, pazar esnafı, tüketiciler, yakın çevredeki daimi esnaf ve pazaryerine yakın evi olanların bakış açısıyla ele alınmıştır. Elde edilen sonuçların şehirde gelecekte pazaryeri seçiminde planlama kararlarının isabetli olması açısından önemi vardır.

Balıkesir şehri pazar geleneği olan bir yerleşmedir. Haftanın her günü pazar kurulmakta; şehir halkına hizmet verilmektedir. Haftalık pazarlar gerek faaliyet ölçeğinde gerekse pazar esnafının kökeni açısından mahalli niteliklidir. Yerel olma durumu şehrin ülke yerleşme sistemindeki yerine bağlı olarak ortaya çıkan bir durumdur. Mallar pazara pazarcı esnafının araçları ile getirilmektedir. Hemen her yerleşmede olduğu gibi yağışlı, olumsuz hava şartları ticaret faaliyetinin hacmini olumsuz yönde etkilemektedir. Pazar esnafının pazar düzeninde yer sorunu olmaması, kendilerine ayrılan alanların yeterli olduğunu göstermektedir. Pazar esnafı bağlı oldukları esnaf örgütleri ile kısmen de olsa sorun yaşamaktadırlar.

Pazar yapma “kadın hâkim” faaliyetidir. Tüketicilerin 27-32 yaş diliminde yoğunlaşması pazar yapmanın genç-orta yaş etkinliği olduğunu göstermektedir. Pazarların yürüme mesafesinde oluşu, şehrsel hizmetlerin etkinliği açısından olumlu bir durumdur. Pazar “tek başına” yapılan bir faaliyetir. Pazara her hafta devamlı olarak çıkılması sunulan hizmetlerin önemini yansıtmaktadır. Pazar yapma “öğlen vakti faaliyeti olup; daha çok düşük ve orta gelirliilere hizmet sunulmaktadır. Gıda hâkim faaliyet olan pazarlar, ürün çeşitliliği ve ürünlerinin tazeliği ile dikkat çekerler. Pazarların kalabalık oluşu, araç park yeri sorunu ve müşteri aldatılması, müşteri bakış açısıyla, önemli pazaryeri sorunları olarak ortaya çıkmaktadır.

Dört farklı örneklem grubuna göre (müşteri, pazarcı, pazaryeri daimi esnafı ve pazaryeri yakınında evi olanlar bakımından) Bahçelievler Cumartesi Pazarı en sorunlu pazaryeri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum pazarın diğer çalışmaların da ortaya koyduğu gibi donatısız cadde-sokak (veya mahalle arası) pazaryeri olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer iki pazaryeri ise donanımlı veya kısmen donanımlı ve planlı pazaryerleridir. Ancak Salıpazarı şehrin gelişmiş bir alanına sonradan ilave edilmesiyle 52 Evler pazaryerinden ayrılmaktadır. Başka bir farklılık ise 52 Evler Pazarında ticari aktivenin düşüklüğüdür. Konu iki pazaryeri açısından değerlendirilirse, pazaryerlerine yakın esnafın en az sorun yaşadıkları pazaryeri Salıpazarıdır. Bu durum yakın çevredeki yer alan esnaf sayısının azlığı ile ilgilidir. Bu mevcudiyet pazarın bu alanda sonradan kuruluşu ile ilgilidir. Pazar yakınında evi olanlara göre en az sorunlu pazaryeri 52 Evler Pazarıdır. Aynı pazaryeri müşteriler açısından en çekici olmak gibi bir özelliğe de sahiptir. Bu durum şehrin gelişmekte olan bir alanında planlı olarak, modern pazaryeri ilkelerine göre kurulmuş oluşuyla ilgilidir. Pazarın küçük ölçekli de oluşu, gelecekte kurulacak veya yeniden düzenlenecek pazaryerleri için dikkat edilmesi gereken önemli bir planlama özelliği olmalıdır. Ancak müşteriler pazaryeri sorunları açısından 52 Evler Pazarını daha fazla sorunlu bulmaktadırlar. Çelişkili görünmekle birlikte her iki pazaryerinin de planlı olması bu durumu kısmen de olsa açıklamaktadır.

Hizmetleri ile şehirde hayatı kolaylaştıran pazarlar, bazı sorunların da çıkış nedeni olabilmektedir. Araç park yeri sorunu, gürültü ve apartman girişlerinin kapatılması özellikle pazarların varlığı ile ilgilidir. 52 Evler Pazarı ile Salıpazarı pazaryeri yer seçiminde, gelecekte dikkate alınabilecek birçok özelliğe sahiptirler.

Balıkesir şehrinde kurulan pazarlar, büyük şehirlerin aksine, yerleşik ticareti de teşvik etmektedirler. Bu açıdan yerleşik esnaf tarafından olumlu karşılanmaktadır.

KAYNAKLAR

- Açıl, A.F. (1984) *Ekonomi I (Genel Ekonomi)*, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları: 898, Ankara.
- Aliefendioğlu, H. (2002) “Kamusal Alan Olarak Pazar Yerleri” *Folklor/Edebiyat C: VIII*, S. XXXI, s. 51-58.
- Bakırcı, M. (1999) “Doğu Karadeniz Örneğinde Yaylaların Pazar Yeri Fonksiyonu”, *İÜ Edebiyat Fakültesi Coğrafya Dergisi S:7*, s.375-385.
- Balıkesir Belediyesi Çalışma Raporu, 1 Nisan 1984-31 Mayıs 1985.
- Balıkesir Belediyesi Zabıta Müdürlüğü, 2011.
- Baykara, T. (1994) “Bir Osmanlı Çağı Pazarının Çöküşü: Karahüyük Pazarı” *XI. Türk Tarih Kongresi Bildirileri III. Cilt*, Türk Tarih Kurumu Yay. IX. Dizi, S. 11b, s.1097-1103, Ankara.
- Bromley, R.J. (1974) “The Organization of Quito’s Urban Markets: Toward a Reinterpretation of periodic Central Places”, *Transactions of the Institute of British Geographers*, No. 62, s. 45-70.
- Çalışkan, V. (2005) “Bursa Kent İçi Semt Pazarları Üzerine Bir Değerlendirme: Merkez İlçe Pazarlarından Örnekler”, *Ulusal Coğrafya Kongresi*, Bildiriler Kitabı, İstanbul.
- Çalışkan, V. (2007) “Kentsel Mekân Kullanımındaki Farklılıklar Üzerine Bir Yaklaşım: Bursa ve Çanakkale’nin Periyodik (Haftalık) Pazarlarından Örnekler”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, S. 18, s. 49-78.
- Dokmeci, V., Yazgi, B., Ozus, E. (2005) “Informal retailing in a global age: The growth of periodic markets in Istanbul, 1980-2002”, *Cities*, Vol. 23, No. 1, s. 44-55.
- Hay, A.M. (1971) “Notes on the Economic Basis for Periodic Marketing in Developing Countries”, *Geographical Analysis*, Volume 3, Issue 4, s. 393-401.
- Mutaf, A. (2003) *Salnamelere Göre Karesi (1847-1922)*, Zağnos Kültür ve Eğitim Vakfı, Balıkesir.
- Özcan, K. (2006) “Anadolu Selçuklu Dönemi Yerleşme Tipolojileri 1, Pazar ya da Panayır Yerleşmeleri” *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 6, S. 1, s. 205-223.
- Özgüç, N., Mitchell, W.A. (2000) “Şehirlerin alternatif alışveriş mekanları: İstanbul’da haftalık pazarlar”, *Tasarım-Kuram Dergisi*, S. 2, s. 35-58.
- Su, K. (1935) Balıkesir Panayır ve Pazarı, *Kaynak Dergisi*, Halkevi, 3. Yıl, s. 914-916.
- Şen E., İlhan, A. (2003) “İzmir Anakent Bütününde Semt Pazarcılığı: Pazar Esnafının Kentleşme Sürecindeki Konumları” *Sırrı Erinç Sempozyumu 2003, Genişletilmiş Bildiri Özetleri Kitabı* s. 332-337, İstanbul.

- Tunçel, H. (2003) “Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elazığ Örneği”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 13, S.1, s. 49-70.
- Tunçel, H. (2009) “Geleneksel Ticaret Mekânı Olarak Türkiye’de Haftalık Pazarlar”, *eJournal of New World Sciences Academy*, V. 4, N. 2, s. 35-52.
- Webber, M.J., Symanski, R. (1973) “Periodic Markets: An Economic Location Analysis”, *Economic Geography*, Vol. 49, No. 3, s. 213-227.
- Yılmaz, C. (2006) “Samsun’da Semt Pazarları” *Geçmişten Geleceğe Samsun* 1. Kitap s. 521-539, Samsun Büyükşehir Belediyesi Yayını, Samsun.
- Yüzbaşı İshak Hakkı Bey. (1997) *1920’de Balıkesir*, Balıkesir Valiliği Kültür Yayınları, Balıkesir.